



มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
NORTH BANGKOK UNIVERSITY

การประชุมวิชาการระดับชาติ

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ประจำปี 2561

“การพัฒนานวัตกรรมเพื่อสังคมสู่ไทยแลนด์ 4.0”

วันศุกร์ที่ 30 มีนาคม 2561

ด้านสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การพัฒนานวัตกรรมเพื่อสังคมสู่ไทยแลนด์ 4.0” ประจำปี 2561

จัดทำโดย สำนักวิจัย และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ที่ปรึกษา

ดร.ประเสริฐ ประวิตรรุ่งเรือง อธิการบดี

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.สายหยุด จำปาทอง

ดร.สิทธิพร ประวิตรรุ่งเรือง

ศ.ดร.จรรยา สุวรรณทัต

ดร.เฉลิมชัย วิโรจน์วรรณ

รศ.ดร.เนติยา สุขเสรีทรัพย์

ดร.ตระกูล จิตวัฒนาการ

รศ.ดร.ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ

ดร.เพชรพลาย ธีระวงษ์พงศ์

รศ.ดร.เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต

ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย

ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ

ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล

ผศ.ดร.ปัญญา ธีระวิทยเลิศ

ผศ.สุรเดช บุญลือ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย

ด้านสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ

ศ.ดร.วัลลภ รัฐธิดารานนท์

ผศ.ดร.สำราญ ผลดี

รศ.ดร.ธนาคม สุนทรชัยนาคแสง

ผศ.รศดา เวชฎาพันธุ์

รศ.ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ

ดร.วัชรพงษ์ พินิตอำรง

รศ.เรื่อนแก้ว ภัทราอนุประวิติ

ดร.ธิปไตย โสติวรรณ

รศ.ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์

ดร.บริพัต ศรีสมบุญ

รศ.อรสา อร่ามรัตน์

ดร.มงคล กลิ่นกระจาย

ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ วิเศษ

ดร.วรรณสินธ์ สัตยานุวัตร

ผศ.ดร.เสาวลักษณ์ ขายทวีป

ดร.อุษณีย์ ภาคิตระกูลวงศ์

ผศ.ดร.วิรัตน์ กิตติพิชัย

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย

ด้านศึกษาศาสตร์

รศ.ดร.ธาวุฒิ ปลื้มสำราญ

ดร.ชัยวัฒน์ ประสงค์สร้าง

รศ.ดร.มนสิข สิริสมบุญ

ดร.ดลฤทัย บุญประสิทธิ์

รศ.ดร.อำนาจ เดชชัยศรี

ดร.ธำรง รัตนภานุเดช

ผศ.ดร.พันธ์ศักดิ์ พลสารมัย

ดร.นวลพรรณ วรรณสุธี

ผศ.ดร.ภาณุวัฒน์ ศิริบุบผะ

ดร.บุปผา ปลื้มสำราญ

ผศ.ดร.ศรดา ชัยสุวรรณ

ดร.พวงรัตน์ เกษรแพทย์

ผศ.ดร.ศิริพันธ์ ศรีวันยงค์

ดร.ไพรัช วงษ์ยุทธไกร

ผศ.ดร.สินธะวา ความดิษฐ์

ดร.วราภรณ์ ไตรติลลันนท์

ผศ.ดร.อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์

ดร.ศศิธรดา แพงไทย

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในมหาวิทยาลัย

ด้านสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ

รศ.ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์

ดร.พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิต

ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ

ดร.วัชรุ คำเขียว

ผศ.สุรเดช บุญลือ

ดร.ศรัณย์ นาคณอม

ดร.วิยะดา วรรณทวนิช

ดร.सानิต ศิริวิเศษกุล

ดร.ตระกูล จิตวัฒนากร

ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย

ด้านศึกษาศาสตร์

รศ.ดร.สมศักดิ์ คงเที่ยง

ดร.ทรงยศ แก้วมงคล

รศ.ดร.เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต

ดร.เบญจรัตน์ ราชฉวาง

ผศ.ดร.คำเพชร ภูมิปัญญา

ดร.เพชรพลัย ธีระวงษ์พงศ์

ผศ.ดร.สุนันท์ ศลโกสม

ดร.สิริกาญจน์ ธนวุฒิปิพนิต

ดร.เฉลิมชัย วิโรจน์วรรณ

ดร.สุวพร เข้มเฮง

ดร.ณรงค์ พิมสาร

ดร.อุทัยวรรณ สายพัฒนา

สารอธิการบดี

การประชุมวิชาการนับว่าเป็นพันธกิจที่จำเป็นและมีความสำคัญยิ่งประการหนึ่งของสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนางานด้านวิชาการและการวิจัย ซึ่งการประชุมวิชาการนอกจากจะเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และ/หรือนวัตกรรมแล้ว ยังเป็นการสร้างความเจริญอกงามทางปัญญาให้เป็นที่พึงของสังคมได้ เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าความเจริญก้าวหน้าของโลกเป็นไปอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องบูรณาการองค์ความรู้และ/หรือนวัตกรรมผ่านการนำเสนอผลงานในที่ประชุมทางวิชาการ เป็นการระดมความคิดให้เกิดความลุ่มลึกในวิชาการนั้นๆ ได้ ซึ่งจะเป็นหนทางในการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ และนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ประจำปี 2561 “การพัฒนานวัตกรรมเพื่อสังคมสู่ไทยแลนด์ 4.0” ในครั้งนี้ นับได้ว่าเป็นบทบาทของมหาวิทยาลัยที่จะช่วยให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้เสริมสร้างและเติมเต็มองค์ความรู้ทางวิชาการ เป็นการสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการ อีกทั้งจะเป็นการสร้างเครือข่ายทางวิชาการที่เข้มแข็งนำมาซึ่งการบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืนให้แก่สังคมได้ทางหนึ่ง

มหาวิทยาลัยขอขอบคุณคณะกรรมการจัดการประชุมวิชาการฯ นักวิจัย นักวิชาการ และผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่เป็นกำลังสำคัญก่อให้เกิดการประชุมวิชาการระดับชาติในครั้งนี้



(ดร.ประเสริฐ ประวัติรุ่งเรือง)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

กำหนดการประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ 2561

เรื่อง “การพัฒนานวัตกรรมเพื่อสังคมสู่ไทยแลนด์ 4.0”

(Development of Social Innovation to Thailand 4.0)

วันศุกร์ที่ 30 มีนาคม 2561

ณ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

08:00 – 09:00 น.	ลงทะเบียน ณ ห้องประชุมสัตตบงกช อาคารเรียนรวม 1 ชั้น 3
09:00 – 09:15 น.	พิธีเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ 2561 กล่าวรายงานโดยประธานคณะกรรมการดำเนินงานจัดการประชุม กล่าวเปิดการประชุมโดยอธิการบดี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
09.15 – 10.30 น.	บรรยายพิเศษ เรื่อง “การพัฒนานวัตกรรมเพื่อสังคมสู่ไทยแลนด์ 4.0” โดย ศาสตราจารย์ ดร. เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์
10:30 – 10:40 น.	รับประทานอาหารเช้า
10.45 – 12.00 น.	นำเสนอผลงานวิชาการ (บทความวิจัย/บทความวิชาการ) ช่วงที่ 1
12:00 – 13:00 น.	รับประทานอาหารเช้า
13:00 – 16:30 น.	นำเสนอผลงานวิชาการ (บทความวิจัย/บทความวิชาการ) ช่วงที่ 2

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทความวิจัยภาคบรรยาย	
NBUS004: ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม	วิวัฒน์ แสงเพชร 1
	ดร.อนันต์ ธรรมชาลย์
	ดร. เกียรติชัย วีระญาณนนท์
NBUS007: สภาพทั่วไปของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบใน	มารีสา เจริญเศรษฐกิจ 11
การแข่งขันของธุรกิจสถานบริการแก๊ส แอลพีจี	ดร.อนันต์ ธรรมชาลย์
	ดร.ตระกูล จิตวัฒนากร
NBUS008: แรงจูงใจในการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม	ธิดิยา คำนนท์ 22
อำเภอเนินมะปราง จังหวัดตาก	
NBUS009: ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักบุ้ง: กรณีศึกษาตำบล	จรินทร์ นามขาน 33
คลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม	
NBUS010: ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกิจกรรมทัศนศึกษา กรณีศึกษา	กนกพร บัวทรัพย์ 48
สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล	ดร.ภูมิใจ สอาดโฉม
ล้านนา ตาก	
NBUS011: ปัญหาการจัดการทรัพยากรในธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์	ภูวนศวรร มหาเศรษฐศิริ 63
และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่	
NBUS012: การตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่	ศิริกัญญา อินทร์ขำวงศ์ 74
ในเขตพื้นที่ปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีในด้านส่วนประสมทางการตลาด	ผศ.ดร สมยศ อวเกียรติ
NBUS014: การรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC	สิริมา เดชภิญญา 87
	รศ.ดร.วิไลลักษณ์
	รัตนเพียรธัมมะ
NBUS015: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรกรม	ณัฐพรอน ชาญธัญกรรม 102
ชลประทาน (สามเสน)	รศ.ดร.วิไลลักษณ์
	รัตนเพียรธัมมะ
NBUS016: ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพขององค์กร 8	ภูษิสส์ ศรีเจริญ 118
ประการ ภาคอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี	ดร.ชัยวุฒิ จันมา
	ดร.อนันต์ ธรรมชาลย์

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
NBUS017: ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากร กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	นิลยา สุกรินทร์ รศ.ดร.วิไลลักษณ์ รัตน์เพียรธัมมะ 134
NBUS018: ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเล สดในกรุงเทพมหานคร	ชนมส์กานต์ อภิเศกตาทันต์ 146
NBUS019: จรรยาบรรณ และทักษะทางวิชาชีพ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพใน การทำงานของผู้ทำบัญชี ในจังหวัดนนทบุรี 1	ศุภานัน ศรีวิภาช รศ.สุภา สุทธิเกียรติ 158
NBUS021: การศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการปฏิบัติกรรมฐานของพระธรรม มงคลญาณ (หลวงพ่อวิริยังค์ สิรินฺธโร) กับหลวงพ่อเทียน จิตตสุโภ หลวง พ่อจรัญ ฐิตธมฺโม และท่านติชานันทันท์	พระเอกลักษณ์ มั่นอาษา ดร.ชูลีรัตน์ เจริญพร 173
NBUS022: นวัตกรรมเชิงสังคมที่มีผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร ในบริษัทที่จดทะเบียนในดัชนี SET50 และ SET100 ของตลาดหลักทรัพย์ ไทย	ดร.อำพล ชะโยมชัย ดร.วิไลวรรณ โพนศิริ 185
NBUS024: ปัจจัยจุดใจของความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทย สตาร์ชัพพลาย จำกัด	ดร.วัชรภรณ์ กลิ่นแก้ว 198
NBUS025: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร	ดร.วัชรภรณ์ กลิ่นแก้ว 210
NBUS026: ความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมัน สำปะหลังทางการเกษตร	อรพรรณ ทองพลอย ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย 218
NBUS027: การประเมินความรู้ ความคิดเห็นและการสนับสนุนเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษา บ้านมณีพุกษ์ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน	ปริญดา รื่นสำราญ เพ็ญพร เจนการกิจ ดร.ชานี เอมพันธุ์ 229
NBUS028: การส่งเสริมภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมดูแลเด็กในสถานรองรับ เด็กของราชการ	นิรันดร์ ภิรมย์ลาภา ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล 245

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
NBUS029: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม	254
	วาสนา คงสกุลทรัพย์ ดร.อนันต์ ธรรมชาลย์
NBUS030: โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน อินสตาแกรมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล)	265
	ณัฐพงษ์ รอบคอบ สุมาลย์ ปานคำ
NBUS031: ทักษะของนักบัญชีในจังหวัดนครปฐมต่อการพัฒนาความรู้ทาง วิชาชีพสู่บัญชียุคดิจิทัล	276
	ดร.วัชรภรณ์ กลิ่นงู
NBUS032: ภาพลักษณ์ในการใช้บริการร้านอาหารบ้านพินิจของผู้บริโภคใน เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร	285
	ดร.วัชรภรณ์ กลิ่นงู
NBUS033: แนวทางการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4: กรณีศึกษา บริษัท ดับเบิลเอ (1991) จำกัด (มหาชน) 1	295
	พัสดพงศ์ เขี่ยมสุภาษิต ดร.จุฑารัตน์ ชมพันธุ์ สยาม อรุณศรีมรกต ดร.จำลอง โพธิ์บุญ
NBUS034: แนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย	311
	ว่าที่ร้อยตรี นิตินัย นิยมวัน รศ.ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์
NBUS035: ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ สินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี	322
	ศรินทร์ ไชยรัตน์ อัญชลี เยาวราช ธัญนิชา วิโรจน์รุจน์ ธันยธร ดิณฑพ
NBUS036: ปัจจัยด้านลักษณะของเจ้าของ จริยธรรมองค์การ และการ ติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ที่มีความสัมพันธ์การกำกับดูแลกิจการของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอาหารใน ประเทศไทย	335
	ดาวพระศุภร์ ทองกลิ่น ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ อภิชา นุญภัทรกานต์
NBUS037: คุณลักษณะบุคลากรที่ส่งผลต่อสมรรถนะการจัดการของสถาบัน การอาชีวศึกษา	346
	ณัฐภัสสร ธนาบรรพพานิชย์ ดร.ตระกุล จิตวัฒนากร รศ.ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์
NBUS038: โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่าน เพจเฟซบุ๊ก สำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	357
	วโรตม ขวัญเผือก สุมาลย์ ปานคำ

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
NBUS039: โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่าน เฟชบุ๊กไลฟ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ประภัสสร ขวัญเผือก สุมาลย์ ปานคำ 367
NBUS040: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องใน การจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน	สุรณ จิตรมโน รศ.ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์ 378
NBUS041: รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อเครื่องสำอาง ผ่านเฟชบุ๊กสำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ธัญรดา โสมกุล สุมาลย์ ปานคำ 390
NBUS043: ปัญหา และอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ ของ โรงเรียนในเขตกันดาร: โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี	พระวิศิษฐ์ ทุมมรส (รัศมี) ผศ.ดร.อุบลวรรณ ภวากันท์ ผศ.ดร.นที ทองอุ่น 401
NBUS045: การอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร	พระมหาธนวิชัย ญาณธีโร (กิจเดช) ผศ.ดร.อุบลวรรณ ภวากันท์ ภก.ดร.ศรัณย์ กอสนาน 414
NBUS046: การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการน้ำเพื่อรองรับการ เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ: กรณีศึกษาเขื่อนวชิราลงกรณ	พระสมุห์ธนกฤต ขนติพิโล (สมบุญ) ดร.เดชา กัปโก รศ.ดร.พระสุธีรัตนบัณฑิต 432
NBUS048: การจัดการปัญหาภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศของอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี	พระชุตติกานต์ อภินนุโท (เชือกกลาง) ดร.เดชา กัปโก รศ.ดร.พระสุธีรัตนบัณฑิต 446
NBUS049: พัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย	บุญชม วงदानันทพันธ์ 460
NBUS050: การพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวพุทธรูปสำหรับพระสงฆ์วัดพุทธ ภาวนา ตำบลบางคูวัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี	พระครูสังฆรักษ์บุญมี ยติโก (วิจรรณี) 470
NBUS051: การอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้า ไหมบ้านดุนาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดสุรินทร์	พระครูประภัทรสุตธรรม (วงศ์สุนทร) พระมหาอำนาจ อัสสุการี ดร.บัว พลรัมย์ 478

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
NBUS052: รูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาใน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี	พระครูปลัดจรรย์พันธ์ กิตติภาโร (บุญกาญจน์) รศ.ดร.พระสุธีรัตนบัณฑิต ดร.บัว พลรัมย์ 486
NBUS053: ลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษา เอกชน	รัชนิกรณ์ คล่องแคล่ว 495
NBUS054: การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้อง รับรองผู้โดยสารขาออก 1	ยุพลรัช พลแสน ศรันย์ นาคณอม 508
NBUT009: สื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริมเรื่องไหว้พระ 9 วัดสืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล	ศุภรางค์ เรืองวานิช วีรยุทธ พรหมรายณ์ อดิเทพ พานิชพงษ์ 518
บทความวิจัยภาคโปสเตอร์	
NBUS005: กระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความสุขในการทำงาน: กรณีศึกษากรมหมอนใหม่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	นรีนาถ กาญจนเจตน์ 533
NBUS020: พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนกและสมาน เบิร์ดแคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี	อ.ดร.วัชร ปรัญญานุสรณ์ อ.ดร.ไพบุลย์ ปรัญญานุสรณ์ อ.ดร.อานวย เพชรวิจิตรภักดี อ.ดร.พุดศักดิ์ ศิริชัย 547
NBUS055: อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาด้าน อาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร	พนิดา พนิตำรง วิญญารัตน์ เลิศพุทธิกุล สารภี วโรประการ 561
NBUS056: กลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของ ธุรกิจในอนาคตส่วนไหนน่าสนใจต่อการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0	พนิดา พนิตำรง วิญญารัตน์ เลิศพุทธิกุล สารภี วโรประการ 571
NBUS057: โซนช่วยกับการบัญชี กรณีศึกษา ตำบลหนองรี อำเภอเมือง จังหวัด ชลบุรี	พรพรรณ เจริญสุข 580

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

NBUT003: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาบริเวณสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร	สิริพร ทิตะลำพูน	584
NBUT010: การเข้าถึงและการใช้อุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของเยาวชนวัยก่อน 6 ปี ในเขตพื้นที่ต่างจังหวัด	ชุติมา เกตุษา วฤตดา พิพัฒน์กุล	595

ภาคบรรยาย

NBUS004: ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF BUSINESS HOTEL

วิวัฒน์ แสงเพชร¹ ดร.อนันต์ ธรรมชาลย์² ดร. เกียรติชัย วีระญาณนท์³

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

² อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

บทคัดย่อ

การศึกษาศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม ที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กับผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 26 คน โดยทำการสุ่มแบบเจาะจง

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องมีการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ของโรงแรมให้ชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรให้ไปถึงเป้าหมาย นโยบายและวัตถุประสงค์ที่ดีสามารถตอบสนองความต้องการมุ่งเน้นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นหลักและเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค

ความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม ผู้บริหารจำเป็นต้องเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคในธุรกิจโรงแรม เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการเป็นหลักที่จะขับเคลื่อนให้ธุรกิจนี้เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเกี่ยวเนื่องกับพนักงานที่ให้บริการโดยตรง ความพร้อมและทักษะของพนักงานที่ให้บริการจึงสำคัญในการประกอบธุรกิจ ลำดับต่อมาที่สำคัญธุรกิจโรงแรมมีความเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยงานทางภาครัฐควรมีการเน้นในเรื่องของชุมชน สร้างจุดเด่นของพื้นที่ให้ชัดเจนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยว ทั้งในและนอกประเทศมาเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆ

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม จำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบทั้งภายในและภายนอกของโรงแรม ภายในคือ การลดต้นทุนการผลิต การติดต่อกับผู้ขายปัจจัยการผลิตเพื่อให้ได้เปรียบนั้น ต้องมีการรวมตัวของผู้ประกอบการในพื้นที่เดียวกันซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบจากผู้ขายเพื่อให้ได้เปรียบในการต่อรองเรื่องราคาระหว่างภายนอก ต้องปรับปรุงโรงแรมให้เข้ากับสังคมปัจจุบันที่ทันสมัย ปัจจุบันมีการรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม จึงควรมีนโยบายหรือแผนปฏิบัติให้เป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green hotel) เพื่อเป็นจุดสนใจ ดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการ

คำสำคัญ: ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, ธุรกิจโรงแรม

Abstract

The objective of this research is to study competitive advantage in hotel business in Thailand. The study used methodology of qualitative research through purposive sampling and in-depth interviewing 26 participants who are entrepreneurs and experts in the field.

The results suggests hotel business is required to set hotel policies and objectives precisely. That will establish a guideline of practice for hotel personnel in order to reach hotel goals, policies and objectives, and to creating customer value and satisfaction.

To foster competitiveness capacity of hotel business, board of directors need to understand customers' needs and wants. The major factor of hotel business is services, which is a driving factor to run business efficiently. Therefore, hotel personnel is directly involved in this factor. Willingness, skills, and service mind of hotel personnel, thus, are very important in running hotel business. The second priority for hotel business is tourism industry. Government agencies should emphasize on local community and attempt to create a niche in each community. This will transform local communities to be tourist places and to attract a lot of Thais and foreigners to visit those communities.

To create competitive advantage in hotel business needs to generate advantages both inside and outside of hotel scope. Internal hotel scope is to lower the hotel operation cost. To lower the cost, local hotel entrepreneurs need to coalition in order to gain negotiation power in buying goods and raw materials from the sellers. Regarding external hotel scope, hotel needs to adjust and synchronise itself with current modern society. In the present, there are several environmental campaigns, thus, having hotel policy and action plan to be environmental friendly or green hotel will provide great benefits. These policy and plan will be a good strategy to generate a point of interest and attract a number of customers to use the service.

Keywords: competitive advantage, hotel business

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โครงสร้างการผลิตของไทยได้เปลี่ยนผ่านจากภาคเกษตรไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากข้อมูล ในปี พ.ศ. 2533 ที่พบว่าสัดส่วนของภาคเกษตร อยู่ในระดับร้อยละ 9.90 ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 25.40 และภาคบริการร้อยละ 64.70 จากข้อมูลจะเห็นว่า ภาคเกษตรมีสัดส่วนน้อยกว่าภาคอุตสาหกรรมและบริการ และเมื่อมาดูตัวเลขในปี พ.ศ. 2557 ก็ยังพบว่า ภาคอุตสาหกรรมและบริการ ยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ตรงกันข้ามกับภาคเกษตรที่ลดลง ยืนยันได้จากตัวเลข คือ ภาคเกษตรมีสัดส่วนอยู่ที่ ร้อยละ 7.20 ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 28.50 และภาคบริการร้อยละ 64.30 (สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2558: 1) ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่สวยงามและมีคุณค่าทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม มีเนื้อที่ 513,115 ตารางกิโลเมตร มีความสมบูรณ์ทางด้านปัจจัยพื้นฐานการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี อีกทั้งความมิตรไมตรีของคนไทย ล้วนเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจเป็นพิเศษ ในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนถึง 29.88 ล้านคน ทำรายได้เข้าประเทศจำนวน 1,425,765.09 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว. 2558) ซึ่งถือว่าเป็นรายได้ที่สูงพอสมควรสำหรับรายได้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ส่งผลในด้านการพัฒนาและขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม เป็นอย่างดี (ปาริชาติ แก้วสินธุ์. 2550: 1)

การท่องเที่ยวมีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงเวลา 3 ทศวรรษที่ผ่านมา เป็นกิจกรรมที่มีการขยายตัวสูงและยังจะเจริญเติบโตต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง จนกลายเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมต่อประเทศไทยอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นแหล่งรายได้นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ มิใช่เพียงแต่ประเทศไทยเท่านั้น ที่เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทุกประเทศต่างเล็งเห็นว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ อย่างมหาศาลเช่นกัน จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวกระจายไปทุกภูมิภาคของโลก ทำให้แต่ละประเทศต้องมีการแสวงหารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 1) ถึงแม้ว่าจะมีบางสถานการณ์ที่ทำให้การท่องเที่ยวชะลอตัวลงไปบ้าง แต่แนวโน้มการท่องเที่ยวก็ยังคงจะเจริญเติบโตต่อไป จึงก่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ เป็นต้น (ภูมิ มูลศิลป์, 2555: 1)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นความสามารถขององค์กรในการสร้างผลงานจากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง เพราะในภาวะปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ กฎหมาย เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยส่งผลให้ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าหรือบริการที่มีความหลากหลายมากขึ้นแนวคิดเรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงมีความสำคัญมากต่อผลประกอบการในอนาคตขององค์กรและทำให้องค์กรมีโอกาสในการสร้างกำไรทั้งระยะสั้นและระยะยาวได้สูงกว่าคู่แข่ง ดังนั้นในองค์กรที่ประสบความสำเร็จจึงมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้กับพนักงานที่เป็นผู้ติดต่อลูกค้าให้สามารถที่จะตัดสินใจและแก้ปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรเหล่านั้นให้สามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสิ่งที่จะมีผลตามมา คือ ผลการดำเนินงานขององค์กรที่จะมีระดับที่สูงขึ้นและประสบความสำเร็จในระยะยาว (สมยศ นาวิการ, 2548: 5) ซึ่งสอดคล้องกับ Michael E. Porter (1980) กล่าวว่า ความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศ ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นใช้แนวคิดในการวิเคราะห์ผลกระทบควบคู่กับผู้อื่นอย่างเช่นจุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศได้

สรุปได้ว่า ธุรกิจโรงแรม (Hotel Businesses) เป็นหนึ่งในธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โรงแรมต่างๆ กระจายกันอยู่มากมายในแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ เมื่อโลกได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีขนส่งมากขึ้นทำให้การเดินทางและการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างรวดเร็ว นักเดินทางและนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันไปและได้อาศัยโรงแรมเป็นที่พักเดินทางและอำนวยความสะดวกในการเดินทางทั้งการเดินทางภายในและระหว่างประเทศ อุตสาหกรรมธุรกิจโรงแรมจึงมิได้เป็นเพียงแต่สถานที่สำหรับพักแรมเท่านั้นแต่อุตสาหกรรมธุรกิจโรงแรมมีบทบาทสำคัญต่อประเทศต่างๆ มากในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศและยังเป็นแหล่งว่าจ้างแรงงานที่มากมายมหาศาล เพราะธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจบริการที่ต้องใช้แรงงานมาก (นิภา วราวนิชกุล, 2550: 1-2) สิ่งสำคัญของธุรกิจโรงแรมก็คือ การติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจและการเมืองรวมทั้งความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจได้ทันเวลาที่ และแสวงหาช่องทางพัฒนาบริการที่ตอบสนองให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมต้องมีการวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์การจัดการองค์สมัยใหม่ให้เหมาะสมและเข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน

ดังนั้น จากการศึกษาทำให้ทราบถึงการแข่งขันที่เข้มข้นในธุรกิจโรงแรม จึงได้ทำการศึกษา วิเคราะห์ เพื่อหาความได้เปรียบการจัดการ ดำเนินธุรกิจ เพื่อได้แนวทางให้ผู้ประกอบการ หรือนักวิชาการนำการศึกษาในเรื่องนี้ ไป

ประยุกต์ ปฏิบัติ ปรับปรุงในธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม โดยให้มีความเท่าเทียมหรือได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง สิ่งที่เป็นความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวเองมากกว่าที่เลียนแบบความสามารถของเราได้ เช่น การเข้ามาในตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ และความเข้มข้นของการแข่งขันระหว่างผู้แข่งขันในอุตสาหกรรม

ธุรกิจโรงแรม หมายถึง ความประทับใจการดำเนินธุรกิจประเภทให้บริการ ซึ่งมีอาคารสถานที่จัดไว้สำหรับให้บริการลูกค้าเข้าพักค้างคืนพร้อมมีบริการอาหารและเครื่องดื่ม อีกทั้งยังมีบริการในรูปแบบอื่น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาพักอาศัยหรือใช้บริการโดยได้รับเงินเป็นค่าตอบแทน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมได้ศึกษาเอกสาร ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีความสามารถในการแข่งขัน

มิเชล อี พอร์เตอร์ (Michael E. Porter, 1980: 365-366) กล่าวว่า ความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศ ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น ใช้แนวคิดในการวิเคราะห์ผลกระทบควบคู่กับผู้อื่น อย่างเช่น จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศได้มากที่สุด จะต้องขึ้นอยู่กับองค์ประกอบดังนี้ ปัจจัยการผลิตภายในประเทศ อุปสงค์ภายในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท รัฐบาล เหตุสุดวิสัยหรือโอกาส

1. สภาพปัจจัยการผลิต (Factor Condition) ตามแนวคิดนี้ปัจจัยการผลิตต่างๆ คือ สิ่งที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อแข่งขันกับผู้อื่นได้ซึ่งปัจจัยแต่ละองค์ประกอบไม่ได้เหมือนกัน

2. สถานภาพทางอุปสงค์ (Demand Condition) อุปสงค์หรือความต้องการในที่นี้จะหมายถึง ความต้องการภายในประเทศ ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกได้ เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนารวมผลผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันอุตสาหกรรมนั้นจะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น

4. กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรกำหนดขึ้นมาเอง เช่น เป้าหมาย กลยุทธ์ การจัดการในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการเพื่อให้เกิดผลดีทางการแข่งขันประกอบไปด้วย

4.1 เป้าหมายขององค์กร (Company Goal) ซึ่งถูกกำหนดขึ้นมาโดยโครงสร้างของการเป็นเจ้าขององค์กร แรงจูงใจของเจ้าของ และเจ้าหน้าที่ การดำเนินงานขององค์กร และเป้าหมายของบุคลากรในองค์กร ในการทำงานที่จะพัฒนาทักษะของตนเอง

4.2 การแข่งขันภายในประเทศ (Domestic Rivalry) ซึ่งเป็นผู้นำของโลกในอุตสาหกรรม ในด้านใดก็ตามมักจะพบว่า มีการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมนั้นๆ สูง เช่น ประเทศสวีตเซอร์แลนด์ ซึ่งเป็นผู้นำในด้านเวชภัณฑ์ยา จะมีบริษัทที่เป็นคู่แข่งในประเทศมากมาย

5. รัฐบาล (Government) รัฐบาลนั้นส่งผลกระทบพร้อมๆ กันกับการได้รับผลจากสภาพการผลิต สถานภาพทางอุปสงค์ กลยุทธ์องค์กร โครงสร้างและการแข่งขัน โดยในบางกรณีเป็นผลทางบวก ในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ การผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านการเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น

6. เหตุสุดวิสัย (Chance) การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เป็นไปได้ อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ ล้วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน เช่น การเปลี่ยนแปลงของตลาด การเงินโลก หรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงครามทางการเมือง ฯลฯ

สรุปได้ว่า ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ลักษณะหรือคุณลักษณะที่ทุกๆ องค์กรจำเป็นต้องมี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจ พัฒนาศักยภาพและคิดค้นกลยุทธ์ตลอดเวลา เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ จะต้องวิเคราะห์และตั้งรับปัญหาที่เกิดจากองค์ประกอบเหล่านี้ให้ได้ คือ สภาพปัจจัยการผลิต คือ ความพร้อมทางด้าน ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรด้านความรู้ ทรัพยากรด้านกายภาพ โครงสร้างพื้นฐาน แหล่งเงินทุน เป็นต้น สถานภาพทางอุปสงค์หรือความต้องการ จะหมายถึง เป็นความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน คือ มีความได้เปรียบต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทุกอุตสาหกรรม กลยุทธ์ องค์กร โครงสร้าง สิ่งเหล่านี้ องค์กรกำหนดขึ้นมาเอง เพื่อดำเนินงานให้เป็นไปตามแนวทางและถึงเป้าหมาย รัฐบาล จะเป็นผลกระทบหรือปัญหาที่ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ เช่นเดียวกับเหตุสุดวิสัย

แนวคิดและทฤษฎีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ไมเคิล อี พอตเตอร์ (Michael E. Porter. 1990: 67-71) ยังได้กล่าวถึง กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้อีก 4 ลักษณะ คือ

1. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) การที่ธุรกิจแสวงหาความแตกต่างเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยพยายามสร้างผลิตภัณฑ์ (สินค้า/บริการ) ในลักษณะที่ไม่เหมือนคู่แข่งกัน เพื่อให้เกิดคุณค่า (Value) ที่เพิ่มขึ้นแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นรูปร่างลักษณะของผลิตภัณฑ์ การบริการหลังการขาย ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของลูกค้า นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี

2. การเป็นผู้นำทางต้นทุน (Cost Leadership) โดยปกติต้นทุนของผลิตภัณฑ์จะลดลง ก็ต่อเมื่อทำให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจที่ผลิตด้วยต้นทุนต่ำต้องพยายามผลิตในระยะยาวและเสนอผลิตภัณฑ์แบบเดียวกัน โดยขยายฐานทางการตลาดให้เพิ่มกว้างมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งการที่จะเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนได้นั้น

จะต้องเกิดจากการประหยัดของขนาดการผลิต (Economic of Scale) จากประสบการณ์ (Experience Curve) และจากการศึกษาและพัฒนา (Research and Development) ทุกธุรกิจต่างก็มีผลิตภัณฑ์เป็นของตัวเอง ดังนั้น การศึกษาและพัฒนาเพื่อเพิ่มคุณภาพ (Quality) และประสิทธิภาพ (Efficiency) ของผลิตภัณฑ์ ก็ทำให้ความสามารถทางการแข่งขันและทำให้เป็นผู้นำตลาดใหม่ได้อีกด้วย

3. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) คือ การที่ธุรกิจมีความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเรื่องสินค้าและบริการ โดยจะต้องทำให้เร็วกว่าคู่แข่ง หากธุรกิจมีการตอบสนองความต้องการกับลูกค้าช้ากว่าคู่แข่งอาจทำให้สูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดได้

4. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus) ซึ่งการที่ธุรกิจมุ่งตลาดเฉพาะส่วนเพียงอย่างเดียวอาจทำให้บริษัทไม่สามารถมีส่วนแบ่งทางการตลาด ยอดขาย และจำนวนลูกค้าเป็นจำนวนมากได้

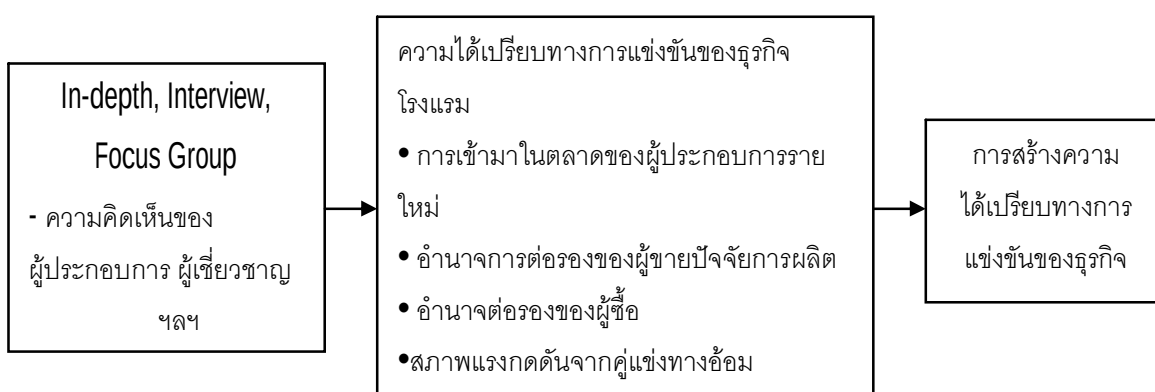
สรุปได้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ สิ่งที่เป็นความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวเองมากกว่าที่เลียนแบบความสามารถของเราได้ กลยุทธ์นี้เป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ ปัจจัยภายนอก วิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจ คือ การเข้ามาในตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ ถ้าผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาง่าย เป็นจุดอ่อนต่อธุรกิจ ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามายาก เป็นจุดแข็งของธุรกิจ อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต มีอำนาจการต่อรองมากเป็นจุดแข็งต่อธุรกิจ มีอำนาจการต่อรองน้อยเป็นจุดอ่อนต่อธุรกิจ อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ถ้าผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองมากเป็นจุดอ่อนต่อธุรกิจ ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองน้อยเป็นจุดแข็งต่อธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ เกิดสินค้าทดแทนเข้ามาง่ายเป็นจุดอ่อนต่อธุรกิจ สินค้าทดแทนเกิดขึ้นยากเป็นจุดแข็งต่อธุรกิจ ความเข้มข้นของการแข่งขันระหว่างผู้แข่งขันในอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมที่อยู่มีการแข่งขันสูงเป็นจุดอ่อนของธุรกิจ อุตสาหกรรมที่อยู่มีการแข่งขันน้อยเป็นจุดแข็งของธุรกิจ

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ทางด้านการบริหาร ด้านการจัดการด้านการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรม ด้านความสามารถในการแข่งขัน และด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวมาทั้งหมด มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม การที่จะสร้างความได้เปรียบของธุรกิจ จึงจำเป็นต้องอาศัยหลักทฤษฎีทั้งหมดที่กล่าวมา มาเป็นแนวทางในการบริหารดำเนินงานทั้งภายใน ภายนอก เพื่อเกิดการได้เปรียบทางธุรกิจ การบริหารงานภายในจะใช้แนวในทฤษฎี ทางด้านการบริหาร ด้านการจัดการ ทั้งการบริหารคน ในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนั้นจำเป็นต้องมีการบริหารเพื่อบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในระบบองค์กรภายใน เมื่อบุคลากรในหน่วยงานแต่ละคนได้ปฏิบัติงานด้านการที่มีทักษะ ความรู้ และด้วยความรับผิดชอบกระตือรือร้นจนบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้แล้ว วัตถุประสงค์และเป้าหมายของหน่วยงานก็จะสำเร็จได้ การมีทิศทาง หรือเป้าหมายเดียวกันจึงเป็นสิ่งสำคัญ ผู้บริหารจะต้องกำหนดทิศทาง วางแผนนโยบาย ตั้งวัตถุประสงค์ขององค์กรให้ชัดเจน และมีหลักความมั่นคงในตำแหน่งงานของบุคลากร เป็นหลักความมั่นคงในตำแหน่งงานของบุคลากร เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนบุคลากรพัฒนานักบริหารนอกจากนี้ต้องมีการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก สภาพตลาดการแข่งขันของธุรกิจ สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นตัวกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ วิเคราะห์เพื่อรับมือที่จะต้องเผชิญจำเป็นต้องมีการพัฒนากลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน โดยใช้แนวคิดทฤษฎี ด้านความสามารถในการแข่งขัน และด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นการวิเคราะห์คู่แข่ง และศึกษาความต้องการของผู้บริโภค เน้นการบริการ และความสามารถในการตอบสนองผู้บริโภคว่าสามารถทำได้มากน้อยเพียงใด ยิ่งถ้ามา

ก็จะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันมาก จึงมีการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันที่จะสร้างสินค้าหรือบริการให้ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นกรอบแนวคิดชั่วคราว (Tentative conceptual framework) กระทำโดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีการบริหารและการจัดการ ตลอดจนผลงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ และข้อมูลเบื้องต้น มาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิด ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

1. ประชากร ได้แก่ 1) ข้าราชการจากหน่วยงานของรัฐและนักวิชาการสาขาวิชาการโรงแรม และ 2) ผู้ประกอบการ/กรรมการผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการโรงแรม
2. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) ข้าราชการจากหน่วยงานของรัฐ จำนวน 6 คน และนักวิชาการสาขาวิชาการโรงแรม จำนวน 6 คน และ 2) ผู้ประกอบการ/กรรมการผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการโรงแรม จำนวน 14 คน รวมทั้งสิ้น 26 คน กลุ่มตัวอย่างได้จากการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา Content Analysis

ผลการศึกษาพบว่า

การเข้ามาในตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่สิ่งที่จะต้องกังวลเมื่อมีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นในพื้นที่ใกล้เคียงคือการดึงพนักงานประจำที่มีความสามารถในโรงแรมไป ไม่ใช่การแย่งลูกค้า ผู้บริการจึงควรเน้นในเรื่อง

ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ต้องมีผลตอบแทน สวัสดิการให้กับพนักงาน การสร้างความภาคภูมิใจ และการมองผู้ประกอบการรายใหม่ไม่ให้เป็นคู่แข่ง แต่ให้มองว่าเป็นคู่หูหรือพันธมิตรทางธุรกิจ

อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตควรมีการรวมตัวกันของผู้บริหารในพื้นที่เดียวกัน เพื่อประชุมปรึกษาในเรื่องของราคาสินค้าที่สั่งซื้อเข้าโรงแรม เนื่องจากโรงแรมจะต้องสั่งซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบคล้ายกันหรือชนิดเดียวกัน มีการนัดประชุมปรึกษารวมตัวกันซื้อสินค้าพร้อมกัน เพื่อต่อรองกับผู้ขายให้ได้ราคาสินค้าที่ต่ำลง และในส่วนที่ไม่มีการรวมตัวกันระหว่างผู้ประกอบการ จะใช้วิธีการเปลี่ยนผู้ขายอยู่เป็นประจำ เพื่อเป็นการได้ทดลองใช้สินค้าเจ้าอื่นเพื่อคุณภาพที่ดีกว่า และเพื่อให้มีอำนาจการต่อรองจากผู้ขายเจ้าเดิมเพิ่มมากขึ้น

อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องการความคุ้มค่า คุ้มราคากับเงินที่จ่ายไป วิธีการเจรจากับลูกค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาติดต่อสอบถามรายละเอียด เมื่อมีการต่อรองเกิดขึ้น ทางโรงแรมไม่จำเป็นต้องลดราคาให้กับลูกค้า มีการศึกษาพฤติกรรมลูกค้าและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ให้กับลูกค้าเพิ่มขึ้น เช่น กรณีที่ลูกค้าเป็นคู่ฮันนีมูน ในส่วนของห้องพัก อาจจะเพิ่มเทียนไขจุดในห้อง ผ้าเช็ดตัววางเป็นรูปหัวใจ กรณีห้องอบรมสัมนาน มีการเพิ่มเวลาในการใช้ห้องอบรม เพิ่มดอกไม้จัดในห้องอบรม สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่มืออยู่แล้ว ไม่ก่อให้เกิดต้นทุน แต่สามารถสร้างคุณค่าให้ลูกค้ารู้สึกมีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย

สภาพแรงกดดันจากคู่แข่งทางอ้อมประเภท ขนาด ราคา ของโรงแรม เป็นตัวกำหนดฐานลูกค้าอย่างชัดเจน คู่แข่งทางอ้อมจึงไม่สามารถเข้ามาแย่งลูกค้าหรือเข้ามาทำให้มีผลกระทบกับโรงแรมได้

อภิปรายผล

การจัดการธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องมีการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ของโรงแรมให้ชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรให้ไปถึงเป้าหมาย นโยบายและวัตถุประสงค์ที่ดีสามารถตอบสนองความต้องการมุ่งเน้นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นหลักและเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคร ซึ่งสอดคล้องกับ นิดา ตันติรัตนสุนทร (2548) เรื่อง คุณภาพในการให้บริการที่ดีในธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรม ศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูงของโรงแรมต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ในการให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า คือ 1) การมีกระบวนการให้บริการที่ชัดเจนในด้านคุณภาพ 2) การให้บริการนั้นเป็นสิ่งที่แตกต่างจากการที่คู่แข่งอื่นไม่มี ซึ่งถือเป็นการได้เปรียบในการแข่งขันด้านการให้บริการ และ 3) ต้องสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

ความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม จำเป็นจะต้องเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค ในธุรกิจโรงแรม เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการเป็นหลักที่จะขับเคลื่อนให้ธุรกิจนี้เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเกี่ยวเนื่องกับพนักงานที่ให้บริการโดยตรง ความพร้อมและทักษะของพนักงานที่ให้บริการจึงสำคัญในการประกอบธุรกิจ ลำดับต่อมาที่สำคัญธุรกิจโรงแรมมีความเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยงานทางภาครัฐควรมีการเน้นในเรื่องของชุมชน สร้างจุดเด่นของพื้นที่ให้ชัดเจนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศมาเที่ยวในท้องถิ่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ จูเรีย นีเยส และ เมอร์เซเดสกีการ่า-ไซเพลส (2015) ได้ทำการศึกษา เรื่องนวัตกรรมการจัดการในอุตสาหกรรมโรงแรม จากการศึกษาพบว่าการศึกษเกี่ยวกับนวัตกรรมการจัดการมีความเกี่ยวข้องกันในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา นวัตกรรมการจัดการในอุตสาหกรรมบริการ ในบริบทภายในของบริษัท จะมีการวิเคราะห์ความรู้ความสามารถและทักษะของพนักงานรวมทั้งความสามารถในการรวบรวมความรู้ของบริษัท ในการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าด้านการท่องเที่ยวและตัวแทน การเปลี่ยนแปลงภายนอกที่มีต่อ

การพัฒนานวัตกรรมการจัดการ ข้อมูลที่ได้จากหนึ่งร้อยเก้า บริษัท ที่ประกอบธุรกิจโรงแรมในสเปนแสดงให้เห็นว่า ทั้งทรัพยากรภายในและความสัมพันธ์กับตัวแทนการเปลี่ยนแปลงภายนอกจะเป็นตัวกำหนดแนวทางการจัดการ อย่างไรก็ตามการจัดการความรู้ที่จัดทำโดยภายนอกไม่ได้มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมด้านการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม จำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบทั้งภายในและภายนอกของโรงแรม ภายใน คือ การลดต้นทุนการผลิต การติดต่อกับผู้ขายปัจจัยการผลิตเพื่อให้ได้เปรียบนั้น ต้องมีการรวมตัวของผู้ประกอบการในพื้นที่เดียวกันซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบจากผู้ขายเพื่อให้ได้เปรียบในการต่อรองเรื่องราคา ส่วนภายนอก ต้องปรับปรุงโรงแรมให้เข้ากับสังคมปัจจุบันที่ทันสมัย ปัจจุบันมีการรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม จึงควรมีนโยบายหรือแผนปฏิบัติให้เป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) เพื่อเป็นจุดสนใจ ดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ จอห์น เอฟ.ไมริโน-อะโซริน และคณะ (2015) ได้ทำการศึกษา เรื่องผลกระทบของการจัดการด้านคุณภาพและสิ่งแวดล้อมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน การศึกษาแบบผสมผสานในอุตสาหกรรมโรงแรม พบว่า วิธีการแบบผสมผสานที่มีการสัมภาษณ์ผู้จัดการโรงแรม 13 แห่ง ตามมาด้วยการศึกษาเชิงปริมาณของผู้จัดการเพิ่มเติมอีก 355 คน ผลการศึกษาพบว่าการจัดการด้านคุณภาพและการจัดการสิ่งแวดล้อมช่วยให้สร้างสามารถทางการแข่งขันได้ทั้งด้านต้นทุนและด้านความแตกต่าง เพิ่มการดำเนินงานของการจัดการคุณภาพมากขึ้น ความเป็นไปได้ในการปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้าให้ดีขึ้นลดข้อผิดพลาดในการให้บริการ เพิ่มคุณภาพของบริการที่น่าเสนอและปรับปรุงความพึงพอใจของพนักงาน นอกจากนี้การจัดการคุณภาพยังช่วยลดอุปสรรคในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านรัฐบาล เช่น กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สมาคมโรงแรมไทย ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจกำหนดนโยบาย เป้าหมาย ในการสนับสนุน ส่งเสริม ให้ความช่วยเหลือที่สอดคล้องกับความต้องการในการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการ ผู้บริหาร
2. ด้านเอกชน หน่วยงาน องค์กร สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องนำผลการศึกษาวินิจฉัยไปใช้ในการจัดการเพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการในการจัดการความรู้ธุรกิจโรงแรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น
3. ด้านการศึกษา เป็นตัวอย่างในการเรียนรู้และใช้สำหรับการเรียนการสอน เช่น นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการได้นำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นสารสนเทศสำหรับศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมและยังนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างและพัฒนาหลักสูตรให้กับสถาบันการศึกษา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ในปัจจุบันมีโรงแรมที่ไม่ได้มาตรฐานและไม่มีใบอนุญาตประกอบกิจการโรงแรมเป็นจำนวนมากภาครัฐควรเข้ามาตรวจสอบการประกอบธุรกิจโรงแรมที่ผิดกฎหมายให้มากขึ้น เนื่องจากโรงแรมเหล่านี้ไม่มีมาตรฐานในการก่อสร้าง การรักษาความปลอดภัย ไม่ตรงกับรูปแบบมาตรฐานที่ตั้งไว้ ต้นทุนการสร้างโรงแรมเหล่านี้จึงถูกกว่า

โรงแรมที่มีใบอนุญาต และราคาขายจึงถูกกว่า ภาครัฐควรเข้ามาตรวจสอบเพื่อความปลอดภัยของผู้เข้าพัก และในแง่ของการแข่งขัน เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ประกอบการ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2560, จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114 สำนักบริหารการคำัญพืชและสินค้าข้อตกลง กรมการค้าต่างประเทศ. (2549, พฤศจิกายน).
- นิภา วธวนิชกุล. (2550). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับงานโรงแรม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประหัสชัย ระมาศ; และสุทธิชัย พิสุทธิเสวีวงศ์. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเรียกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา: โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี. กรุงเทพฯ: หุสน์สนนเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ปาริชาติ แก้วสินธุ์. (2550). การศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภูมิ มูลศิลป์. (2555). ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจโฮมสเตย์. กรุงเทพฯ: คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2546). การบริหาร. กรุงเทพฯ: เอิร์ดเวฟ เอ็ด ดูเคชั่น.
- สมยศ นาวิการ. (2548). การบริหารและพฤติกรรมองค์กร เรื่องการจูงใจ:จากแนวความคิดไปสู่การประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณกิจ.
- สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. (2555-2559). กรกฎาคม 2558.
- Jose, F. Molina-Azorin. (2015). The Effects of Quality and Environmental Management on Competitive Advantage: A Mixed Methods Study in the Hotel Industry. Contents Lists Available at Science Direct Tourism Management. 50: 41-54.
- Julia Nieves & Mercedes Segarra-Cipres. (2015). Management innovation in the hotel Industry. Contents lists available at Science Direct Tourism Management. 46: 51-58.
- Michael, E. Porter. (1980). Competitive Strategy. New York: The Free Press.
- _____. (1990). The Competitive Advantage of Nations: With a New Introduction. New York: Free Press.
- Nida, Tuntirattanasoontorn. (2005). Literature Review of Service Quality Improvement in the Hotel Industry. D. B. A. Thesis. International Hotel and Tourism Management, University of South Australia.

NBUS007: สภาพทั่วไปของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส แอลพีจี

THE MANAGEMENT FACTORS INFLUENCING ON COMPETITIVE ADVANTAGE BUILDING UP OF LPG GAS STATION BUSINESS

มาริสสา เจริญเศรษฐกิจ¹ อนันต์ ธรรมชาลัย² ตระกูล จิตวัฒนกร³

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่อง “สภาพปัจจุบันในการจัดการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีบริการแก๊ส แอลพีจี” มีวัตถุประสงค์ในการการศึกษา เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันในการจัดการเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจปั๊มแก๊ส LPG กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสถานบริการแก๊สแอลพีจี จำนวน 320 คน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 59.70 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 34.40 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48.80 และตำแหน่งหัวหน้างาน ร้อยละ 59.70 เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท ร้อยละ 49.70 รองลงมา มีเงินทุนจดทะเบียนระหว่าง 5-10 ล้านบาท ร้อยละ 41.60 และจำนวนพนักงานต่ำกว่า 10 คน ร้อยละ 78.80 รองลงมา มีพนักงาน 10-20 คน ร้อยละ 14.40 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจอยู่ระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 43.10 รองลงมา มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 41.60 และบริษัทตัวแทนจำหน่ายของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 28.40 รองลงมาคือ บริษัท เวิลด์แก๊ส (ประเทศไทย) จำกัด ร้อยละ 22.80

2. ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG ที่มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายต่างกัน จะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG ที่มีทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่าไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: สภาพปัจจุบันในการจัดการ, ความได้เปรียบในการแข่งขัน, ผู้ประกอบการธุรกิจสถานีบริการแก๊ส แอลพีจี

Abstract

The academic journal on “The management factors influencing on Competitive Advantage building up of LPG Gas Station Business” aims to analyze management factors impacting on Competitive Advantage building up LPG Gas Station Business. The samplings of the research are 320 representatives

of LPG Gas Station Business. In order to reach the objective of the research, both descriptive statistics and inferential statistics are used.

There are 2 main findings as follows:

1. The demographic data of the respondents can be summarized as follows. The 59.7 of respondents are male. In terms of age, 34.4 percent of respondents are between 31-40 years old. In terms of education, 48.8 percent of respondents graduated Bachelor's degree. In terms of carrier, 59.7 of them are supervisor. In terms of authorized capital of the business, 49.5 percent of them have authorized capital less than 5 million Baht and 41.6 percent of them have authorized capital between 5-10 million Baht. For the number of staff, 78.8 percent of them have less than 10 staff in their business and 14.4 percent of them have 10-20 staff in their business. In terms of the duration of the business, 43.1 percent of them are 6-10 years and 41.6 percent of them are 1-5 years. For the name of company, 28.4 percent of them are dealers of PTT Public Company Limited and 22.8 percent of them are dealers of World Gas (Thailand) Company Limited.

2. The different company of the LPG Gas Station has influence on the competitive advantage with significant difference at .01 levels. However, the authorized capital, number of staff and duration of the business do not have any impacts on the competitive advantage of LPG Gas Station business.

Keywords: Management Factors, Competitive Advantage, LPG Gas Station Business

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แก๊ส LPG ที่ใช้ในรถยนต์ถือเป็นพลังงานทางเลือกชนิดหนึ่งที่มีความนิยมทั่วโลก โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศ ทั้งสหรัฐอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย และเอเชีย ซึ่งรัฐบาลของแต่ละประเทศ ต่างให้การสนับสนุนให้ประชาชนได้ติดตั้งระบบแก๊ส LPG วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันที่สะอาดกว่า ลดการปล่อยมลพิษทางอากาศ และลดค่าครองชีพของประชาชน ส่วนนโยบายที่รัฐบาลในต่างประเทศสนับสนุนการให้ประชาชนใช้แก๊ส LPG นั้น ได้แก่ การสนับสนุนช่วยเหลือค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง การลดภาษีสรรพสามิตตามค่าการปล่อยก๊าซพิษทางอากาศ หรือการลดอัตราค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนในเชียงใหม่ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีอีกหลายประเทศ ที่ผู้นำประเทศ ต่างมีวิสัยทัศน์และส่งเสริมให้ประชาชนได้ใช้แก๊ส LPG อย่างกว้างขวาง ทั้งในออสเตรเลีย หรือแม้แต่ในกลุ่มประเทศเอเชียเอง เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย เป็นต้น ส่งผลให้ปัจจุบันมีรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยแก๊ส LPG มากกว่า 23 ล้านคันทั่วโลก โดยมากกว่าร้อยละ 50 เป็นรถยนต์ส่วนบุคคลหรือรถครอบครัวทั่วไป อีกทั้งผลการสำรวจข้อมูลจาก World LP Gas Association (WLPGA) พบว่า ในช่วง 25 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจปั๊มแก๊ส LPG มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากต่อไปอีกหลายปี โดยตัวเลขการใช้งานแก๊ส LPG ในปี พ.ศ. 2554 มีปริมาณการใช้แก๊ส LPG ในจีน เกาหลีใต้ ซาอุดีอาระเบีย ญี่ปุ่น และอินเดีย โดยเฉพาะความต้องการใช้และการขยายตัวของกลุ่มยานยนต์ที่ใช้แก๊ส LPG (Autogas) มีปริมาณการใช้ทั่วโลกสูงถึง 23.7 ล้านตัน สูงขึ้น ร้อยละ 3 จากปีก่อน นอกจากรถยนต์ติดตั้งแก๊ส LPG จะเป็นที่นิยมในหลายประเทศ ยังพบว่า ในประเทศอังกฤษ นอกจากประชาชนจะนิยมใช้แก๊ส LPG แล้ว สมเด็จพระราชินีนาถ อลิซาเบทที่ 2 แห่ง

ราชวงศ์อังกฤษ ยังทรงใช้แก๊ส LPG ในรถยนต์พระที่นั่งส่วนพระองค์มากกว่า 10 ปี ด้วยคำกล่าวของพระองค์ที่ว่า LPG ถูกและสะอาดกว่าการใช้น้ำมัน และในอังกฤษนั้นก็มีสถานีปั๊มแก๊ส LPG สำหรับรถยนต์กว่า 1.5 พันสถานี เพื่อรองรับจำนวนรถยนต์ติดแก๊ส LPG ที่สูงถึง 1.56 แสนคัน และรัฐบาลอังกฤษยังสนับสนุนการใช้แก๊ส LPG ในรถยนต์ส่วนบุคคลโดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเชื้อเพลิงสำหรับรถที่ใช้ แก๊ส LPG ที่ถูกกว่าภาษีเชื้อเพลิงประเภทน้ำมัน (Petrol) ด้วย ระบบแก๊ส LPG เป็นระบบเชื้อเพลิงที่ปลอดภัย และประหยัด รักษาสมรรถนะกำลังของเครื่องยนต์ได้เหมือนระบบน้ำมัน ด้วยการเลือกใช้อุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน ติดตั้งจากสถานบริการติดตั้งที่ได้มาตรฐาน ได้รับการรับรองจากกรมขนส่งทางบก ซึ่งเป็นเชื้อเพลิงพลังงานทางเลือกที่สะดวกในการเติมเชื้อเพลิง ด้วยสถานีบริการกว่า 2,000 แห่งทั่วประเทศ และเครือข่ายของผู้ประกอบการติดตั้ง บำรุงรักษารถยนต์ระบบแก๊ส LPG ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ

ประการที่ 1 ธุรกิจสถานีปั๊มแก๊ส LPG ถือว่ามีความคึกคักเป็นอย่างมาก โดยผู้ประกอบการต่างเร่งขยายจำนวนสถานีบริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับปริมาณรถยนต์ภายในประเทศที่หันมาติดตั้งแก๊ส LPG กันมากขึ้น โดย ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2559 มีจำนวนสถานีปั๊มแก๊ส LPG ทั่วประเทศถึง 1,864 สถานี ขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 900 แห่งในช่วงสิ้นปี พ.ศ. 2557 เห็นได้ว่าจำนวนเพิ่มขึ้น 1 เท่าตัว แต่ทว่าจำนวนสถานีปั๊มแก๊ส LPG ที่เพิ่มขึ้นตามพื้นที่ต่างๆ อย่างรวดเร็วนี้ ได้ก่อให้เกิดการแข่งขันเพื่อช่วงชิงผู้ใช้บริการที่รุนแรงมากขึ้นกว่าในอดีต สาเหตุที่ทำให้สถานีปั๊มแก๊ส LPG ขยายตัวมากขึ้นเนื่องมาจากนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นมา สถานีปั๊มแก๊ส LPG ในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตไม่ต่ำกว่าปีละร้อยละ 20 ซึ่งการเติบโตสามารถสังเกตได้ชัดเจนนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ที่มีจำนวนสถานีบริการเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2554 ถึง 98 สถานี คิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 46 การขยายตัวของสถานีบริการแก๊ส LPG มาปรากฏเด่นชัดอีกครั้งในปี พ.ศ. 2559 นี้ ซึ่งในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนสถานีบริการแก๊ส LPG เปิดให้บริการเพิ่มขึ้นถึง 42 สถานี ซึ่งเพิ่มขึ้นมากกว่าในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาถึงกว่าปีละ 50 สถานี ซึ่งปัจจัยหลักที่สำคัญในการขยายตัวก็คือ ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้นเป็นผลให้ต้นทุนราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นด้วย ราคาขายปลีกน้ำมันทั้งเบนซินออกเทน 95 ออกเทน 91 และดีเซลในประเทศไทยมีการปรับตัวสูงมากขึ้นจากปี พ.ศ. 2557 ซึ่งได้ทำให้อาณานิคมสำเร็จรูปต่างๆ มีราคาสูงอย่างต่อเนื่องและไม่มีทีท่าจะลดลง และถ้าเปรียบเทียบกับราคาน้ำมันในอดีตช่วงปรับราคาโครงสร้างราคาพลังงาน และในช่วงกลางปี พ.ศ. 2557 ที่ราคาน้ำมันยังคงอยู่ในระดับสูง ส่วนต่างของราคาก็ยิ่งมากขึ้น ราคาน้ำมันสูงกว่าราคาแก๊ส LPG มากกว่าหนึ่งเท่าตัว ดังนั้น ประชากรจำนวนมากจึงหันไปใช้แก๊ส LPG ส่งผลให้ผู้ประกอบการปรับแผนการจำหน่ายแก๊ส LPG เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการจึงเริ่มให้ความสนใจเปิดให้บริการกันมากขึ้น

ตาราง 1 ยอดสถิติรถยนต์จดทะเบียนที่ใช้แก๊ส LPG และ NGV

ปี	LPG (คัน)	NGV (คัน)
2553	666,294	189,130
2554	833,028	260,768
2555	1,001,571	323,892
2556	1,132,963	390,844
2557	1,234,110	412,746

ที่มา: กรมขนส่งทางบก (2559, 30 มิถุนายน)

ประการที่ 2 ต้นทุนการประกอบกิจการที่ไม่สูงมากนัก สถานีบริการก๊าซ LPG หนึ่งแห่งจะใช้เงินลงทุนโดยประมาณ 5-10 ล้านบาท ซึ่งถือว่าต่ำกว่าการลงทุนในสถานีบริการก๊าซ NGV ที่จะต้องใช้เงินลงทุนประมาณสถานีละ 40 ล้านบาท ดังนั้น เมื่อคำนึงถึงค่าใช้จ่ายทางด้านต้นทุนการดำเนินกิจการแล้ว ผู้ประกอบการที่พิจารณาจะเปิดให้บริการสถานีก๊าซสำหรับรถยนต์ส่วนมากจึงตัดสินใจที่จะจำหน่ายแก๊ส LPG มากกว่าก๊าซ NGV

ประการที่ 3 ค่าการตลาดสูง ค่าการตลาดของการจำหน่ายแก๊ส LPG ที่ผู้ประกอบการสถานีจำหน่ายก๊าซ LPG แต่ละรายจะได้รับจากแก๊ส LPG แต่ละลิตรค่อนข้างสูงและแน่นอนไม่ผันผวน เมื่อเปรียบเทียบกับค่าการตลาดของน้ำมัน จึงทำให้รายรับของผู้ประกอบการสถานีปั๊มแก๊ส LPG ค่อนข้างที่จะแน่นอน ค่าการตลาดสำหรับแก๊ส LPG มีค่าคงที่เฉลี่ยอยู่ที่กิโลละ 3.25 บาท ซึ่งสูงกว่าค่าการตลาดเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์น้ำมันจะมีค่าการตลาดเพียงลิตรละไม่เกิน 2 บาท โดยข้อมูลจากกรมธุรกิจพลังงานแจ้งว่าสำหรับสถานีบริการปั๊มแก๊ส LPG ในประเทศไทยปัจจุบันมีรวมทั้งสิ้น 1,864 แห่งนั้น แบ่งเขตตามภูมิภาคได้ 6 ภูมิภาค ดังต่อไปนี้ ภาคกลาง 939 แห่ง ภาคอีสาน 361 แห่ง ภาคตะวันออก 215 แห่ง ภาคใต้ 137 แห่ง ภาคเหนือ 110 แห่ง ภาคตะวันตก 102 แห่ง หนังสือพิมพ์บ้านเมือง (2558, 5 ตุลาคม)

ตาราง 2 จำนวนสถานีปั๊มแก๊ส LPG แบ่งตามเขตภูมิภาค

ภาค	จำนวน(แห่ง)	ร้อยละ
ภาคกลาง	939	50.37
ภาคอีสาน	361	19.36
ภาคตะวันออก	215	11.53
ภาคใต้	137	7.34
ภาคเหนือ	110	5.90
ภาคตะวันตก	102	5.47
รวมทั่วประเทศ	1,864	100

ที่มา: กรมธุรกิจพลังงาน (2559, 31 สิงหาคม)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจทำวิจัยเรื่อง สภาพทั่วไปของสถานประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส แอลพีจี ซึ่งได้นำเสนอในส่วนของ ปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ที่แตกต่างกัน และสามารถนำไปวางแผนการบริหารจัดการให้ผู้ประกอบการธุรกิจปั๊มแก๊ส LPG ทราบถึงความได้เปรียบในการแข่งขันของไทยเป็นอย่างไร และมีปัจจัยอะไรส่งผลกระทบต่อความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจปั๊มแก๊ส LPG และนำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทางการแข่งขันทางธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG และผลวิจัยที่ได้สามารถนำไปวิเคราะห์และนำเสนอกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจปั๊มแก๊ส LPG ในประเทศไทย

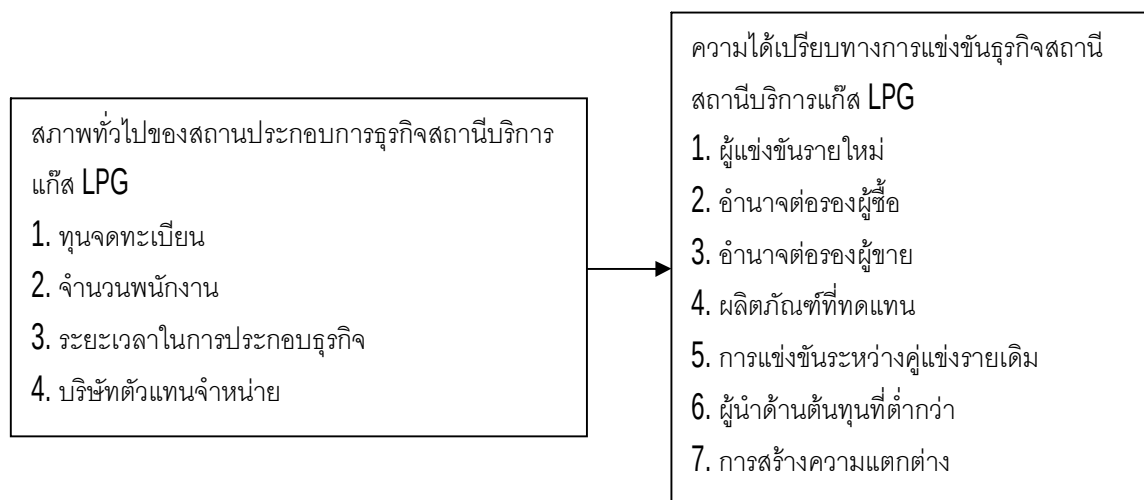
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของสถานประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG

สมมติฐานในการวิจัย

ปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันที่แตกต่างกัน ของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากร ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาสภาพทั่วไปของสถานประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจปั๊มแก๊ส LPG จาก ผู้ประกอบการ/กรรมการผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการ ปั๊มแก๊สทั่ว

ประเทศไทยทั้งหมดจำนวน 1,864 คน โดยการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี และ มอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970: 607-610) ได้กลุ่มตัวอย่าง 320 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยศึกษาตัวแปรต่างๆ ตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย โดยศึกษาและเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ ซึ่งฐานข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ข้อมูลจากกรมธุรกิจพลังงาน ปี พ.ศ. 2559

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คุณลักษณะบุคลากร ประกอบด้วย พุนจดทะเบียนจำนวนพนักงาน ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ และบริษัทตัวแทนจำหน่าย

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจปัมแก๊ส LPG ปัจจัยการสร้างความได้เปรียบ ได้แก่ ผู้แข่งขันรายใหม่ อำนาจต่อรองผู้ซื้อ อำนาจต่อรองผู้ขาย ผลกระทบที่ทดแทน การแข่งขันระหว่างคู่แข่งรายเดิม ผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า และการสร้างความแตกต่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบเก็บข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และมีประสบการณ์ในเรื่องสมรรถนะการจัดการของสถาบันการศึกษา พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence Index: IOC) และค่าการหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรการคำนวณค่าแอลฟาของ ครอนบัทซ์ (Cronbach's alpha) มากกว่า 0.7 ซึ่งถือว่า แบบสอบถามมีความเหมาะสมในการนำมาใช้ประโยชน์ในงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล จากคณบดีบัณฑิต ถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง บุคลากรในสถานประกอบการธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ทั่วประเทศ ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 320 คน และตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลจากแบบสอบถาม ก่อนที่จะนำมาประมวลผล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG โดยวิธีการพรรณนาจากเนื้อหาและค่าสถิติบรรยาย วิเคราะห์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG แยกตามปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA วิเคราะห์โดยใช้สถิติ F test

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการ/กรรมการผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ/ผู้จัดกร ทั้งหมด จำนวน 320 คน และข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG แยกตามความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ได้ผลสรุปดังตาราง 1-2

ตาราง 1 จำนวนร้อยละ ของข้อมูลปัจจัยทั่วไปของผู้ประกอบการสถานบริการแก๊ส LPG

n = 320

ปัจจัยทั่วไปของผู้ประกอบการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. จำนวนพนักงาน		
1.1 ต่ำกว่า 10 คน	252	78.80
1.2 10-20 คน	46	14.40
1.3 21-30 คน	10	3.10
1.4 มากกว่า 30 คน ขึ้นไป	12	3.80
2. ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ		
2.1 1-5 ปี	133	41.60
2.2 6-10 ปี	138	43.10
2.3 11-15 ปี	26	8.10
2.4 15 ปี ขึ้นไป	23	7.20
3. บริษัทตัวแทนจำหน่าย		
3.1 บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	91	28.40
3.2 บริษัท สยามแก๊ส แอนด์ปิโตรเคมีคัลส์ จำกัด (มหาชน)	70	21.90
3.3 บริษัท เวิลด์แก๊ส (ประเทศไทย) จำกัด	73	22.80
3.4 บริษัท ยูนิคแก๊ส	14	4.40
3.5 บริษัท ปิคนิคคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	16	5.00
3.6 บริษัท เซฟรอน (ไทย) จำกัด	8	2.50
3.7 บริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด	5	1.60
3.9 อื่นๆ	43	13.40
โดยรวม	320	100

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 5 ล้านบาท ร้อยละ 49.70 รองลงมา มีเงินทุนจดทะเบียนระหว่าง 5-10 ล้านบาท ร้อยละ 41.60 และจำนวนพนักงานต่ำกว่า 10 คน ร้อยละ 78.80 รองลงมา มีพนักงาน 10-20 คน ร้อยละ 14.40 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจอยู่ระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 43.10 รองลงมา มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 41.60 และบริษัทตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 28.40 รองลงมา คือ บริษัท เวิลด์แก๊ส (ประเทศไทย) จำกัด ร้อยละ 22.80 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG แยกตามปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG แยกตามปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA วิเคราะห์โดยใช้สถิติ F test ดังตาราง 2-3

ตาราง 2 การวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG จำแนกตามบริษัทตัวแทนจำหน่าย

ตัวแปร	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ผู้แข่งขันรายใหม่	ระหว่างกลุ่ม	11.634	7	1.662	3.471**	.001
	ภายในกลุ่ม	149.381	312	0.479		
	รวม	161.016	319			
2. อำนาจต่อรองผู้ซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	4.163	7	0.595	1.366	.219
	ภายในกลุ่ม	135.789	312	0.435		
	รวม	139.952	319			
3. อำนาจต่อรองผู้ขาย	ระหว่างกลุ่ม	12.443	7	1.778	2.892**	.006
	ภายในกลุ่ม	191.741	312	0.615		
	รวม	204.184	319			
4. ผลิตภัณฑ์ที่ทดแทน	ระหว่างกลุ่ม	8.682	7	1.240	2.760**	.009
	ภายในกลุ่ม	140.233	312	0.449		
	รวม	148.916	319			
5. การแข่งขันระหว่างคู่แข่งรายเดิม	ระหว่างกลุ่ม	8.056	7	1.151	2.566*	.014
	ภายในกลุ่ม	139.909	312	0.448		
	รวม	147.965	319			
6. ผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า	ระหว่างกลุ่ม	34.124	7	4.875	5.840**	.000
	ภายในกลุ่ม	260.441	312	0.835		
	รวม	294.565	319			
7. การสร้างความแตกต่าง	ระหว่างกลุ่ม	8.787	7	1.255	2.649*	.011
	ภายในกลุ่ม	147.821	312	0.474		
	รวม	156.608	319			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	10.313	7	1.473	4.026**	.000
	ภายในกลุ่ม	114.175	312	0.366		
	รวม	124.188	319			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 การวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG จำแนกตามบริษัทตัวแทนจำหน่าย พบว่า บริษัทตัวแทนจำหน่ายแตกต่างกัน ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG ด้านผู้แข่งขันรายใหม่ ด้านอำนาจต่อรองผู้ขาย ด้านผลิตภัณฑ์ที่ทดแทน ด้านการแข่งขันระหว่างคู่แข่งรายเดิม ด้านผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า ด้านการสร้างความแตกต่าง และโดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = .05$

ตาราง 3 การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ F test การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของปัจจัยข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสถานบริการแก๊ส LPG ที่แตกต่างกัน ความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG

ปัจจัยข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ	ค่าสถิติ	p-value	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ทุนจดทะเบียน	0.328	.683	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
2. จำนวนพนักงาน	0.440	.725	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	1.625	.183	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
4. บริษัทตัวแทนจำหน่าย	4.026**	.000	มีนัยสำคัญทางสถิติ

** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01

สรุป ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสถานบริการแก๊ส LPG ที่มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายต่างกัน จะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสถานบริการแก๊ส LPG ที่มีทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่าไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “สภาพทั่วไปของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานบริการแก๊ส แอลพีจี” ผู้วิจัยขอค้นพบประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทั่วไปของสถานประกอบการสถานบริการแก๊ส LPG สรุปประเด็นสำคัญได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 5 ล้านบาท ร้อยละ 49.70 รองลงมา มีเงินทุนจดทะเบียนระหว่าง 5-10 ล้านบาท ร้อยละ 41.60 และจำนวนพนักงานต่ำกว่า 10 คน ร้อยละ 78.80 รองลงมา มีพนักงาน 10-20 คน ร้อยละ 14.40 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจอยู่ระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 43.10 รองลงมา มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 41.60 และบริษัทตัวแทนจำหน่ายของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 28.40 รองลงมาคือ บริษัท เวิลด์แก๊ส (ประเทศไทย) จำกัด ร้อยละ 22.80 ตามลำดับ

2. ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG ที่ได้รับผลจากปัจจัยข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสถานบริการแก๊ส LPG ที่มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายต่างกัน จะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานบริการแก๊ส LPG แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสถานบริการแก๊ส LPG ที่มีทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบัณฑิต ธนกร มีศิริ (2558) เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเลือกติดตั้งอุปกรณ์แก๊สรถยนต์ LPG ในจังหวัดเพชรบุรี ตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการรถยนต์ติดแก๊ส LPG จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกรรมมีแรงจูงใจในการเลือกติดตั้งอุปกรณ์ที่ แตกต่างกัน

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านปัจจัยข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG พบว่าบริษัทตัวแทนจำหน่ายมีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ผู้แข่งขันรายใหม่ อำนาจต่อรองผู้ขาย ผลิตภัณฑ์ที่ทดแทน การแข่งขันระหว่างคู่แข่งรายเดิม ผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า และการสร้างความแตกต่าง ดังนั้นการจัดการธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG จึงควรคำนึงถึงปัจจัยข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการในด้านผู้แข่งขันรายใหม่ อำนาจต่อรองผู้ขาย ผลิตภัณฑ์ที่ทดแทน การแข่งขันระหว่างคู่แข่งรายเดิม ผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า และการสร้างความแตกต่างให้มีความเหมาะสมต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจสถานีบริการแก๊ส LPG ให้มีประสิทธิภาพ

2. สถานประกอบการสถานีบริการแก๊ส LPG สามารถนำงานวิจัยที่ได้ค้นพบนี้ไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อให้เกิดประโยชน์ และสามารถนำไปวางแผนการบริหารจัดการ ในการกำหนดทิศทางการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ สถานีบริการแก๊ส LPG และผลวิจัยที่ได้สามารถนำไปวิเคราะห์และนำเสนอกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจปั๊มแก๊ส LPG ในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

ในธุรกิจปั๊มแก๊ส LPG นั้นมีข้อจำกัดอยู่มากในด้านนโยบายภาครัฐและการเข้ามาควบคุมการทำงาน จึงควรมีการวิจัยข้อจำกัดในการบริหารจัดการสถานีบริการปั๊มแก๊ส LPG และผลกระทบต่อการดำเนินกิจการ พร้อมทั้งศึกษารอบการทำงานภายใต้นโยบายของรัฐบาลให้ชัดเจน จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่จะเข้ามาดำเนินกิจการ และเป็นการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการดำเนินกิจการ ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการได้อย่างครบถ้วนเหมาะสม

นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยทางยุทธศาสตร์ สถานที่ตั้ง และการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน เพราะถือเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการดำเนินกิจการ หากทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม การวิเคราะห์ภาพรวมของการจราจร หรือพื้นที่ใช้งานนั้นไม่นิยมการใช้แก๊ส LPG นั้นเลย ก็จะเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการในการประกอบกิจการในสถานที่นั้นๆ ได้

บรรณานุกรม

- กรมการขนส่งทางบก. (2552). การใช้รถที่ใช้แก๊ส LPG และ CNG เป็นเชื้อเพลิง. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- กรมธุรกิจพลังงาน (2553). ส่วนแบ่งการตลาด. เปรียบเทียบการจำหน่ายน้ำมัน.
- กองนโยบายและแผนพลังงานสำนักคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ. (2543). แก๊สธรรมชาติสำหรับยานยนต์. สืบค้นเมื่อ สิงหาคม 2560, จาก <http://www.eppo.go.th>.

บริษัท ปตท จำกัด (มหาชน). (2555). สารานุกรม. สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2560, จาก http://pttweb2.Pttplc.com/webngv/TH/kw_sp.aspx.

บริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). (2560). ข้อมูลทั่วไปขององค์กร. จาก: <http://www.esso.co.th>.

วัชรวิ มลิวัลย์, และศิริพงศ์ เปรมะชัย. (2552). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ระหว่าง ก๊าซธรรมชาติ (NGV) และ ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของผู้ขับขี่รถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

วิทยาลัยอาชีวศึกษาสระบุรี. (2551). เทคโนโลยีพลังงานทดแทน พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง. จาก <http://www.rsc.ac.th/rsc/depart/it/web/Page5.htm>.

สำนักนโยบายและแผนพลังงาน. (2553). แนวโน้มการใช้พลังงาน.

Hoke, Henry R. (1991). Marketing Management. Bangkok: Thailand Management Association.

Kotler, P. (1994). Marketing Management: Analysis, Planning and Control. 9th ed., Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

_____. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control. 9th ed., New Jersey: A Simon & Schuster Company.

_____. (2003). Marketing Management. 11th ed., Upper Sanddle River, New Jersey: Prentice-Hall.

Thompson, Arthur A., Jr.; & Strickland, A, J. (1993). Strategic Management: Concept and Cases. New York: Irwin.

NBUS008: แรงจูงใจในการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอนิคมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร

WORKING MOTIVATION OF THE PUBLIC EMPLOYEES WORKING FOR NA-UDOM SUB-DISTRICT ADMINISTRATIVE ORGANIZATION, NIKHOMKHAMSOI DISTRICT, MUKDAHAN PROVINCE.

ธิดิยา คำนนท์*

* อาจารย์มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอนิคมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร และนำผลการศึกษาเสนอต่อผู้บริหาร เพื่อนำไปปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอนิคมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า จากการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของคณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอนิคมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ และด้านความรับผิดชอบ คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ: องค์การบริหารส่วนตำบล, แรงจูงใจ

Abstract

The study is designed to find out the work motivation of the public employees working for Na-udom Sub-district Administrative office, Nikhomkhamsoi District, Mukdahan Province. Expectedly, the finding of the study could be use for the improvement of the work performance of the public employees of the administration organization 100 staff members of the organization including the executive, staff members and some stakeholders comprised the sample for the study. The study instrument was a set of questionnaires with 5-point rating scale. The collected data were analyzed using the description statistics which were percentage, mean and standard derivation.

The study results revealed that: The data analyses has disclosed the following facts: Holistically, the work motivation of the respondents was found to be at a high level. Separately, virtually all aspects of the work motivation were found to be at high level, namely work achievement, recognition, the nature of work and responsibility. As for the career advancement aspect, it was found to be at a medium level.

Keywords: Sub-district Administration Organization, motivation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาพการณ์ปัจจุบันโลกมีลักษณะไร้พรมแดนมากขึ้นซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ทำให้เกิดระเบียบทางเศรษฐกิจ และสังคมที่เป็นสากล ประกอบกับประชาชนมีความรู้ มีการศึกษามากขึ้น ทำให้ต้องการมีส่วนร่วมและมีความคาดหวังจากรัฐบาลมากขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ ทำให้ระบบการบริหารงานภาครัฐไม่สามารถรองรับความต้องการของประชาชนและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับโครงสร้างของระบบราชการที่มีลักษณะพิเศษ คือ มีสายการบังคับบัญชาอย่างเข้มงวด มีการแบ่งงานตามลักษณะเฉพาะ มีกฎเกณฑ์และการควบคุมอย่างละเอียดถี่ถ้วน ซึ่งเอื้ออำนวยให้เกิดความขัดแย้งได้ง่ายที่สุด ทั้งในลักษณะขัดแย้งภายในตนเอง ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาหรือระหว่างเพื่อนร่วมงาน (อรุณ รักธรรม, 2532) และเนื่องจากบุคลากรเปรียบเสมือนฟันเฟืองขององค์กร งานทุกอย่างจะสำเร็จลงไปได้ขึ้นต้องอาศัยการทุ่มเททั้งกำลังกาย กำลังใจของหลายๆ ฝ่ายในการร่วมแรงร่วมใจให้เกิดผลงาน แต่การที่จะให้บุคลากรเกิดความศรัทธาและจงรักภักดีต่อองค์กรนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ องค์กรพึงจะต้องกระทำอย่างหนึ่งอย่างใดให้เกิดขึ้นภายในองค์กร เช่น การสร้างแรงจูงใจให้กับบุคคลในองค์กรเพื่อเสริมสร้างให้ทุกคนสามารถทำงานได้กับองค์กรได้ตามจุดมุ่งหมาย มีความก้าวหน้า และสามารถเผชิญกับสิ่งแวดล้อมภายนอกได้อย่างมั่นใจ

มนุษย์เป็นทรัพยากรที่สำคัญขององค์กรซึ่งทำให้องค์กรล้มเหลวหรือสำเร็จได้ (อรุณ รักธรรม, 2533: 109) ดังนั้นการปฏิบัติงานเป็นที่ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้หลักมนุษยสัมพันธ์ เพื่อสร้างพลังทำให้เกิดการรวมกลุ่มปฏิบัติงานให้สมาชิกมีส่วนร่วมวางแผนล่วงหน้า เข้าใจเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรว่าเป็นอย่างไร มีการติดต่อสื่อสารที่ดีระหว่างสมาชิก แบ่งงานกันรับผิดชอบให้สมาชิกร่วมกันตัดสินใจ แบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน สร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน สมาชิกได้ข้อดีอย่างแน่นอนในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อช่วยสร้างความสามัคคีรักใคร่กันภายในองค์กร จึงสามารถช่วยให้การปฏิบัติงานก้าวหน้าและมีประสิทธิภาพ (สุพัตรา สุภาพ, 2536: 102-103)

องค์การบริหารส่วนตำบลถือเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด เป็นการปกครองโดยประชาชน ในท้องถิ่นมีการปกครองตนเอง มีพื้นฐานมาจากการกระจายอำนาจของรัฐซึ่งหมายถึงการที่รัฐมอบอำนาจให้องค์กรอื่นที่ไม่ใช่องค์กรส่วนกลางจัดทำบริการสาธารณะบางอย่างภายใต้การกำกับดูแลของรัฐ (โกวิทย์ พวงงาม, 2552: 3) เพราะมีหน้าที่ในการดูแลและให้บริการแก่ประชาชนในด้านต่างๆ ทั้งด้าน ไฟฟ้า ประปา และสวัสดิการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของท้องถิ่นที่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์สูงสุด ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับศักยภาพและบทบาทของ “ผู้นำ” ผู้นำเป็นองค์ประกอบของการพัฒนาที่จะต้องมีความสามารถในด้านต่างๆ ที่จะทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งนี้ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนา บทบาทหมายถึง การปฏิบัติตามสิทธิและหน้าที่ตามสถานภาพของตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งที่แต่ละบุคคลได้รับ และคล้อยตามความมุ่งหวังของสังคม ผู้นำ คือ ผู้แนะและนำ เพราะต้องคอยช่วยเหลือกลุ่มอย่างเต็มความสามารถ ไม่เพียงแต่รออยู่เบื้องหลัง แต่ยื่นเคียงข้างกลุ่ม ชี้แนะกลุ่ม (สุภูมิวิทย์

ไสยโสณ. 2551: 7) ถ้า ผู้นำสามารถทำให้คนในชุมชนเชื่อมั่นได้ ทำงานที่สามารถตรวจสอบได้ สามารถแก้ปัญหาได้จริง ก็จะเป็นผลดีในการพัฒนาชุมชนมีความเข้มแข็ง เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เกิดความรักความห่วงหาพันพวยการในชุมชน เกิดทัศนคติใหม่ในการร่วมกันพัฒนา

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล นาคูม อำเภอโนนคัมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร เพื่อให้ทราบแรงจูงใจและอุปสรรคต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาคูม อำเภอโนนคัมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร และนำผลการศึกษาไปแก้ไขปรับปรุง เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

องค์การบริหารส่วนตำบลนาคูม มีทั้งหมด 12 หมู่บ้านมีเนื้อที่ประมาณ 50,140 ไร่ หรือประมาณ 84 ตารางกิโลเมตร ใน พ.ศ. 2559 มีประชากรทั้งหมด 8,176 คน แยกเป็นชาย 4,047 คน หญิง 4,129 คน ส่วนใหญ่ประชากรประกอบอาชีพเกษตรกรรม บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลมี 16 คน มีคณะผู้บริหาร 4 คน และมีสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล 24 คน ซึ่งคณะผู้บริหารและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนั้นมาจากผู้ที่ชนะการเลือกตั้ง มีวาระดำรงตำแหน่ง 4 ปี รายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลมาจาก รายได้ที่ดินจัดเก็บเอง รายได้จากการจัดสรรภาษีที่รัฐบาลจัดให้หรือแบ่งให้ท้องถิ่น และรายได้จากเงินอุดหนุนทั่วไป (รัฐบาลจัดสรรให้) ในปัจจุบันนี้องค์การบริหารส่วนตำบลนาคูมมุ่งที่จะพัฒนา ทั้งในด้านการคมนาคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และความเป็นอยู่ของประชาชน (ข้อมูลจากองค์การบริหารส่วนตำบลนาคูม)

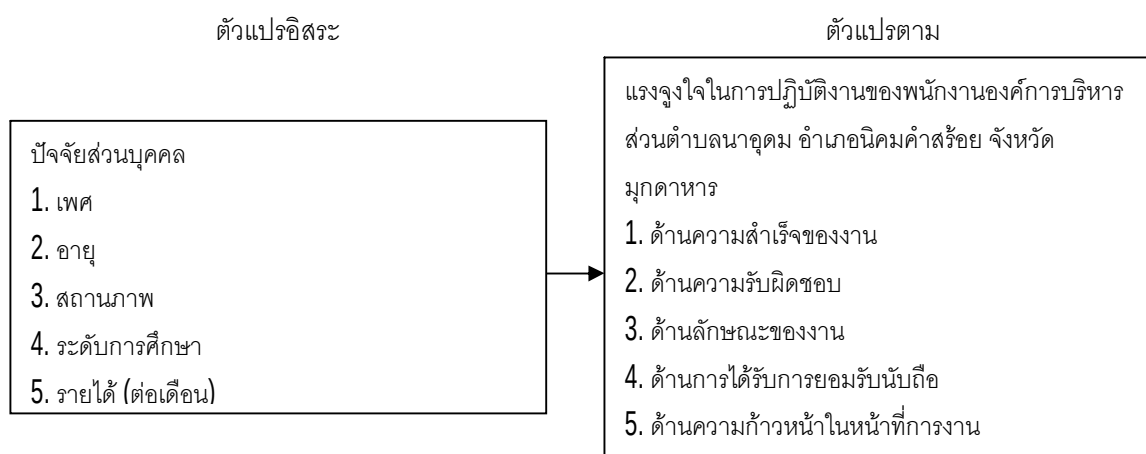
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลนาคูม อำเภอโนนคัมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

นำผลการศึกษาเสนอต่อผู้บริหาร เพื่อนำไปปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลนาคูม อำเภอโนนคัมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็นการสุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Non-random sampling Techniques) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างที่ผู้วิจัยพิจารณาคัดเลือกตัวอย่างเอง เพื่อให้เหมาะสมกับการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล จำนวนทั้งหมด 100 คน ซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบบออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สภาพของกลุ่มประชากร ตำบลนาอุดม อำเภอนิคมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามให้เลือกตอบแบบ (Check list) เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เป็นต้น

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอนิคมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร ได้แก่ปัจจัยด้านความสำเร็จของงาน ด้านลักษณะของงาน ด้านความสำเร็จของงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัย ได้แก่

ระดับมากที่สุด เท่ากับ 5

ระดับมาก เท่ากับ 4

ระดับปานกลาง เท่ากับ 3

ระดับน้อย เท่ากับ 2

ระดับน้อยที่สุด เท่ากับ 1

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างในการเสนอแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอนิคมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 100 คน สภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลทั่วไปได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน พบว่า

เพศ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 เพศหญิง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00

อายุ พบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 39-49 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคืออายุ 28-38 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาคืออายุ 50-60 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และมีอายุ 17-27 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00

สถานภาพ พบว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00 รองลงมาคือสถานภาพโสด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 สถานภาพหย่าและแยกกันอยู่ ไม่มี

ระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่มีผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคือผู้ที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 รองลงมาคือผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รองลงมาคือผู้ที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และมีผู้ที่จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่พบว่าผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,001-20,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และมีผู้มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และมีรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป เท่ากัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตอนที่ 2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 100 คน เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอเนินกุ่มคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร ได้แก่ปัจจัยด้านความสำเร็จของงาน ด้านลักษณะของงาน ด้านความสำเร็จของงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นด้าน ส่วนใหญ่พบว่าด้านความรับผิดชอบมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ระดับ ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.65) รองลงมาคือด้านการยอมรับนับถือที่ระดับ ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.62) รองลงมาคือ ด้านความสำเร็จในการทำงานที่ระดับ ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.65) รองลงมาคือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติที่ระดับ ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.67) และสุดท้ายด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานที่ระดับ ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.81) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านพบว่า

1. พิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้าน

1.1 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสำเร็จในการทำงาน

ข้อที่	แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	(n = 100)		ระดับแรงจูงใจ
		$\bar{X}$	S.D.	
1.1	ท่านประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้เสมอ	3.80	0.58	มาก
1.2	งานในหน้าที่ปัจจุบัน ช่วยให้คุณค้นพบคุณค่าในตนเอง	3.79	0.57	มาก
1.3	งานในหน้าที่สร้างความภูมิใจให้ท่านมาก	4.09	0.66	มาก
รวม		3.89	0.61	มาก

ด้านความสำเร็จในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล หน้าที่งานที่ปฏิบัติสร้างความภูมิใจให้ตนเองมากมักจะประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้เสมอและงานในหน้าที่งานปัจจุบัน ยังช่วยให้ค้นพบคุณค่าในตนเองด้วย

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงในการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบ

ข้อที่	แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	(n = 100)		ระดับ แรงจูงใจ
		$\bar{X}$	S.D.	
2.1	แม้จะมีงานอื่นเข้ามาแทรกงานที่รับผิดชอบท่านก็ไม่ยอมละทิ้งงานหลักที่ได้รับมอบหมาย	4.11	0.55	มาก
2.2	ท่านเข้าใจและยอมรับบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ	3.85	0.64	มาก
2.3	ท่านมักได้รับมอบหมายให้ทำงานที่มีความสำคัญเสมอ	3.91	0.67	มาก
รวม		3.96	0.62	มาก

ด้านความรับผิดชอบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล มีความรับผิดชอบแม้จะมีงานอื่นเข้ามาแทรกงานที่รับผิดชอบท่านก็ไม่ยอมละทิ้งงานหลักที่ได้รับมอบหมาย มักจะได้รับมอบหมายให้ทำงานที่มีความสำคัญเสมอและยังมีความเข้าใจและยอมรับบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง

1.3 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงในการปฏิบัติงาน ด้านลักษณะของงาน

ข้อที่	แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	(n = 100)		ระดับ แรงจูงใจ
		$\bar{X}$	S.D.	
3.1	ท่านมีโอกาสที่จะได้คิดและทำงานอย่างอิสระ	3.71	0.62	มาก
3.2	งานที่ปฏิบัติอยู่มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของท่าน	3.76	0.61	มาก
3.3	งานที่ท่านทำอยู่ปัจจุบันต้องใช้ทักษะความชำนาญและความสามารถในการปฏิบัติงาน	3.94	0.67	มาก
รวม		3.80	0.63	มาก

ด้านลักษณะของงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การ

บริหารส่วนตำบล ในการปฏิบัติงานปัจจุบันต้องใช้ทักษะความชำนาญและความสามารถซึ่งงานที่ปฏิบัติอยู่มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของตนเองและมีโอกาสที่จะได้คิดและทำงานอย่างอิสระ

1.4 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงในการปฏิบัติงาน ด้านได้รับการยอมรับ

ข้อที่	แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	(n = 100)		ระดับแรงจูงใจ
		$\bar{X}$	S.D.	
4.1	ตำแหน่งนี้ทำให้ท่านได้รับเกียรติและศักดิ์ศรีในสังคม	4.29	0.69	มาก
4.2	ท่านมักได้รับคำชมเชยจากเพื่อนร่วมงาน	3.94	0.63	มาก
4.3	เพื่อนร่วมงานให้ความเชื่อถือและยอมรับความสามารถในตัวท่าน	3.89	0.65	มาก
รวม		4.04	0.66	มาก

ด้านได้รับการยอมรับ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล มีความภาคภูมิใจในตำแหน่งหน้าที่เพราะได้รับเกียรติและศักดิ์ศรีในสังคมมักจะได้รับคำชมเชยให้ความเชื่อถือและยอมรับในความสามารถจากเพื่อนร่วมงาน

1.5 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงในการปฏิบัติงาน ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่

ข้อที่	แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	(n = 100)		ระดับแรงจูงใจ
		$\bar{X}$	S.D.	
5.1	ตำแหน่งงานที่ท่านดำรงอยู่นี้มีโอกาสเจริญก้าวหน้าในอนาคต	2.68	0.94	ปานกลาง
5.2	ท่านสามารถโอนโยกย้าย ตำแหน่งอย่างสะดวก	3.43	0.69	ปานกลาง
5.3	ท่านเห็นว่าการรับราชการมีความมั่นคงที่สามารถยึดเป็นอาชีพหลักของท่านได้ตลอด	3.92	0.80	มาก
รวม		3.34	0.81	ปานกลาง

ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลมองเห็นว่าการรับราชการมีความมั่นคงที่สามารถยึดเป็นอาชีพหลักของท่านได้ตลอดแต่ไม่ค่อยสามารถที่จะโอนโยกย้าย ตำแหน่งอย่างสะดวกและโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าในอนาคตมีน้อย

2. พิจารณาเป็นรายด้านจำแนกตามสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 เพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและเกือบทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านความก้าวหน้าในหน้าที่ ทั้งเพศชายและเพศหญิง อยู่ในระดับปานกลาง

2.2 อายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุ 39-49 ปี และผู้ที่มีอายุ 50-60 ปี มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ที่มีอายุ 17-27 ปี และ 28-38 ปี มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและเกือบทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านความก้าวหน้าในหน้าที่ อยู่ในระดับปานกลาง

2.3 สถานภาพ พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสดและสมรส มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าและแยกกันอยู่

2.4 ระดับการศึกษา พบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลายและพหุปริญญา/ปวส. มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและเกือบทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านความก้าวหน้าในหน้าที่ อยู่ในระดับปานกลาง

2.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และมีรายได้ 30,001 ขึ้นไป มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและเกือบทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านความก้าวหน้าในหน้าที่ อยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างในการเสนอแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอนิคมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

พบว่าส่วนใหญ่เห็นควรให้พิจารณาถึงเกณฑ์การประเมินผลการทำงานว่ามีความยุติธรรมหรือไม่ โอกาสการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งหน้าที่ถูกต้องเหมาะสมกับผู้รับตำแหน่งมากน้อยเพียงใด และพยายามขยายโอกาสให้บุคลากรได้มีโอกาสพัฒนาตนเองและเพิ่มพูนความรู้อยู่ตลอดเวลา เช่น การอบรม สัมมนา ศึกษาต่อ ทั้งนี้เพราะบุคลากรที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานนั้นๆ ต้องการมีความมั่นคงในงาน มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จะทำให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจและเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้กับหน่วยงานอย่างเต็มใจ เต็มกำลังความสามารถ ให้ผลงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ก่อให้เกิดการพัฒนาในชุมชนต่อไป

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจของคณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอนิคมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงานผู้วิจัยค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

1. การศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของคณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอนิคมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร โดยรวมและเป็นรายด้าน 5 ด้าน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ผลการศึกษาพบว่า มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยรวม

อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าองค์การบริหารส่วนตำบลมีการบริหารงานแบบประชาธิปไตย ยอมรับฟังความคิดเห็น ผู้บริหารสามารถชี้แจงนโยบาย วัตถุประสงค์และแนวทางในการปฏิบัติงานให้เกิดความชัดเจน รวมทั้งการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายขององค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ เป็นการเพิ่มความพึงพอใจอันนำไปสู่แรงจูงใจในการทำงานของ บุคลากร และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้สูงขึ้น ดังที่ ขวัญจิรา ทองนำ (2547: 15) กล่าวว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความสำคัญ และมีความจำเป็นสำหรับองค์การทุกแห่ง ถ้าผู้บริหารสามารถชักจูงบุคคลในองค์กรได้ตามที่เขาต้องการ ก็จะทำให้บุคคลมีแรงจูงใจ ส่งเสริมให้มีสภาพการทำงานที่ดี บริหารงานด้วยความเที่ยงธรรม ให้ทุกคนมีโอกาสแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี ให้ความมั่นคงในชีวิต และความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ยกย่องชมเชยแก่ผู้ปฏิบัติงานที่มีผลงานดีเด่นให้ทุกคนก็จะส่งผลให้บุคคลเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ในการให้ ความร่วมมือปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์การ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลการวิจัยพบว่า

1.1 ด้านความสำเร็จในการทำงาน พบว่า คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอโนนศิลา จังหวัดมุกดาหาร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าทุกด้าน อาจเป็นเพราะว่า บุคลากรมีความภาคภูมิใจในหน้าที่ ที่สามารถทำงานแก้ไขปัญหาต่างๆ ในชุมชนให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทำให้เกิดกำลังใจในการทำงาน สอดคล้องกับ จุตินา เอี่ยมเสถียร(2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูผู้สอนในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2 พบว่าระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูผู้สอนในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2 ด้านความก้าวหน้าด้านการยอมรับนับถือโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ อรุณ รักธรรม (2522: 268) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับสิ่งจูงใจของมนุษย์ในการทำงานให้ประสบความสำเร็จทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคมพบว่าสิ่งจูงใจที่สำคัญของมนุษย์ คือ ความต้องการสัมฤทธิ์ผล (Need for Achievement) ซึ่งเป็นความปรารถนาที่จะกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

1.2 ด้านการยอมรับนับถือ พบว่า คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอโนนศิลา จังหวัดมุกดาหาร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะบุคลากร ได้รับการยกย่องชมเชยได้กำลังใจจากผู้บริหาร เพื่อนร่วมงาน ผู้ขอคำปรึกษา หรือบุคคลในหน่วยงานให้การยอมรับนับถือนี้อาจอยู่ในรูปของการยกย่องชมเชย แสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการแสดงออก อื่นใด ที่ทำให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ เมื่อปฏิบัติงานจนบรรลุผลสำเร็จ และได้การยอมรับว่าเป็นคนสำคัญคนหนึ่งต่อความสำเร็จขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม สอดคล้อง วิวัฒน์ ศรีธรรมมา (2551: 194-197) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วน ตำบลในเขตพื้นที่อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษา พบว่า พนักงานส่วนตำบลในเขตพื้นที่ อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านการยอมรับนับถือโดยรวมอยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ พบว่า คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอโนนศิลา จังหวัดมุกดาหาร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่า บุคลากรได้บริหารงานตรงกับความต้องการของ ประชากร เพราะคนที่มาบริหารงานเป็นคนในพื้นที่เองจึงเข้าใจกับปัญหาที่เกิดขึ้นและสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด สอดคล้องกับ ดารินทร์ จันตะเสน (2558: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูใน

โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ หอวัง นนทบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 3 พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูในโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ หอวังนนทบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 3 ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านความรับผิดชอบ พบว่า คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอเนินมะปราง จังหวัดมุกดาหาร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าบุคลากร มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหาร และผู้บริหารยังได้เปิดโอกาสให้มีความอิสระในการแก้ปัญหา จึงมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมาก สอดคล้องกับ ศศิพล เกษร (2553: 72-78) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานบุคลากรส่วนท้องถิ่นของ องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอโพธิ์ตาก จังหวัดหนองคาย พบว่าบุคลากรส่วนท้องถิ่นของ องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ตาก มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบอยู่ในระดับมาก

1.5 ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน พบว่าคณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอเนินมะปราง จังหวัดมุกดาหาร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอเนินมะปราง จังหวัดมุกดาหาร เข้ามาบริหารงานมาจากการเลือกตั้งมีวาระในการทำงานจึงมีโอกาสน้อยที่จะมีความเจริญก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่

ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษาเพิ่มเติมในเชิงนโยบายเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพในการทำงานของ คณะผู้บริหาร บุคลากร สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดมและผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอเนินมะปราง จังหวัดมุกดาหาร

เอกสารอ้างอิง

- โกวิท พวงงาม. (2552). บทบาทของผู้นำชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลวังซ่าน อำเภอแม่วงก์ จังหวัดนครสวรรค์. นักศึกษาลัทธิรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น. วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ขวัญจิรา ทองนำ. (2547). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครู วิทยาลัยนาฏศิลปกรรมศิลปากร. ปริญญาโทปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการอุดมศึกษา. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จุติมา เข้มเสถียร. (2550). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูผู้สอนในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ดารินทร์ จันตะเสน. (2558). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูในโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ หอวัง นนทบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 3. สารนิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยปทุมธานี.

วิวัฒน์ ศรีธรรมมา. (2551). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบลในเขตพื้นที่อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ศศิพล เกษร. (2553). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานบุคลากรส่วนท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขต อำเภอโพธิ์ตาก จังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุชุมวิทย์ ไสยโสภณ. (2551). ให้ความหมาย ผู้นำ คือ ผู้แนะและนำ เพราะต้องคอยช่วยเหลือกลุ่มอย่างเต็มความสามารถ ไม่เพียงแต่รออยู่เบื้องหลัง แต่ยื่นเคียงข้างกลุ่ม ชี้แนะกลุ่ม.

สุพัตรา สุภาพ. (2536). เทคนิคการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพยุคใหม่ “เน้นพฤติกรรมมนุษย์”. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิมิต.

อรุณ รักธรรม. (2522). หลักมนุษย์สัมพันธ์การบริหาร. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

NBUS009: ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักบุ้ง: กรณีศึกษาตำบลคลองโยง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม
COST AND RETURN ON INVESTMENT FROM MORNING GLORY: A CASE STUDY OF KHLONGYONG, PUTTAMONTHON, NAKHONPATHOM

จรินทร์ นามาน ¹

¹ อาจารย์ประจำคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักบุ้ง: กรณีศึกษาตำบลคลองโยง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักบุ้ง ของเกษตรกรตำบลคลองโยง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม และ 2) เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักบุ้ง ของเกษตรกรตำบลคลองโยง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม การศึกษาใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สอบถามเกษตรกรตำบลคลองโยง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม ที่ประกอบอาชีพปลูกผักบุ้ง จำนวน 15 ราย โดยเลือกแบบเจาะจง เนื่องจากการพิจารณาเห็นว่าเกษตรกรมีวิธีการจัดการเกี่ยวกับการปลูกผักบุ้งไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า มีต้นทุนรวมเฉลี่ย 3,910 บาทต่อไร่ มีกำไรสุทธิเฉลี่ย 6,695 บาทต่อไร่ อัตรากำไรสุทธิต่อต้นทุน 1.71 เท่า อัตรากำไรต่อยอดขาย 0.63 เท่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) 1.35 เท่า และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) 5.22 เท่า และมีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 0.07 ไร่ ต้นทุนการปลูกผักบุ้ง ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ต้นทุนค่าวัสดุปลูก ร้อยละ 6.55 ต้นทุนค่าแรงงาน ร้อยละ 65.12 และต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิต ร้อยละ 28.33

คำสำคัญ: ต้นทุน, ผลตอบแทน, เกษตรกร, การปลูกผักบุ้ง

Abstract

The quantitative research of Cost and Return on Investment from Morning glory: A Case Study of Khlongyong, Puttamonthon, Nakhonpathom aims 1) to study cost and return on investment from Morning glory of the farmers at Khlongyong, Puttamonthon, Nakhonpathom and 2) to analyze the cost structure and return on investment from Morning glory of the farmers in this area.

The samples consisted of 15 participants who were farmers at Khlongyong, Puttamonthon, Nakhonpathom having Morning glory which have the area. The questionnaire was used as an instrument for data collection, and purposive sampling method was considered using since the farmers did not have different management methods of Morning glory.

The results of the independent study showed that the average cost was 3,910 Baht/rai while the average net profit was 6,695 Baht/rai. Net profit to cost ratio was 1.71 while net profit to sales ratio was 0.63 Return on investment (ROI) and return on asset (ROA) were at 1.35 and 5.22, respectively, and the

break-even point was 0.07 bag. Costs of Morning glory comprised 3 important costs which were 6.55 of raw material cost, 65.12 of labor cost, and 28.33 of production cost.

Keywords: Cost, Return, Farmers

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมไทยเป็นสังคมเกษตรกรรม ประชากรส่วนใหญ่ยังยึดอาชีพเกษตรกรรม ในขณะที่ประชากรในประเทศมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกวัน วิวัฒนาการของโลกได้เปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตมากขึ้น ความเร่งรีบแข่งขันกับเวลา นั้นหมายความว่า ความต้องการในการบริโภคย่อมสูงขึ้นตาม แต่เกษตรกรผู้ผลิตอาหารมาให้ผู้บริโภคไม่ได้สูงขึ้นตาม เนื่องจากสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป คนขายแรงงานมากขึ้น ที่ดินทำการเกษตรน้อยลง โรงงานอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้นและสิ่งที่ส่งผลตามมา คือค่าครองชีพที่สูงขึ้น คนหันมาทำการเกษตรน้อยลง และคนที่ทำการเกษตรส่วนใหญ่ไม่ประสบความสำเร็จในอาชีพ เนื่องจากปัจจัยต่างๆ เช่น วิวัฒนาการการปลูกแตกต่างจากสมัยก่อนที่ต้องมีการใส่ปุ๋ยเคมี และฉีดยาฆ่าแมลง ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น แต่ผลผลิตน้อย เนื่องจากปัจจัยสภาพอากาศที่ค่อนข้างร้อน ปลูกพืชผลไม่ค่อยได้ผลผลิตที่ดี ทำให้ประสบปัญหาอื่นๆ ตามมา ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ทำให้คนมาทำเกษตรกันน้อยลง

เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรเห็นความสำคัญของการเกษตร ก็ต้องมาจากผลตอบที่สามารถทำให้การดำเนินชีวิตของเกษตรกรเป็นไปด้วยดี จึงควรมีการศึกษาเกี่ยวกับต้นทุน โดยเริ่มจากพื้นที่ตำบลคลองโยง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม ซึ่งยังเป็นพื้นที่สีเขียว มีการทำเกษตรกันอยู่ โดยพืชที่ปลูกในพื้นที่ ได้แก่ การทำนาข้าว การทำนาบัว การทำสวนดอกกล้วยไม้ ทำสวนผัก ทำสวนผลไม้ ทั้งพืชล้มลุกและพืชยืนต้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาดูต้นทุนและผลตอบแทนของผักบุ้ง เนื่องจากผักบุ้งเป็นพืชผักที่ปลูกได้ทุกฤดูกาล และเป็นผักที่เป็นที่นิยมรับประทานกันในระดับต้นๆ เนื่องจากผักบุ้งประกอบอาหารได้หลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นผัดผักบุ้งไฟแดง แกงเทโพผักบุ้ง ผักบุ้งทอด แป้งกรอบ ใส่กล้วยเตี๋ยเย็นตาไฟ หรือทำเป็นผักเครื่องเคียงกับอาหารอื่นๆ และที่สำคัญผักบุ้งปลูกง่าย ดูแลบำรุงรักษาง่าย ระยะเวลาการปลูกและให้ผลผลิตเร็ว สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ปลูกผักบุ้งได้เร็ว ดังนั้นผู้ปลูกผักบุ้งควรมีการวางแผนในการปลูก สำหรับต้นทุนที่จ่ายไปกับผลตอบแทนที่จะได้รับกลับมา ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่พูดคุยและสัมภาษณ์ทำแบบสอบถามเกษตรกรในพื้นที่ จำนวน 15 ราย เพื่อได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนต่อไร่ เพื่อให้เกษตรกรในพื้นที่ปลูกผักบุ้งได้ทราบว่าควรลดต้นทุนใดบ้าง เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น อันจะส่งผลให้คุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของเกษตรกรที่ปลูกผักบุ้งดีขึ้น ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการวิจัยในครั้งนี้จะทำให้เกษตรกรสามารถคำนวณต้นทุนเบื้องต้นได้ เพื่อช่วยในการวางแผนการปลูกผักบุ้งให้มีต้นทุนที่ต่ำ และได้ผลตอบแทนที่ดีต่อไป

เหตุผลที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลในพื้นที่ตำบลคลองโยง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม เนื่องจากผู้วิจัยได้อาศัยอยู่ในพื้นที่นี้มานาน ตั้งแต่เกิดจนถึงปัจจุบัน เห็นวิถีชีวิตของเกษตรกรในการเพาะปลูก เปรียบเทียบกับความเป็นอยู่ของเกษตรกร ซึ่งมองเห็นว่า เกษตรกรบางรายมีหนี้สินมาก ผู้วิจัยจึงเริ่มจากการศึกษาการปลูกผักบุ้ง ซึ่งบิดาของผู้วิจัยก็ได้ทำการเพาะปลูกอยู่ เพื่อศึกษาว่าต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกผักบุ้ง เพื่อเป็นการวางแผนให้มีรายได้สูง ต้นทุนต่ำ เมื่อหาข้อมูลและได้สรุปผลการวิจัยและนำผลการวิจัยไปเผยแพร่ให้เกษตรกรได้ทราบและมีการวางแผนต้นทุนและผลตอบแทนของตนเองเบื้องต้นได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักบุ้ง ของเกษตรกรตำบลคลองโยง อำเภอฟุทธรณมณฑล จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักบุ้ง ของเกษตรกรตำบลคลองโยง อำเภอฟุทธรณมณฑล จังหวัดนครปฐม

ขอบเขตในการวิจัย**ขอบเขตด้านเนื้อหา**

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักบุ้งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ด้วยการสอบถามต้นทุนและผลตอบแทน ในการการลงทุนปลูกผักบุ้ง จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 15 ราย

ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาเฉพาะเกษตรกรที่ปลูกผักบุ้งในตำบลคลองโยง อำเภอฟุทธรณมณฑล จังหวัดนครปฐม จำนวน 15 ราย

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) สืบหาข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยสัมภาษณ์และ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ค้นคว้าและรวบรวมจากรายงานการศึกษาเอกสาร และข้อมูลต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน และสถาบันการศึกษาต่างๆ เป็นต้น

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม กล้องถ่ายภาพ เป็นต้น

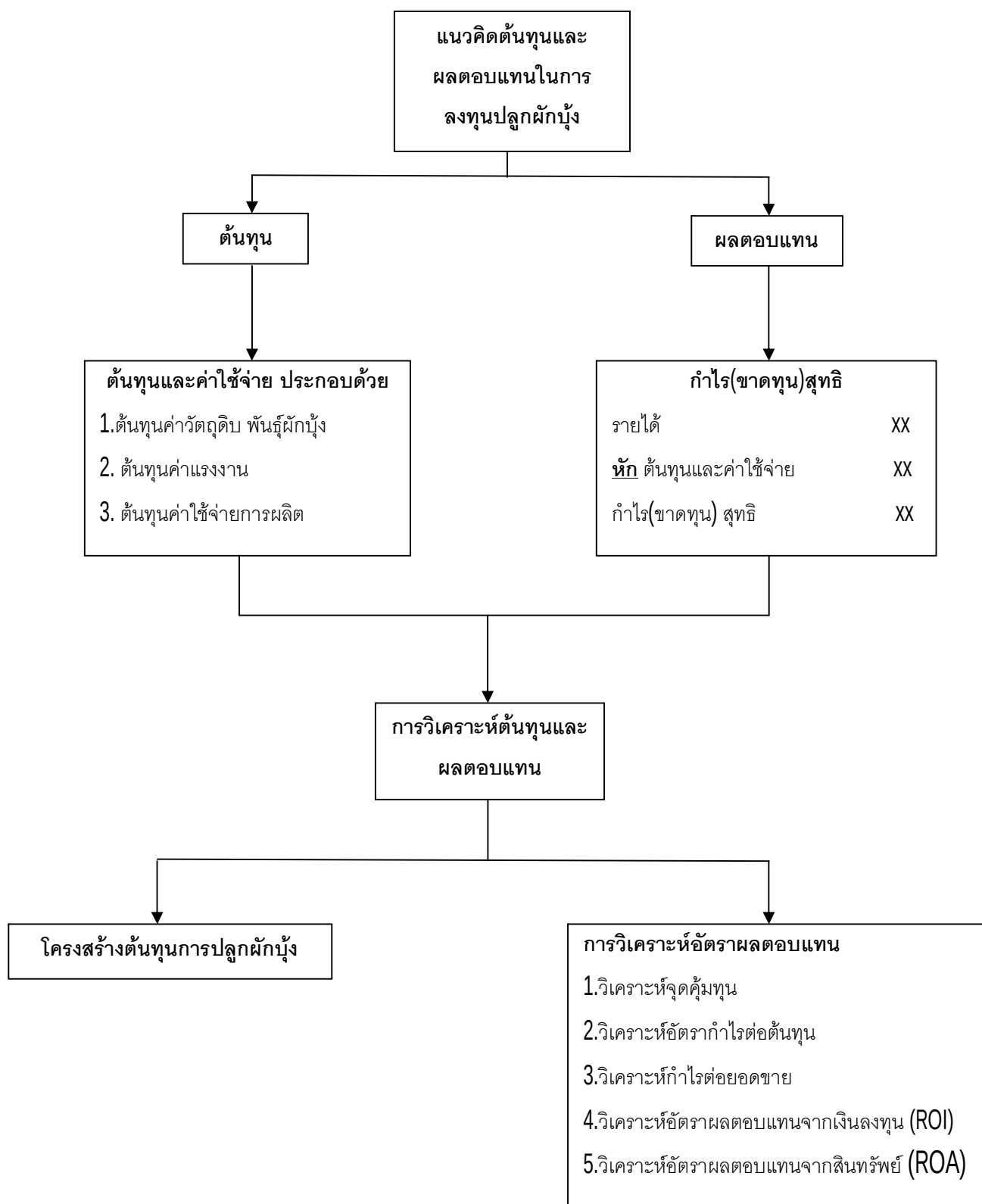
คำนิยามศัพท์

ต้นทุน หมายถึง ต้นทุนทั้งสิ้นที่ใช้ในการปลูกผักบุ้ง และเก็บเกี่ยวพร้อมจำหน่ายของเกษตรกรในตำบลคลองโยง อำเภอฟุทธรณมณฑล จังหวัดนครปฐม

ผลตอบแทน หมายถึง อัตรากำไรต่อต้นทุน อัตรากำไรต่อยอดขาย อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (ROI) และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรในตำบลคลองโยง อำเภอฟุทธรณมณฑล จังหวัดนครปฐม ที่ประกอบอาชีพปลูกผักบุ้ง

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักกึ่ง ของเกษตรกรตำบลคลองโยง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม
2. ทำให้ทราบโครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักกึ่ง ของเกษตรกรตำบลคลองโยง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม
3. ทำให้เกษตรกรสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกผักกึ่ง โดยหาทางลดต้นทุน และเพิ่มรายได้ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่สูงขึ้น ส่งผลให้ความเป็นอยู่ของเกษตรกรดีขึ้น

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการวิจัย**หลักการเกี่ยวกับต้นทุน****ความหมายของต้นทุน (รศ.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. 2557)**

ต้นทุน (Costs) หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่านั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ซึ่งเป็นลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรืออนาคตก็ได้ เมื่อต้นทุนใดที่เกิดขึ้นแล้วและกิจการได้ใช้ประโยชน์ไปทั้งสิ้นแล้ว ต้นทุนนั้นก็ถือเป็นค่าใช้จ่าย (Expenses) ดังนั้น ค่าใช้จ่ายจึงหมายถึง ต้นทุนที่ได้ให้ประโยชน์และกิจการได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมดไปแล้วในขณะนั้น และสำหรับต้นทุนที่กิจการสูญเสียไป แต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคต เรียกว่า สินทรัพย์ (Assets)

ความหมายต้นทุนการผลิต (รศ.ดุสิต พรหมทัต. 2559)

ต้นทุนการผลิตประกอบด้วย ต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร โดยต้นทุนผันแปร คือต้นทุนที่เกษตรกรต้องจ่ายตามปริมาณผลผลิตที่เปลี่ยนแปลงไป ต้นทุนคงที่ คือต้นทุนการผลิตที่ไม่เปลี่ยนแปลงไป ตามปริมาณผลผลิตในรอบระยะเวลาหนึ่งๆ หรือไม่สามารถเพิ่มหรือลดได้ภายในรอบระยะเวลาการผลิต การประเมินมูลค่าต้นทุน ที่เป็นปัจจัยการผลิตคำนวณจากการจ่ายที่เป็นเงินสดและไม่ใช่นเงินสด ในขณะที่ ผลตอบแทนการผลิต หมายถึงมูลค่าของผลผลิตคูณด้วยปริมาณหรือจำนวนผลผลิต

ต้นทุนการผลิต (cost of production) หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในปัจจัยการผลิตที่ใช้ในกระบวนการผลิต เนื่องจากปัจจัยการผลิต แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยคงที่ กับปัจจัยผันแปร ดังนั้นต้นทุนการผลิตซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในปัจจัยการผลิตจึงแบ่งตามประเภทของปัจจัยการผลิต ออกเป็น 2 ประเภทเช่นเดียวกัน คือ

1. ต้นทุนคงที่ (fixed cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในการผลิตที่เกิดจากการใช้ปัจจัยคงที่ หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าต้นทุนคงที่เป็นค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายที่ไม่ขึ้นอยู่กับปริมาณของผลผลิต กล่าวคือ ไม่ว่าจะผลิตปริมาณมาก ปริมาณน้อย หรือไม่ผลิตเลย ก็จะไม่เสียค่าใช้จ่ายในจำนวนที่ คงที่ ตัวอย่างของต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนซื้อที่ดิน ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างอาคารสำนักงานโรงงาน ฯลฯ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ตายตัวไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต

2. ต้นทุนผันแปร (variable cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในการผลิตที่เกิดจากการใช้ปัจจัยผันแปร หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าต้นทุนผันแปรเป็นค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายที่ขึ้นอยู่กับ ปริมาณของผลผลิต กล่าวคือ ถ้าผลิตปริมาณมากก็จะเสียต้นทุนมาก ถ้าผลิตปริมาณน้อยก็จะเสียต้นทุน น้อย และจะไม่ต้องจ่ายเลยถ้า

ไม่มีการผลิต ตัวอย่างของต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าแรงงาน ค่าวัตถุดิบ ค่าขนส่ง ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ฯลฯ นอกจากนี้ เรายังสามารถแบ่งต้นทุนการผลิต เรายังสามารถแบ่งต้นทุนการผลิตออกเป็นต้นทุนทางบัญชีกับต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งทั้ง 2 ประเภทมีความแตกต่างกันดังนี้

ต้นทุนทางบัญชี (business cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการผลิตซึ่งคิดเฉพาะรายจ่ายที่เห็นชัดเจน มีการจ่ายเกิดขึ้นจริงๆ (explicit cost)

ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ (economic cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นเนื่องจากการผลิต ทั้งรายจ่ายที่เห็นชัดเจนว่ามีรายจ่ายจริงและรายจ่ายที่มองไม่เห็นชัดเจนหรือไม่ต้องจ่ายจริง (implicit cost)

รายจ่ายที่เห็นชัดเจนว่ามีรายจ่ายจริง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน เช่น เงินเดือน ค่าจ้าง ค่าเช่า ดอกเบี้ย ค่าวัตถุดิบ ค่าขนส่ง และอื่นๆ

รายจ่ายที่มองไม่เห็นชัดเจนว่ามีรายจ่ายจริง เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน แต่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการจะต้องประเมินขึ้นมาและถือเป็นต้นทุนการผลิตส่วนหนึ่ง ได้แก่ ราคา หรือผลตอบแทนของปัจจัยการผลิตในส่วนที่ผู้ผลิตเป็นเจ้าของและได้นำปัจจัยนั้นมาใช้ในการผลิตด้วย

หลักการเกี่ยวกับผลตอบแทน

ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิต (สุภาวดี ขุนทองจันทร์. 2556)

ต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตเป็นไปตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่จะต้องประเมินค่าใช้จ่ายจากการใช้วัสดุแรงงาน ค่าเสื่อมอุปกรณ์และค่าใช้จ่ายต่างๆ จากเกษตรกรที่ปลูกผักและผลผลิต เพื่อให้เห็นเป็นตัวเงินให้ถูกต้องตามความเป็นจริงที่สุด โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{กำไร} = \text{รายรับรวม} - \text{ต้นทุนรวม}$$

$$\text{รายรับ} = \text{ราคา} \times \text{ปริมาณ}$$

$$\text{ต้นทุนรวม} = \text{ต้นทุนคงที่ทั้งหมด} + \text{ต้นทุนผันแปรทั้งหมด}$$

ผลตอบแทน (เพชร ขุมทรัพย์. 2554)

สิ่งที่ผู้ลงทุนมุ่งหวังจะได้จากการลงทุนไม่ว่าจะเป็นการลงทุนในธุรกิจ ในหลักทรัพย์ หรือในอสังหาริมทรัพย์ ก็คือ ผลตอบแทนหรืออัตราผลตอบแทนจากการลงทุนนั้น ซึ่งคำว่าอัตราผลตอบแทนนี้มีความหมายกว้างขวางมาก อาจหมายถึงอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนระยะยาว อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ และอัตราผลตอบแทนที่กินความหมายแคบลงไปอีก ก็คืออัตราผลตอบแทนจากโครงการลงทุนเฉพาะโครงการฯ ซึ่งแต่ละอย่างจะมีรูปแบบการวัดที่แตกต่างกันไปบ้าง และการใช้ประโยชน์ก็แตกต่างกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การวิเคราะห์เป็นสำคัญ อัตราส่วนผลตอบแทนนอกจากใช้ประโยชน์ในการประเมินผลของโครงการปฏิบัติงาน ยังใช้ประโยชน์ช่วยในการตัดสินใจลงทุน วางแผน ควบคุมและปรับปรุงการดำเนินงาน

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

จุดคุ้มทุน (Break even point) หมายถึง จุดขายแสดงในรูปปริมาณหน่วยขายหรือราคาขายรวม ณ จุดที่ไม่เกิดกำไรหรือขาดทุน หากพิจารณาจะพบว่า ณ จุดคุ้มทุน คือการการที่กิจการจะต้องขายเพื่อให้ยอดขาย ณ จุดดังกล่าวครอบคลุมทั้งต้นทุนผันแปรที่เกิดขึ้นทุกๆ หน่วยที่ขาย และขายด้วยปริมาณมากพอที่กำไรที่เกิดขึ้นแต่ละหน่วยเมื่อรวมกันแล้วมีมูลค่าเท่ากับต้นทุนคงที่ทั้งหมดจึงทำให้เกิดการเสมอตัว ไม่ขาดทุนหรือกำไร

การวิเคราะห์โดยใช้กำไรขั้นต้นต่อหน่วย เป็นการวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดที่ว่าจะต้องขายกี่หน่วยเพื่อให้กำไรขั้นต้นต่อหน่วยครอบคลุมต้นทุนคงที่ทั้งหมด จะทำให้เข้าใจง่ายที่สุด ทั้งนี้เพราะกำไรต่อหน่วยหลังหักต้นทุนผันแปร เหลือเท่าใดก็นำไปหารต้นทุนคงที่ทั้งหมดที่เกิดขึ้นก็เป็นปริมาณขาย ณ จุดคุ้มค่างานต้นทุนคงที่และไม่เกิดกำไรหรือขาดทุน (เฉลิมขวัญ ครุฑบุญญงค์, 2554)

การคำนวณหาจุดคุ้มทุนสามารถคำนวณได้จากสูตร ดังนี้

$$\text{จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}}$$

การวิเคราะห์อัตรากำไรสุทธิต่อต้นทุนขาย

เป็นการเปรียบเทียบกำไรสุทธิกับต้นทุนขาย เป็นการประเมินถึงความสามารถของธุรกิจว่ามีความสามารถทำกำไรที่หักค่าใช้จ่ายทุกรายการแล้วเป็นเท่าใด โดยสะท้อนให้เห็นว่ากำไรสุทธิ 100 บาท เป็นต้นทุนขายอยู่ที่เท่าใด สูตรที่ใช้ในการคำนวณอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อต้นทุนขาย มีดังนี้

$$\text{อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ต้นทุนขาย}}$$

การวิเคราะห์อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย

เป็นการเปรียบเทียบกำไรสุทธิกับยอดขาย เป็นการประเมินถึงความสามารถของธุรกิจว่ามีความสามารถทำกำไรที่หักค่าใช้จ่ายทุกรายการแล้วมากน้อยเพียงใด สูตรที่ใช้ในการคำนวณอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย มีดังนี้

$$\text{อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ยอดขาย}}$$

อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (Return on Investment หรือ ROI)

อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (Return on Investment หรือ ROI) เป็นเกณฑ์ในการวัดการปฏิบัติงานที่มีความสำคัญมาก เกณฑ์ในการวัดการปฏิบัติงานมีหลายอย่าง เช่น วัดจากการเปลี่ยนแปลงในยอดขาย เปลี่ยนแปลงในกำไร หรือวัดจากผลผลิตที่ได้ การวัดแต่ละอย่างมิได้เป็นเกณฑ์วัดที่สมบูรณ์ ถ้ายอดขายเพิ่มแสดงว่าการปฏิบัติงานทำได้ดี แต่การเพิ่มขึ้นของยอดขายอาจเป็นผลให้เสียค่าใช้จ่ายสูง เช่น เสียส่วนลดสูง หรือเกิดจากการลดราคา ดังนั้น เกณฑ์การวัดที่ดีควรวัดจากกำไร ซึ่งเป็นปัญหาอีกว่ากำไรมากหรือน้อย เปรียบเทียบจากอะไร ทางหนึ่งที่ทำให้เราทราบถึงภาวะในการหากำไรของบริษัท ก็คือ การเปรียบเทียบกำไรที่ได้กับขนาดของเงินที่ลงทุน ดังนั้นวิธีการวัดการปฏิบัติงานของธุรกิจด้วยกำไรสุทธิต่อเงินลงทุนในสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้ จึงเป็นวิธีที่ใช้ได้ดีและใช้กันอย่างกว้างขวาง

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ใช้ประโยชน์ในการเปรียบเทียบเลือกทางเลือกในการลงทุน หากทางเลือกต่างๆ ให้ผลตอบแทนที่แตกต่างกัน แต่มีระดับความเสี่ยงที่เท่ากัน กรณีเช่นนี้จะเลือกทางเลือกที่ให้อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนสูงที่สุด แต่ตามข้อเท็จจริงการลงทุนในสินทรัพย์แต่ละประเภท อัตราผลตอบแทนที่ได้ไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงในสินทรัพย์ลงทุนประเภทนั้นๆ เช่น ลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล อัตราผลตอบแทนจะต่ำ เนื่องจากความเสี่ยงน้อยมากหรือกล่าวได้ว่าไม่มีความเสี่ยงเลย ผิดกับการลงทุนในสินทรัพย์ประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินทรัพย์ประเภทที่มีอายุการใช้งานมากกว่าหนึ่งปี ความเสี่ยงจะสูงและอัตราผลตอบแทนที่ต้องการเพื่อให้คุ้มกับความเสี่ยงจึงสูงด้วย ดังนั้นอัตราผลตอบแทนจึงใช้ประโยชน์ในการประเมินผลการดำเนินงานว่า

ผลตอบแทนที่ได้เป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการหรือไม่ สูตรในการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนมีดังนี้ (เพชรี ชุมทรัพย์. 2554)

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (ROI)} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{เงินลงทุน}}$$

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Assets หรือ ROA)

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Assets หรือ ROA) ในหมวดของการวัดประสิทธิภาพในการบริหารงานของฝ่ายบริหาร เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า อัตราความสามารถในการหากำไร (Earning Power) เป็นการวัดการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ที่มีอยู่ว่าใช้ได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งคำนวณจากสูตร ดังนี้ (เพชรี ชุมทรัพย์. 2554)

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA)} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{สินทรัพย์รวม}}$$

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วศิวัฒน์ วสินสมบัติ (2559: บทคัดย่อ) ผลงานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีตอัดแรง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีตอัดแรงนั้น ทำให้เห็นถึงโอกาสและความเป็นไปได้ในการลงทุน ซึ่งโครงการลงทุนในภาพรวมของธุรกิจมีความน่าลงทุน โดยมีระยะเวลาคืนทุนใน 2 ปี 9 เดือน 26 วัน โครงการลงทุนเริ่มแรก 41,000,000 บาท อายุโครงการ 20 ปี อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 38.19% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 161,180,844.32 บาท โดยกระแสเงินสดรับสุทธิจากการดำเนินงานปี ที่ 1 เท่ากับ 11,110,571.07 บาท เพิ่มขึ้นทุกปี ปีที่ 20 เท่ากับ 24,239,991.24 บาท การวิเคราะห์ความอ่อนไหวเมื่อต้นทุนรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โดยกำหนดรายได้รวมคงที่ จะทำให้ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 3 ปี 8 เดือน 7 วัน และ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 134,982,298.41 บาท และการวิเคราะห์ความอ่อนไหว เมื่อรายได้ลดลงร้อยละ 5 โดยกำหนดให้ต้นทุนรวมคงที่ จะทำให้ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 3 ปี 10 เดือน 27 วัน และ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 124,783,960.94 บาท

ดุษฎี พรหมทัต (2559: บทคัดย่อ) ผลงานวิจัยเรื่อง ต้นทุน ผลตอบแทนและวิธีการตลาดผักปลอดภัย: กรณีศึกษาผักบึงจัน ผลการวิจัยพบว่า ต้นทุนและผลตอบแทนเฉลี่ยต่อไร่ต่อรุ่น มีดังนี้ ต้นทุนรวมทั้งหมด 9,799.92 บาท ต้นทุนคงที่รวมเฉลี่ย ต่อไร่ 437.00 บาท ต้นทุนผันแปรรวมเฉลี่ย 9,362.92 บาท ด้านผลตอบแทน รายได้สุทธิ 20,637.08 บาท และ กำไรสุทธิ 20,200.00 บาท เกษตรกรทั้งหมด มีวิธีการตลาด 2 ช่องทางดังนี้ ช่องทางที่ 1 เกษตรกร ศูนย์รับผลผลิต และบริษัทส่งออก ช่องทางที่ 2 เกษตรกร พ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายปลีกและผู้บริโภค แนวทางการส่งเสริมการตลาด เกษตรกรต้องการให้ผลผลิตได้มาตรฐานตามที่กำหนด ข้อเสนอแนะ เกษตรกร ต้องการช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้น การป้องกันโรคและแมลงและการชลประทานและการบริหารจัดการน้ำ ทำให้เกษตรกรมีความมั่นคงในรายได้

พงศ์ศิริภพ ทองดีวรสุเกตุ (2559: บทคัดย่อ) ผลงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนการปลูกข้าวของกลุ่มเกษตรกร ในจังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยทำให้พบว่า การเพาะปลูกข้าวแบบใช้สารเคมีผสมชีวภาพมีผลตอบแทนจากการเพาะปลูกที่สูงที่สุด เนื่องจากผลผลิตได้จำนวนมากและต้นทุนการผลิตที่ใช้มีสัดส่วนที่ต่ำกว่าผลตอบแทนที่ได้รับ สำหรับปัญหาและอุปสรรคของเกษตรกร ได้แก่ ค่าปุ๋ยเคมี ค่ายา

กำจัดวัชพืช แมลงและฮอร์โมนต่างๆ มีราคาที่สูง และความไม่แน่นอนของราคาในการจำหน่ายผลผลิตที่มีความผันผวนตามลำดับ

ปิยะราช เตชะสืบ (2557: บทคัดย่อ) ผลงานวิจัยเรื่อง ต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนโครงการปลูกผักกูดขยายปลอดสารพิษเพื่อการค้าในจังหวัดลำปาง ผลการศึกษา พบว่า การลงทุนมีต้นทุนการผลิตรวม 341,473.44 บาท รายได้รวม 1,189,246.40 บาทและต้นทุนเฉลี่ย กิโลกรัมละ 63.16 บาท มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 3 ปี กับ 2 เดือน 4 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) เท่ากับ 39,298.16 บาท อัตราผลตอบแทนที่แท้จริง (Internal Rate of Return) ภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 11.32 ถือว่าโครงการนี้เป็นโครงการที่ยอมรับได้

อัจฉรา กลิ่นจันทร์ (2557: บทคัดย่อ) นำเสนอบทความเรื่องการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกข้าวอินทรีย์ในจังหวัดเพชรบูรณ์จะเห็นได้ว่าเกษตรกรที่ปลูกข้าวอินทรีย์ในพื้นที่ขนาดเล็ก 10 ไร่ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV) เท่ากับ 35,745.90 บาท และค่าอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน B/C) เท่ากับ 1.60 มากกว่าเกษตรกรที่ปลูกข้าวอินทรีย์ในพื้นที่ขนาดใหญ่ และ ขนาดกลางซึ่งมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV) เท่ากับ ,95716 บาท และ 21,51988 บาท ค่าอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน B/C) เท่ากับ 55 และ 40 สำหรับการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตข้าวอินทรีย์เปรียบเทียบกับรายอำเภอของจังหวัดเพชรบูรณ์พบว่าอำเภอเขาค้อมีต้นทุนในการปลูกข้าวอินทรีย์ต่ำสุด คิดเป็นจำนวนเงินเฉลี่ย เท่ากับ 1225 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาเป็นอำเภอหนองไผ่ มีต้นทุนเฉลี่ยเท่ากับ 1269 บาทต่อกิโลกรัม อำเภอหล่มสัก มีต้นทุนเฉลี่ยเท่ากับ 1281 บาทต่อกิโลกรัม โดยพื้นที่อำเภอเขาค้อมีค่าอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน) สูงสุดเท่ากับ 229 รองลงมาเป็นพื้นที่อำเภอหนองไผ่ และอำเภอหล่มสัก มีค่าเท่ากับ 221 และ 214 พบว่าการลงทุนปลูกข้าวอินทรีย์ของเกษตรกรทั้ง 3 ขนาดมีความเป็นไปได้ในการลงทุนโดยเฉพาะเกษตรกรที่ปลูกข้าวอินทรีย์ในพื้นที่ขนาดเล็ก

ฉวีวรรณ สุตจิตร (2556: บทคัดย่อ) นำเสนอบทความเรื่องการศึกษาการเก็บข้อมูลองค์ประกอบผลผลิต ผักบุ้งจีน ในงานทดลองวิจัย ของส่วนการใช้น้ำชลประทาน พบว่า พันธุ์ผักบุ้งจีนที่ปลูกเพื่อการค้า ซึ่งได้แก่ พันธุ์พิจิตร 1 มีลักษณะเด่น คือมีใบแคบ เรียวยาว ชูตั้ง ลำต้นจะมีสีเขียวอ่อน ความยาวและความสูงของต้นอยู่ที่ ประมาณ 30 -35 เซนติเมตร มีอายุเก็บเกี่ยว 20-25 วัน ซึ่งเป็นลักษณะที่ตรงกับความต้องการ ของตลาดเพื่อการส่งออก ผลผลิตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3,415 กิโลกรัมต่อไร่

วิธสาธิต สุชาติ; และคณะ (2556: บทคัดย่อ) การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของข้าวไทย: ข้าวหอมมะลิ บรรจุกุญ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ยังไม่รู้จักรับรองเครื่องหมายรับรอง มาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุกุญที่กำหนดในประเทศ (รูปพนมมือ) การนำผลผลิตไปขายเกษตรกรจะไม่ทราบข้อมูลความชื้นข้าวเปลือก เปอร์เซ็นต์ดินข้าวและความบริสุทธิ์ของข้าวหอมมะลิ ผู้ประกอบการข้าวถุงแต่ละรายเน้นการแข่งขันด้านราคาเป็นหลัก เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค

สุภาวีย์ ขุนทองจันทร์ (2556: บทคัดย่อ) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนกะหล่ำปลีของเกษตรกรลาว ภายใต้ข้อตกลงการผลิตในระบบพันธะสัญญาไทย-ลาว พบว่า เกษตรกรลาวมีรายได้จากการผลิตกะหล่ำปลี 22,372.22 พันกีบ ต่อเฮกเตอร์ ต้นทุนการผลิต 16,703.18 พันกีบ ต่อเฮกเตอร์ ได้กำไรสุทธิ 5,624.04 พันกีบต่อเฮกเตอร์ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกรลาวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ คือ ประสิทธิภาพในการปลูกกะหล่ำปลี

การเลือกพื้นที่การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง โดยเลือกเกษตรกรที่ปลูกผักนึ่งในตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ด้วยเหตุผลสำคัญคือ เกษตรกรยังขาดการวางแผนเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกผักนึ่ง จึงเลือกพื้นที่ในการทำวิจัยเพื่อต้องการทราบถึงต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักนึ่งไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเรื่องการลดต้นทุน เพื่อยอดขาย ทำให้ได้ผลตอบแทนเพิ่มมากขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เกษตรกรตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ที่ประกอบอาชีพปลูกผักนึ่ง จำนวน 15 ราย

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เกษตรกรตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ที่ประกอบอาชีพปลูกผักนึ่ง จำนวน 15 ราย กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเลือกแบบเจาะจง เนื่องจากพิจารณาเห็นว่า ผู้ปลูกผักนึ่ง มีวิธีการปลูกและการเก็บเกี่ยวไม่ต่างกันมาก

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างมาจากการสำรวจข้อมูล ณ ช่วงเวลาที่ทำการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ออกสำรวจด้วยตนเอง โดยพื้นที่เก็บข้อมูลเป็นพื้นที่ที่ผู้วิจัยอาศัยอยู่ ซึ่งช่วงเวลานั้นมีเกษตรกรปลูกผักนึ่ง 15 ราย ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเก็บข้อมูลจากประชากร และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักนึ่ง: กรณีศึกษา ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด จำนวน 6 ข้อ ได้แก่คำถามในประเด็นดังต่อไปนี้

1. เพศ
2. อายุ
3. ประสบการณ์การปลูกผักนึ่ง
4. อาชีพการปลูกผักนึ่ง
5. แหล่งกู้ยืมเงิน
6. จำนวนเงินกู้

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการปลูกผักนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่คำถามในประเด็นดังต่อไปนี้

1. พื้นที่ในการปลูกผักนึ่ง
2. การปลูกและดูแลบำรุงผักนึ่ง
3. แหล่งที่ได้มาของพันธุ์ผักนึ่ง

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายเปิดถามเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักนึ่ง มีประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

1. ต้นทุนและค่าใช้จ่าย
2. เงินลงทุนในสินทรัพย์ (เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการเกษตร)
3. รายได้

ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สอบถามเกษตรกรที่ปลูกมังในตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐมด้วยตนเอง โดยสอบถามข้อมูลอย่างละเอียด เมื่อได้ข้อมูลแล้วจึงมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติพื้นฐาน การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage) และวิเคราะห์ผลตอบแทนโดยใช้อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio) เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกผักบุ้ง จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดคำนิยาม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกผักบุ้ง และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 2 ท่าน ตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
3. ทดสอบแบบสอบถามกับเกษตรกรในพื้นที่วิจัย จำนวน 3 ราย เพื่อปรับแบบสอบถามให้สอดคล้องกับลักษณะพื้นที่ และข้อมูลแล้วนำมาปรับปรุงก่อนนำไปใช้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยโดยการดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงสมบูรณ์แล้วไปลงพื้นที่สัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ปลูกผักบุ้งในตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จำนวน 15 ราย
2. รวบรวมแบบสอบถามที่ลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ซึ่งได้จากการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการประมวลผลและหาค่าสถิติ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบด้วย การตีความข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล การสังเคราะห์ข้อมูล และการสรุปผล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้อธิบายลักษณะข้อมูลที่รวบรวม ได้แก่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) การนำเสนอข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ แบ่งเป็น

1. การนำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งข้อมูลเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage)
2. การนำเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพมีความชัดเจน เป็นรูปธรรม ผู้วิจัยได้กำหนดข้อมูลด้วยวิธีการสรุปเป็นตัวเลข และแปลข้อความในเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวน 15 ราย เป็นเพศชาย จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 อายุ 41-50 จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ประสบการณ์การปลูกผักนึ่ง 1-3 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00 ปลูกผักนึ่งเป็นอาชีพเสริมจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ไม่มีการกู้ยืมเงินจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการปลูกผักนึ่ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวน 15 ราย มีพื้นที่ในการปลูกผักนึ่ง 2 ไร่ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีพื้นที่ในการปลูกผักนึ่งเป็นที่ดินเช่า จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 ปลูกผักนึ่งแบบไร้สารเคมี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 และได้พันธุ์ผักนึ่งมาจากพื้นที่ที่ปลูกผักนึ่ง จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักนึ่ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวน 15 ราย มีต้นทุนทั้งหมดในการปลูกผักนึ่งเฉลี่ยต่อไร่ ประกอบด้วยต้นทุนค่าค่าแรงงานร้อยละ 65.12 ต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตในการปลูกผักนึ่งร้อยละ 28.33 และต้นทุนค่าพันธุ์ผักนึ่งร้อยละ 6.55

มีเงินลงทุนในสินทรัพย์ในการปลูกผักนึ่งเฉลี่ยต่อไร่ ประกอบด้วยสินทรัพย์ประเภทเรือเก็บผักนึ่งคิดเป็นร้อยละ สินทรัพย์ประเภทเครื่องสูบน้ำคิดเป็นร้อยละ 28.86 สินทรัพย์ประเภทท่อสูบน้ำคิดเป็นร้อยละ 19.50 และสินทรัพย์ประเภทมิดคิดเป็นร้อยละ 3.28

มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ในการปลูกผักนึ่ง ให้ผลผลิตเฉลี่ย 257 ถูงต่อไร่ มีรายได้เฉลี่ยต่อไร่ในการปลูกผักนึ่ง 10,605 บาทต่อไร่ มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิจากการปลูกผักนึ่งเฉลี่ย 6,695 บาทต่อไร่ มีต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 3,394 บาทต่อไร่ และต้นทุนคงที่เฉลี่ย 516 บาทต่อไร่

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนปลูกผักนึ่งเฉลี่ยต่อไร่ มีอัตรากำไรต่อต้นทุน 1.71 เท่า อัตรากำไรต่อยอดขาย 0.63 เท่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) 1.35 เท่า และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) 5.22 เท่า

สรุปผลการวิจัย

จากผลการสรุปวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกผักนึ่งในตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม เป็นดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวน 15 ราย เป็นเพศชาย จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 อายุ 41-50 จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ประสบการณ์การปลูกผักนึ่ง 1-3 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00 ปลูกผักนึ่งเป็นอาชีพเสริมจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ไม่มีการกู้ยืมเงินจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการปลูกผักบุ้ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวน 15 ราย มีพื้นที่ในการปลูกผักบุ้ง 2 ไร่ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีพื้นที่ในการปลูกผักบุ้งเป็นที่ดินเช่า จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 ปลูกผักบุ้งแบบไร้สารเคมี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 และได้พันธุ์ผักบุ้งมาจากพื้นที่ที่ปลูกผักบุ้ง จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักบุ้ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวน 15 ราย มีต้นทุนทั้งหมดในการปลูกผักบุ้งเฉลี่ยต่อไร่ ประกอบด้วยต้นทุนค่าค่าแรงงานร้อยละ 65.12 ต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตในการปลูกผักบุ้งร้อยละ 28.33 และต้นทุนค่าพันธุ์ผักบุ้งร้อยละ 6.55

มีเงินลงทุนในสินทรัพย์ในการปลูกผักบุ้งเฉลี่ยต่อไร่ ประกอบด้วยสินทรัพย์ประเภทเรือเก็บผักบุ้งคิดเป็นร้อยละ สินทรัพย์ประเภทเครื่องสูบน้ำคิดเป็นร้อยละ 28.86 สินทรัพย์ประเภทท่อสูบน้ำคิดเป็นร้อยละ 19.50 และสินทรัพย์ประเภทมิดคิดเป็นร้อยละ 3.28

มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ในการปลูกผักบุ้ง ให้ผลผลิตเฉลี่ย 257 ถูต่อไร่ มีรายได้เฉลี่ยต่อไร่ในการปลูกผักบุ้ง 10,605 บาทต่อไร่ มีกำไร (ขาดทุน) สุทธิจากการปลูกผักบุ้งเฉลี่ย 6,695 บาทต่อไร่ มีต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 3,394 บาทต่อไร่ และต้นทุนคงที่เฉลี่ย 516 บาทต่อไร่

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนปลูกผักบุ้งเฉลี่ยต่อไร่ มีอัตรากำไรต่อต้นทุน 1.71 เท่า อัตรากำไรต่อยอดขาย 0.63 เท่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) 1.35 เท่า และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) 5.22 เท่า

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักบุ้ง : กรณีศึกษาตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกผักบุ้ง จากผลการค้นคว้าวิจัย มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ต้นทุนการปลูกผักบุ้งประกอบด้วย ต้นทุนและค่าใช้จ่าย 3 รายการที่สำคัญ ได้แก่ ต้นทุนค่าวัตถุดิบพันธุ์ผักบุ้ง ร้อยละ 6.55 ต้นทุนค่าแรงงาน 65.12 และค่าใช้จ่ายการผลิต ร้อยละ 28.33 จะเห็นได้ว่าการปลูกผักบุ้งของเกษตรกร มีสัดส่วนของต้นทุนค่าแรงงานมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในงานวิจัยของ รศ.ดุชนฎี พรหมทัต (2559) ที่ศึกษาต้นทุน ผลตอบแทนและวิธีการตลาดผักปลอดภัย: กรณีศึกษาผักบุ้งจีน ได้ทำการเก็บข้อมูลที่ตำบลสิงหนาท อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งพบว่าผลการวิจัยค่าพันธุ์ผัก ร้อยละ 42.33 ค่าแรงงาน ร้อยละ 36.07 และค่าใช้จ่ายการผลิต ร้อยละ 21.60 จะเห็นได้ว่าการปลูกผักบุ้งมีสัดส่วนต้นทุนค่าพันธุ์ผักมากที่สุด เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับแล้วจะเห็นว่าต้นทุนมีความแตกต่างกัน เป็นผลมาจากเกษตรกรตำบลคลองโยง นิยมซื้อพันธุ์ผักในพื้นที่ที่ปลูก ซึ่งได้พันธุ์ผักที่ราคาไม่แพง เนื่องจากการขายให้คนในพื้นที่เดียวกันเอง ส่วนต้นทุนค่าแรงที่สูงเนื่องมาจาก เกษตรกรในพื้นที่นิยมการจ้างไถพรวน และการจ้างเก็บเกี่ยวผักบุ้ง เพราะอย่างยิ่งมีชาวบ้านบางกลุ่มในหมู่บ้านที่ไม่ได้ออกไปทำงานข้างนอก พื้นที่ทำการเกษตรน้อย หลังจากหว่านทำนาข้าวแล้วก็ไม่ได้ทำงานอะไร ก็ออกรับจ้างไถพรวน หรือออกรับจ้างเก็บเกี่ยวผักบุ้ง เป็นรายได้เสริมอีกทาง

2. ผลตอบแทนในการลงทุนปลูกผักบุ้ง ได้กำไรสุทธิ 6,695 บาทต่อไร่ จะเห็นได้ว่า กำไรสุทธิต่อไร่ยังต่ำอยู่เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนที่ต้องจ่ายไป เนื่องจากเกษตรกรยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนต้นทุนในการปลูกผักบุ้ง เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่สูงขึ้น ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ รศ.ดุชนฎี พรหมทัต (2559)

ที่ศึกษาต้นทุน ผลตอบแทนและวิธีการตลาดผักปลอดภัย: กรณีศึกษาผักบั้งจีน ได้ทำการเก็บข้อมูลที่ตำบลสิงหนาท อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งพบว่าผลการวิจัย มีกำไรสุทธิ 20,200 บาทต่อไร่ จะเห็นได้ว่าการปลูกผักบั้งมีสัดส่วนกำไรสุทธิที่สูงกว่า อันเนื่องมาจากเกษตรกรในตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่สูงจึงทำให้ได้กำไรน้อย และสอดคล้องกับการวิจัยของ ปิยะราช เตชะสืบ (2557: บทคัดย่อ) ผลงานวิจัยเรื่อง ต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนโครงการปลูกผักกูดขายปลอดสารพิษเพื่อการค้าในจังหวัดลำปาง ผลการศึกษา พบว่า การลงทุนมีต้นทุนการผลิตรวม 341,473.44 บาท รายได้รวม 1,189,246.40 บาท และต้นทุนเฉลี่ย กิโลกรัมละ 63.16 บาท มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 3 ปี กับ 2 เดือน 4 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) เท่ากับ 39,298.16 บาท อัตราผลตอบแทนที่แท้จริง (Internal Rate of Return) ภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 11.32 ถือว่าโครงการนี้เป็นโครงการที่ยอมรับได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรที่ปลูกผักบั้งมีต้นทุนค่าแรงที่สูงเนื่องจาก เกษตรกรในพื้นที่นิยมการจ้างไพร่พรอน และการจ้างเก็บเกี่ยวผักบั้ง จึงควรหาแนวทางลดต้นทุนค่าแรงงาน เพื่อให้การปลูกผักบั้งมีต้นทุนที่ต่ำลง ผลตอบแทนที่จะได้รับก็จะสูงขึ้น

2. จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีกำไรสุทธิต่อไร่ที่ไม่สูง เนื่องจากมีต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่สูง ซึ่งเกษตรกรอาจไปขอคำแนะนำในการลดต้นทุน หรือเพิ่มช่องทางการขายได้จากเกษตรจังหวัด

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรศึกษาแนวทางในการเพิ่มผลผลิตในการปลูกผักบั้งต่อไร่ให้สูงขึ้น และศึกษาแนวทางการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการปลูกผักบั้ง เพื่อให้ได้ผลตอบแทนคือกำไรเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ฉวีวรรณ สุดจิต. (2556, ตุลาคม-ธันวาคม). การเก็บข้อมูลองค์ประกอบผลผลิตผักบั้งจีน ในงานทดลองวิจัยของสวนการใช้น้ำชลประทาน. วารสารข่าวเกษตรชลประทาน. 17(67): 2-8.

เฉลิมขวัญ คุชบุญญ์. (2554). การวิเคราะห์รายงานทางการเงิน. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

ดุษฎี พรหมทัต. (2559). ต้นทุน ผลตอบแทนและวิธีการตลาดผักปลอดภัย: กรณีศึกษาผักบั้งจีน. งานวิจัยกองทุนส่งเสริมงานวิจัย: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์พระนครศรีอยุธยา หันตรา.

เทศบาลตำบลคลองโยง. (2560). ข้อมูลเทศบาลตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. สืบค้นจาก <http://www.khlongyong.go.th/about>.

ปิยะราช เตชะสืบ. (2557). ต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุน โครงการปลูกผักกูดขายปลอดสารพิษเพื่อการค้าในจังหวัดลำปาง. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเนชั่น.

พงศ์ศิริภพ ทองศิริสุระเกตุ. (2559). การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนการปลูกข้าวของกลุ่มเกษตรกร ในจังหวัดกาญจนบุรี. รายงานการวิจัย: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

เพชร ชุมทรัพย์. (2554). การวิเคราะห์งบการเงิน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิธสาธิต สุชาโต; และคณะ. (2556, เมษายน-มิถุนายน). การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของข้าวไทย: ข้าวหอมมะลิบรรจุถุง.

จดหมายข่าว งานวิจัยเชิงนโยบายเกษตร. 1(1).

วศิววัฒน์ วสินสมบัติ. (2559). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีต

อัดแรง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม. รายงานการวิจัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2557). การบัญชีต้นทุน. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.

สุขใจ ตอนปัญญา. (2554). ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกข้าวของเกษตรกรหมู่ 5 ตำบลหัวดง อำเภอ

เมือง จังหวัดพิจิตร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สุภาวี ทองขุนจันทร์. (2556). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนกะหล่ำปลีของเกษตรกรลาวภายใต้ข้อตกลงการ

ผลิตในระบบพันธะสัญญาไทย-ลาว. วารสารบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

อัจจรา กลิ่นจันทร์. (2557). การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกข้าวอินทรีย์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์.

รายงานการวิจัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

BUIL FREE WEBSITE OF YOUR OWN ON TRIPOD. (2560). ต้นทุนการผลิต. สืบค้นจาก http://member-production.tripod.com/Recycled/Dd74/page1_5.html.

NBUS010: ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกิจกรรมทัศนศึกษา กรณีศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

STUDENTS' SATISFACTION TOWARD THE FIELD TRIP ACTIVITIES. A CASE STUDY OF DEPARTMENT OF TOURISM AND HOSPITALITY, RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY LANNA TAK.

กนกพร บัวทรัพย์¹ ดร.ภูมิใจ สอาดโฉม²

¹ อาจารย์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

² อาจารย์ สาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมทัศนศึกษา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านบรรยากาศของสถานที่ทัศนศึกษา ด้านการบรรยายของวิทยากรนำชมสถานที่ทัศนศึกษา ด้านระยะเวลาทัศนศึกษา ด้านยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษา และด้านความชอบโดยรวม โดยข้อมูลในการวิจัยประกอบด้วย นักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก จำนวน 21 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป และแบบสอบถามความพึงพอใจ แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมทัศนศึกษานี้มีความพึงพอใจด้านบรรยากาศของสถานที่ทัศนศึกษาในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.23$, S.D. = 0.15) และนักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ด้านการบรรยายของวิทยากรนำชมสถานที่ทัศนศึกษา ($\mu = 4.12$, S.D. = 0.19) ด้านระยะเวลาทัศนศึกษา ($\mu = 3.71$, S.D. = 0.66) ด้านยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษา ($\mu = 4.04$, S.D. = 0.15) และด้านความชอบโดยรวม ($\mu = 3.83$, S.D. = 0.35)

คำสำคัญ: กิจกรรมทัศนศึกษา, ความพึงพอใจ, นักศึกษาระดับอุดมศึกษา

Abstract

The objectives of this research were to study the level of student's satisfaction toward the field trip activities that includes five components, i.e., the atmosphere of the field trip places, the guides' suggestion, the field trip times, the bus services, and the overall preferences. The research samples were 21 students of the department of tourism and hospitality, Rajamangala University of Technology Lanna Tak. Data were collected by two questionnaires (general information and satisfaction questionnaires), and analyzed by using mean (μ) and standard deviation (S.D.).

The results showed the students satisfied toward the atmosphere of the field trip places in the maximum level ($\mu = 4.23$, S.D. = 0.15). The students pleased with the high level, i.e., the guides' suggestion

($\mu = 4.12$, S.D. = 0.19), the field trip times ($\mu = 3.71$, S.D. = 0.66), the bus services ($\mu = 4.04$, S.D. = 0.15), and the overall preferences ($\mu = 3.83$, S.D. = 0.35).

Keywords: Field trip activities, Satisfaction, Higher education students

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ศตวรรษที่ 21 (21ST Century) เป็นศตวรรษที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกๆ ด้าน ทั้งด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และการดำเนินชีวิตต่างๆ โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศที่เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายด้วยคอมพิวเตอร์ซึ่งส่งผลต่อวิถีชีวิตและกิจกรรมของมนุษย์หลายๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการศึกษาก็จะต้องมีการพัฒนานักศึกษาให้มีความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในศตวรรษที่ 21 (ชลธิชา ห้อมฟุ้ง; และ สมพร ร่วมสุข. 2559) ทั้งนี้ วิจารณ์ พานิช (2555) ได้กล่าวถึงทักษะเพื่อดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ไว้ว่า “สาระวิชาที่มีความสำคัญ แต่ไม่เพียงพอสำหรับการเรียนรู้เพื่อมีชีวิตในโลกยุคศตวรรษที่ 21 ปัจจุบันการเรียนรู้สาระวิชา (Content) ควรเป็นการเรียนจากการค้นคว้าเองของศิษย์ โดยครูช่วยแนะนำ และช่วยออกแบบกิจกรรมที่ช่วยให้นักเรียนแต่ละคนสามารถประเมินความก้าวหน้าของการเรียนรู้ของตนเองได้” ดังนั้นห้องเรียนในศตวรรษที่ 21 จึงเน้นไปที่นักศึกษาเป็นศูนย์กลาง ส่วนอาจารย์ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ เช่น ขณะที่นักศึกษากำลังเรียนรู้ด้วยการฝึกปฏิบัติ อาจารย์จะทำหน้าที่เหมือนผู้ฝึกสอนและให้คำปรึกษา นักศึกษาจะเรียนรู้การใช้วิธีสอบถาม (Inquiry method) และเรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่น ทั้งนี้ห้องเรียนในศตวรรษที่ 21 มีเป้าหมายเพื่อให้นักศึกษาเป็นผู้สื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เป็นผู้คิดสร้างสรรค์ และเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยี (สถาบันวิจัยการเรียนรู้. 2560)

กิจกรรมทัศนศึกษา (Field trip) เป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่งที่ช่วยพัฒนาสมรรถนะการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้นักศึกษาได้รับความรู้และประสบการณ์ตรง ได้เรียนรู้สภาพความเป็นจริง มีการเชื่อมโยงระหว่างการเรียนรู้ในห้องเรียนและความเป็นจริง กิจกรรมทัศนศึกษายังช่วยกระตุ้นให้นักศึกษาคิด ตั้งคำถาม และหาคำตอบ รวมทั้งได้ปฏิบัติกิจกรรมร่วมกับเพื่อนๆ อันเป็นการพัฒนาสมรรถนะทางด้านการสื่อสาร และการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม และพัฒนาการเรียนรู้แบบร่วมมือ ความสร้างสรรค์ และนวัตกรรม (สิรินทร์ ลัดดาภิรมย์; และ มุจลินท์ กลิ่นหวล. 2559) นอกจากนี้ อธิติเดช น้อยไม้ (2547) ได้กล่าวถึงความสำคัญของกิจกรรมทัศนศึกษาไว้ว่า “การจัดทัศนศึกษาจึงเป็นกิจกรรมการเรียนการสอนที่ช่วยให้นักเรียนได้มีโอกาสเรียนรู้ด้วยตนเอง ทำให้ได้รับความรู้ ความเข้าใจในเรื่องที่ศึกษาอย่างแท้จริง ทั้งยังเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่แก่นักเรียนอย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพราะการพานักเรียนไปทัศนศึกษานั้น ถือว่าเป็นวิธีการที่ทำให้แก่นักเรียนได้รับประสบการณ์ตรงในการเรียนรู้และสามารถพัฒนานักเรียนในด้านร่างกาย สติปัญญา จิตใจ อารมณ์ และสังคมได้เป็นอย่างดี” ดังนั้น การทัศนศึกษาจึงเป็นกระบวนการกระตุ้นการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับทักษะเพื่อดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ในหลายๆ ด้าน เพราะประสบการณ์ตรงจากการลงมือปฏิบัติจริงซึ่งช่วยให้เกิดความเข้าใจและจดจำสิ่งที่ได้พบเห็นในเวลาอันรวดเร็ว และยั่งยืนซึ่งจะเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

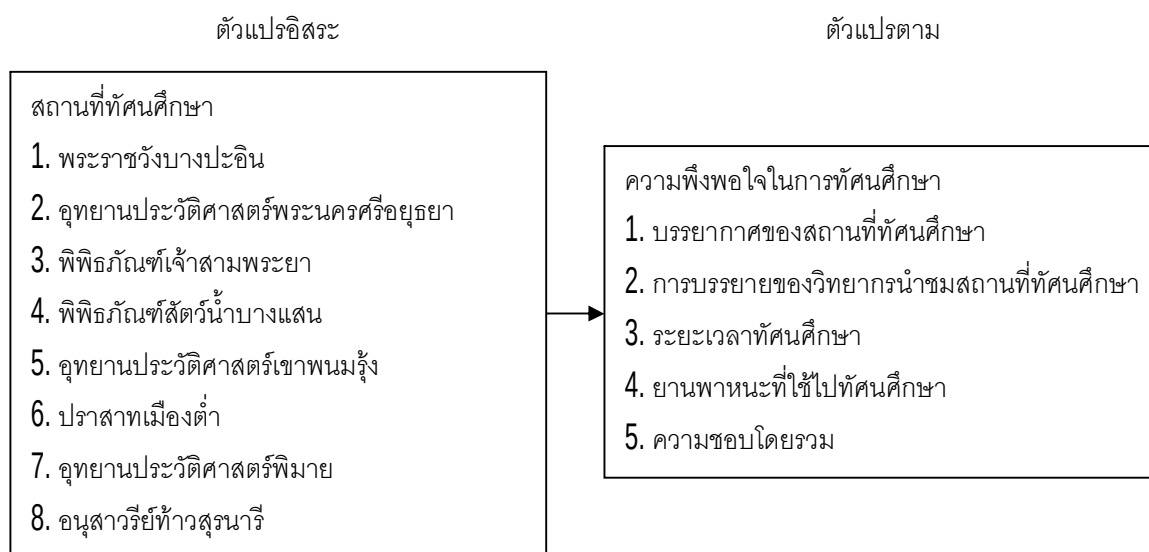
จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมทัศนศึกษาซึ่งมีประโยชน์ต่อนักศึกษา จึงเป็นที่มาของปัญหาในการวิจัยว่า การจัดกิจกรรมทัศนศึกษาสร้างความพึงพอใจแก่นักศึกษามากน้อยเพียงใด และปัจจัยด้านสถานที่ทัศนศึกษามีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาหรือไม่ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้จัด

ดำเนินการวิจัยในหัวข้อ “ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกิจกรรมทัศนศึกษา กรณีศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมทัศนศึกษา

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมทัศนศึกษา ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมทัศนศึกษาในครั้งต่อไป

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก จำนวน 21 คน ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2560

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ สถานที่ทัศนศึกษา (พระราชวังบางปะอิน อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอโยธยา พิพิธภัณฑ์เจ้าสามพระยา พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสน อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี)

ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมทัศนศึกษา (บรรยากาศของสถานที่ทัศนศึกษา การบรรยายของวิทยากรนำชมสถานที่ทัศนศึกษา ระยะเวลาทัศนศึกษา ยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษา และความชอบโดยรวม)

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมทัศนศึกษา (Field trip activities) เป็นกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อแสวงหาประสบการณ์โดยตรงจากแหล่งความรู้ตามสถานที่ต่างๆ นอกห้องเรียน และเป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่ช่วยพัฒนาความรู้และทักษะทางสังคม เพื่อให้นักเรียนมีความรู้และเข้าใจเรื่องที่เรียนเพิ่มขึ้น โดย Blount; & Klausmeir (1968) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมทัศนศึกษาไว้ว่า กิจกรรมทัศนศึกษาเป็นกิจกรรมศึกษาหาความรู้จากประสบการณ์โดยตรง (Direct experience) ซึ่งเน้นให้นักเรียนได้เรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริง เพื่อที่ช่วยเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ของนักเรียนให้มากขึ้น ทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานศึกษากับชุมชน และให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความรู้ให้แก่เด็กนักเรียน ทั้งนี้ Pfouts (2003) ได้เสนอแนวคิดที่สอดคล้องกันไว้ว่า วิธีการที่ดีที่สุดที่นักเรียนจะมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโลกและสังคมเพิ่มมากขึ้น ต้องมีการเรียนรู้จากประสบการณ์โดยตรง (Direct learning experience) เพื่อช่วยให้นักเรียนได้พัฒนาทักษะการคิดจนเกิดความเข้าใจในเรื่องที่เรียน และกิจกรรมทัศนศึกษาก็เป็นส่วนสำคัญในการปลูกฝังค่านิยมและทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่พบเห็นให้แก่เด็กนักเรียนได้อีกด้วย ดังนั้นกิจกรรมทัศนศึกษาจึงเป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีความสำคัญอย่างหนึ่ง ทำให้นักเรียนได้รับความรู้และความเข้าใจในเรื่องที่ศึกษาเพิ่มขึ้น และเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่เด็กนักเรียน เพราะกิจกรรมทัศนศึกษาถือว่าเป็นวิธีการที่ทำให้นักเรียนได้รับประสบการณ์ตรงในการเรียนรู้และสามารถพัฒนานักเรียนในด้านสติปัญญา จิตใจ อารมณ์ ร่างกาย และสังคมได้เป็นอย่างดี

การจัดกิจกรรมทัศนศึกษานั้น อาจารย์และนักเรียนที่ร่วมกิจกรรมทัศนศึกษาควรมีโอกาสได้วางแผนร่วมกัน เพื่อกำหนดกิจกรรมต่างๆ ทั้งก่อนเริ่มกิจกรรมทัศนศึกษา ระหว่างดำเนินกิจกรรมทัศนศึกษา และหลังเสร็จสิ้นกิจกรรมทัศนศึกษา โดย อธิติเดช น้อยไม้ (2547) ได้เสนอขั้นตอนการจัดกิจกรรมทัศนศึกษาดังนี้

1. ขั้นกำหนดจุดประสงค์ อาจารย์จะต้องกำหนดจุดประสงค์ในการจัดกิจกรรมทัศนศึกษาให้สอดคล้องกับหลักสูตรและตรงกับจุดประสงค์ของการเรียนการสอน จากนั้นอาจารย์ควรทำความเข้าใจกับนักเรียนให้ชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรมทัศนศึกษา
2. ขั้นวางแผนร่วมกัน อาจารย์ควรวางแผนร่วมกันกับนักเรียนในการพิจารณาสถานที่ทัศนศึกษาให้มีความเหมาะสมกับจุดประสงค์ของการเรียนการสอน รวมถึงความเหมาะสมด้านอายุ ความสนใจ และประสบการณ์เดิมของนักเรียน โดยเมื่อมีการกำหนดสถานที่แน่ชัดแล้ว อาจารย์และนักเรียนบางคนจะต้องค้นหาข้อมูลของกิจกรรมทัศนศึกษาเบื้องต้น เพื่อจะได้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เช่น ความปลอดภัยของเส้นทางที่จะไปทัศนศึกษา สถานที่พัก ยานพาหนะที่เหมาะสม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ หลังจากนั้นอาจารย์และนักเรียนจึงนำข้อมูลที่ได้รับกลับมวางแผนร่วมกัน
3. ขั้นปฏิบัติการทัศนศึกษา เป็นขั้นตอนของการดำเนินกิจกรรมทัศนศึกษา โดยเริ่มตั้งแต่การออกเดินทางทัศนศึกษา การศึกษาเรียนรู้ด้วยวิธีการต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ จนกระทั่งเสร็จสิ้นการทัศนศึกษา โดยเมื่อเริ่มการเดินทาง อาจารย์ควรดูแลเอาใจใส่ในเรื่อง ความปลอดภัย ความประพฤติ กิริยามารยาทของนักเรียน และเมื่อเดินทาง

ถึงสถานที่ที่ได้กำหนดไว้ อาจารย์ควรเน้นย้ำนักเรียนในเรื่องจุดมุ่งหมายของการมาทัศนศึกษา การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานที่ไปศึกษา วิธีการในการแสวงหาความรู้ การตรงต่อเวลา และมารยาทต่างๆ

4. **ขั้นประเมินและสรุปผล** เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมทัศนศึกษาแล้ว อาจารย์ต้องประเมินผลด้วยวิธีการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับนักเรียน โดยเน้นการประเมินผลตามสภาพจริง (Authentic assessment) ว่า การจัดกิจกรรมทัศนศึกษานี้บรรลุผลตามจุดประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ และผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามที่ต้องการหรือไม่ โดยพิจารณาให้ครอบคลุมประเด็นการเรียนรู้ทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรู้ ความเข้าใจในสิ่งที่ศึกษา 2) ด้านเจตคติหรือทัศนคติ และ 3) ด้านกระบวนการในการเรียนรู้ นอกจากนี้อาจารย์ควรพิจารณาว่าในการจัดทัศนศึกษาครั้งนี้มีส่วนใดที่ต้องแก้ไขปรับปรุงหรือพัฒนาให้ดีขึ้นต่อไป

ทั้งนี้กิจกรรมทัศนศึกษายังสอดคล้องกับการพัฒนาสมรรถนะการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในศตวรรษที่ 21 (Nabors; et al. 2009) ซึ่งเป็นการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning interaction) ประกอบด้วย

1. **การมีส่วนร่วม (Participatory)** โดยต้องมีการพัฒนานักศึกษาเพื่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ซึ่งเป็นการพัฒนาสมรรถนะในการสื่อสาร (Communication) ความร่วมมือ (Collaboration) การคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical thinking) และการสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity and innovation)

2. **การแสดงความคิดเห็น (Discussion)** และการตั้งคำถามที่เกี่ยวข้องกับการไปทัศนศึกษาซึ่งเป็นการพัฒนาสมรรถนะในการสื่อสาร (Communication) และการคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical thinking)

3. **การตั้งคำถาม (Questions)** โดยอาจารย์เป็นผู้กระตุ้นให้เกิดคำถาม และให้ความสนใจในคำถามนั้นๆ รวมทั้งการตอบคำถามซึ่งเป็นการพัฒนาสมรรถนะในการสื่อสาร และการคิดอย่างมีวิจารณญาณ

4. **การประเมิน (Assessment)** โดยอาจารย์เป็นผู้ประเมินกิจกรรม และประเมินแหล่งเรียนรู้ที่ไปทัศนศึกษาโดยต้องมีการประเมินภายหลังการไปทัศนศึกษาเมื่อกลับสู่ห้องเรียน ซึ่งเป็นการประเมินสมรรถนะการเรียนรู้

5. **การรวบรวม (Collect)** เป็นการรวบรวมหลักฐานที่แสดงให้เห็นการพัฒนาและความเข้าใจของนักศึกษาต่อสิ่งที่ได้รับที่เกิดจากการทัศนศึกษา อันสะท้อนสมรรถนะการเรียนรู้ของนักศึกษาทุกด้าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกิจกรรมทัศนศึกษากรณีศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก” นี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ (สอบถามเรื่องเพศและอายุ) และส่วนที่ 2 เป็นแบบประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ (สอบถามความพึงพอใจด้านบรรยากาศของสถานที่ทัศนศึกษา การบรรยายของวิทยากรนำชมสถานที่ทัศนศึกษา ระยะเวลาทัศนศึกษา ยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษา และความชอบโดยรวม) ทั้งนี้แบบประเมินความพึงพอใจ มีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อกิจกรรมทัศนศึกษาดำเนินการเสร็จแล้ว จึงเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 21 คน ที่เข้าร่วมกิจกรรมทัศนศึกษาในครั้งนี้ โดยให้อาจารย์ที่ควบคุมกิจกรรมทัศนศึกษาแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จเรียบร้อยแล้วกลับคืน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวและบริการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่และร้อยละ

2. ผลประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวและบริการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยเกณฑ์การตัดสินผลข้อมูลพิจารณาจากค่าเฉลี่ยตามช่วงระดับคะแนน (Class interval) ดังนี้ (ฐิตียา เนตรวงษ์, 2555)

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และปัจจัยพื้นฐานของนักศึกษา ได้แก่ เพศและอายุ พบว่า นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการทัศนศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 21 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 และเป็นเพศชาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 โดยมีอายุ 21 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 76.19 และมีอายุ 22 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 23.81

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาด้านบรรยากาศของสถานที่ทัศนศึกษา การบรรยายของวิทยากรนำชมสถานที่ทัศนศึกษา ระยะเวลาทัศนศึกษา ยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษา และความชอบโดยรวม แสดงดังตาราง 2 ถึง 6 ตามลำดับ

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักศึกษาด้านบรรยากาศของสถานที่ทัศนศึกษา

บรรยากาศของสถานที่ทัศนศึกษา	ความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ
	μ	S.D.	
1. พระราชวังบางปะอิน	4.10	0.89	มาก
2. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	4.33	0.58	มากที่สุด
3. พิพิธภัณฑ์เจ้าสามพระยา	4.24	0.62	มากที่สุด
4. พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสน	4.05	0.80	มาก
5. อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง	4.52	0.51	มากที่สุด
6. ปราสาทเมืองต่ำ	4.24	0.62	มากที่สุด
7. อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย	4.19	0.81	มาก
8. อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี	4.33	0.72	มากที่สุด
รวม	4.23	0.15	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พิพิธภัณฑ์เจ้าสามพระยา อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ และอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีได้รับความพึงพอใจด้านบรรยากาศของสถานที่ทัศนศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu \geq 4.21$) ส่วนพระราชวังบางปะอิน พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสน และอุทยานประวัติศาสตร์พิมายได้รับความพึงพอใจด้านบรรยากาศของสถานที่ทัศนศึกษาอยู่ในระดับมาก ($3.41 \leq \mu \leq 4.20$) ทั้งนี้ นักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมทัศนศึกษานี้มีความพึงพอใจด้านบรรยากาศของสถานที่ทัศนศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.23$, S.D. = 0.15) เนื่องจากก่อนกิจกรรมทัศนศึกษานี้ได้มีการประชุมร่วมกันระหว่างอาจารย์และนักศึกษา โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม (Participatory) ซึ่งนักศึกษาต้องค้นหาข้อมูลสถานที่ทัศนศึกษาที่นักศึกษาสนใจจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น เว็บไซต์ต่างๆ และห้องสมุด โดยสถานที่ทัศนศึกษานั้นต้องแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกการเป็นผู้นำเที่ยว และเป็นสถานที่ซึ่งเหมาะสมต่อการเดินทาง จากนั้นให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็น (Discussion) โดยมีอาจารย์เป็นผู้กระตุ้นให้เกิดคำถาม (Questions) ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ทัศนศึกษาแล้วช่วยกันคัดเลือกสถานที่ทัศนศึกษาที่เหมาะสม

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักศึกษาด้านการบรรยายของวิทยากรนำชมสถานที่ทัศนศึกษา

ด้านการบรรยายของวิทยากรนำชมสถานที่ทัศนศึกษา	ความพึงพอใจ		ระดับ
	μ	S.D.	ความพึงพอใจ
1. พระราชวังบางปะอิน	4.29	0.56	มากที่สุด
2. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	4.24	0.77	มากที่สุด
3. พิพิธภัณฑ์เจ้าสามพระยา	4.05	0.86	มาก
4. พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสน	4.29	0.78	มากที่สุด
5. อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง	4.19	1.17	มาก
6. ปราสาทเมืองต่ำ	3.81	1.08	มาก
7. อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย	3.95	0.80	มาก
8. อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี	-	-	-
รวม	4.12	0.19	มาก

จากตาราง 3 พบว่า พระราชวังบางปะอิน อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสนได้รับความพึงพอใจด้านการบรรยายของวิทยากรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu \geq 4.21$) ส่วนพิพิธภัณฑ์เจ้าสามพระยา อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีได้รับความพึงพอใจด้านการบรรยายของวิทยากรอยู่ในระดับมาก ($3.41 \leq \mu \leq 4.20$) ทั้งนี้ นักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมทัศนศึกษานี้มีความพึงพอใจด้านการบรรยายของวิทยากรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.12$, S.D. = 0.19) เนื่องจากก่อนกิจกรรมทัศนศึกษานี้ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าชม และขออนุเคราะห์วิทยากรนำชมสถานที่ทัศนศึกษา ซึ่งทำให้นักศึกษาได้รับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ทัศนศึกษาได้ดีมากขึ้น นอกจากนี้วิทยากรนำชมสถานที่ทัศนศึกษายังเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับนักศึกษา สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการที่จะทำงานเป็นผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ในอนาคตได้อีกด้วย ทั้งนี้กิจกรรมทัศนศึกษาที่อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีไม่มีวิทยากรนำชมสถานที่ทัศนศึกษา เนื่องจากกิจกรรมนี้ใช้เวลาไม่นาน (ประมาณ 1 ชั่วโมง) ดังนั้นสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการจึงไม่ได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์วิทยากรนำชมสถานที่ทัศนศึกษา

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักศึกษาด้านระยะเวลาทัศนศึกษา

ด้านระยะเวลาทัศนศึกษา	ความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ
	μ	S.D.	
1. พระราชวังบางปะอิน	4.43	0.75	มากที่สุด
2. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	3.38	0.59	ปานกลาง
3. พิพิธภัณฑ์เจ้าสามพระยา	3.86	0.73	มาก
4. พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสน	3.95	0.59	มาก
5. อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง	4.57	0.60	มากที่สุด
6. ปราสาทเมืองต่ำ	3.81	0.68	มาก
7. อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย	3.14	0.85	ปานกลาง
8. อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี	2.57	0.51	น้อย
รวม	3.71	0.66	มาก

จากตาราง 4 พบว่า พระราชวังบางปะอิน และอุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้งได้รับความพึงพอใจด้านระยะเวลาทัศนศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu \geq 4.21$) พิพิธภัณฑ์เจ้าสามพระยา พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสน และปราสาทเมืองต่ำได้รับความพึงพอใจด้านระยะเวลาทัศนศึกษาอยู่ในระดับมาก ($3.41 \leq \mu \leq 4.20$) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และอุทยานประวัติศาสตร์พิมายได้รับความพึงพอใจด้านระยะเวลาทัศนศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง ($2.61 \leq \mu \leq 3.40$) ส่วนอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีได้รับความพึงพอใจด้านระยะเวลาทัศนศึกษาอยู่ในระดับน้อย ($\mu = 2.57$, S.D. = 0.51) ทั้งนี้ นักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมทัศนศึกษานี้มีความพึงพอใจด้านระยะเวลาทัศนศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.71$, S.D. = 0.66) เนื่องจากก่อนกิจกรรมทัศนศึกษานี้ได้ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาทัศนศึกษาที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามสถานที่ทัศนศึกษาบางแห่ง เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และอุทยานประวัติศาสตร์พิมายมีพื้นที่กว้างขวาง นักศึกษาจึงต้องการเพิ่มระยะเวลาทัศนศึกษาเพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของชาติไทย นอกจากนี้ นักศึกษายังต้องการเพิ่มระยะเวลาทัศนศึกษาที่อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี เนื่องจากกิจกรรมนี้ใช้เวลาไม่นาน (ประมาณ 1 ชั่วโมง) นักศึกษาต้องการศึกษาสถานที่และชุมชนรอบๆ อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี เช่น พิพิธภัณฑ์เมืองนครราชสีมา วัดพายัพ และวัดพระนารายณ์มหาราช

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักศึกษาด้านยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษา

ด้านยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษา	ความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ
	μ	S.D.	
1. พระราชวังบางปะอิน	4.00	0.84	มาก
2. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	4.14	0.85	มาก
3. พิพิธภัณฑ์เจ้าสามพระยา	3.95	0.67	มาก
4. พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสน	4.24	0.54	มากที่สุด
5. อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง	3.90	0.77	มาก
6. ปราสาทเมืองต่ำ	4.05	0.74	มาก
7. อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย	3.81	0.81	มาก
8. อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี	4.19	0.75	มาก
รวม	4.04	0.15	มาก

จากตาราง 5 พบว่า พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสนได้รับความพึงพอใจด้านยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu \geq 4.21$) ส่วนพระราชวังบางปะอิน อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พิพิธภัณฑ์เจ้าสามพระยา อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ได้รับความพึงพอใจด้านยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษาอยู่ในระดับมาก ($3.41 \leq \mu \leq 4.20$) ทั้งนี้นักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมทัศนศึกษานี้มีความพึงพอใจด้านยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.04$, S.D. = 0.15) เนื่องจากยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษานี้เป็นรถโดยสารของมหาวิทยาลัยซึ่งมีการดูแลและซ่อมแซมเป็นประจำ จึงทำให้รถโดยสารมีสภาพที่ดี นอกจากนี้คนขับรถโดยสารเป็นพนักงานของมหาวิทยาลัยซึ่งขับรถสุภาพ เคารพกฎจราจร และมีความคุ้นเคยกับกิจกรรมทัศนศึกษาของมหาวิทยาลัยเป็นอย่างดี

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักศึกษาด้านความชอบโดยรวม

ด้านความชอบโดยรวม	ความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ
	μ	S.D.	
1. พระราชวังบางปะอิน	4.24	0.70	มากที่สุด
2. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	3.76	0.62	มาก
3. พิพิธภัณฑ์เจ้าสามพระยา	3.71	0.72	มาก
4. พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสน	3.95	0.59	มาก
5. อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง	4.33	0.66	มากที่สุด
6. ปราสาทเมืองต่ำ	3.81	0.68	มาก
7. อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย	3.62	0.50	มาก
8. อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี	3.24	0.77	ปานกลาง
รวม	3.83	0.35	มาก

จากตาราง 6 พบว่า พระราชวังบางปะอิน และอุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้งได้รับความพึงพอใจด้านความชอบโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu \geq 4.21$) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พิพิธภัณฑ์เจ้าสามพระยา พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสน ปราสาทเมืองต่ำ และอุทยานประวัติศาสตร์พิมายได้รับความพึงพอใจด้านความชอบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($3.41 \leq \mu \leq 4.20$) ส่วนอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีได้รับความพึงพอใจด้านความชอบโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 3.24$, S.D. = 0.77) ทั้งนี้นักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมทัศนศึกษานี้มีความพึงพอใจด้านความชอบโดยรวมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.83$, S.D. = 0.35) เนื่องจากกิจกรรมทัศนศึกษานี้เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์การเรียนรู้เชิงรุก (Active learning interaction) โดยก่อนและระหว่างทำกิจกรรมทัศนศึกษานี้ได้นักศึกษามีส่วนร่วม (Participatory) แสดงความคิดเห็น (Discussion) โดยมีอาจารย์เป็นผู้กระตุ้นให้เกิดคำถาม (Questions) ที่เกี่ยวข้องกับการทัศนศึกษา ส่วนหลังกิจกรรมทัศนศึกษานั้นอาจารย์เป็นผู้ประเมิน (Assessment) กิจกรรมและแหล่งเรียนรู้ที่ไปทัศนศึกษา และรวบรวม (Collect) ผลงานต่างๆ ที่มอบหมายงานให้นักศึกษาทำระหว่างกิจกรรมทัศนศึกษา ได้แก่ รายงานนำเสนอ และคลิปวิดีโอแนะนำสถานที่ที่ทัศนศึกษา สิ่งต่างๆ เหล่านี้ทำให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ตรงจากแหล่งเรียนรู้ และมีความพึงพอใจมาก โดยกิจกรรมทัศนศึกษานี้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory learning) ซึ่งเป็นการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางในการจัดกิจกรรม (สมใจ ปราบพล, 2544; อรรถวิทย์ ณ ตะกั่วทุ่ง, 2545; สุมณฑา พรหมบุญ และอรรพรณ พรสีมา, 2549; Thomas, 2017)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักศึกษาโดยภาพรวมของนักศึกษาในด้านต่างๆ แสดงดังตาราง 7

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจโดยภาพรวมของนักศึกษาในด้านต่างๆ

ความพึงพอใจโดยภาพรวม	ความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ
	μ	S.D.	
1. ด้านบรรยากาศของสถานที่ที่นักศึกษา	4.23	0.15	มากที่สุด
2. ด้านการบรรยายของวิทยากรนำชมสถานที่	4.12	0.19	มาก
3. ด้านระยะเวลาที่นักศึกษา	3.71	0.66	มาก
4. ด้านยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษา	4.04	0.15	มาก
5. ด้านความชอบโดยรวม	3.83	0.35	มาก

จากตาราง 7 ความพึงพอใจโดยภาพรวมของนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมทัศนศึกษานี้พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจด้านบรรยากาศของสถานที่ที่ทัศนศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.23$, S.D. = 0.15) นักศึกษามีความพึงพอใจด้านการบรรยายของวิทยากรนำชมสถานที่ที่ทัศนศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.12$, S.D. = 0.19) นักศึกษามีความพึงพอใจด้านระยะเวลาที่ทัศนศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.71$, S.D. = 0.66) นักศึกษามีความพึงพอใจด้านยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.04$, S.D. = 0.15) และนักศึกษามีความพึงพอใจด้านความชอบโดยรวมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.83$, S.D. = 0.35)

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมทัศนศึกษา ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมทัศนศึกษาในครั้งต่อไป

2. กิจกรรมทัศนศึกษานี้ถือว่าเป็นกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning interaction) ซึ่งสามารถพัฒนาสมรรถนะการเรียนรู้ของนักศึกษาในด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 สมรรถนะการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นในด้านการสื่อสาร (Communication) พบว่า นักศึกษาได้รับการกระตุ้นให้ตั้งและคำถาม มีการสนทนาพูดคุย และรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

2.2 สมรรถนะการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นในด้านความร่วมมือ (Collaboration) พบว่า นักศึกษามีการคิดกิจกรรมร่วมกัน การแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมร่วมกัน การสร้างข้อตกลงในการทำกิจกรรม การสะท้อนความคิด ความรู้สึกที่ได้จากการทัศนศึกษาร่วมกัน และการปฏิบัติกิจกรรมร่วมกัน

2.3 สมรรถนะการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นในด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical thinking) พบว่า นักศึกษามีการให้เหตุผล และมีการตัดสินใจจากกิจกรรม

2.4 สมรรถนะการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นในด้านการสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity and innovation)

พบว่า นักศึกษาสามารถทำคลิปวิดีโอแนะนำสถานที่ทัศนศึกษาได้

โดยสมรรถนะการเรียนรู้ของนักศึกษาที่พัฒนาขึ้นดังกล่าวข้างต้นนี้สอดคล้องกับแนวคิดทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรมสำหรับนักศึกษาในศตวรรษที่ 21 (สุภาพร ศรีศิลป์. 2560; สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย. 2560; Partnership for 21st Century Learning. 2017)

การอภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกิจกรรมทัศนศึกษา กรณีศึกษาสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก” มีนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการทัศนศึกษาจำนวน 21 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 และเป็นเพศชายจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 โดยมีอายุ 21 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 76.19 และมีอายุ 22 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 23.81 ซึ่งงานวิจัยนี้สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. นักศึกษามีความพึงพอใจด้านบรรยากาศของสถานที่ทัศนศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.23$, S.D. = 0.15) เพราะนักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการคัดเลือกสถานที่ทัศนศึกษาซึ่งสอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจของ Good (1973) ที่อธิบายว่า ความพึงพอใจหมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น

2. นักศึกษามีความพึงพอใจด้านการบรรยายของวิทยากรนำชมสถานที่ทัศนศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.12$, S.D. = 0.19) เพราะวิทยากรมีเทคนิคการบรรยายและกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ มีการบรรยายตรงประเด็น มีการยกตัวอย่างประกอบ มีการเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ซักถาม และรับฟังความคิดเห็น และข้อวิจารณ์จากนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความพึงพอใจของวีรพ พวรรณเทวี (2542) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้ามีความคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก

3. นักศึกษามีความพึงพอใจด้านระยะเวลาทัศนศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.71$, S.D. = 0.66) เพราะนักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการกำหนดระยะเวลาทัศนศึกษาที่เหมาะสมในสถานที่ทัศนศึกษาต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับหลักความพึงพอใจของ Hornby (2000) ที่กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

4. นักศึกษามีความพึงพอใจด้านยานพาหนะที่ใช้ไปทัศนศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.04$, S.D. = 0.15) เพราะรถโดยสารมีสภาพที่ดี พนักงานขับรถสุภาพและเคารพกฎจราจร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความพึงพอใจของปราชญ์ กองแก้ว (2546) ที่อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย

5. นักศึกษามีความพึงพอใจด้านความชอบโดยรวมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.83$, S.D. = 0.35) เพราะนักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดการต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจของ Good (1973) ที่อธิบายว่า ความพึงพอใจหมายถึง

สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น นอกจากนี้นักศึกษาเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของกิจกรรมทัศนศึกษา ซึ่งกิจกรรมทัศนศึกษานี้ถือว่าเป็นกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning interaction) โดย สุพรรณิ ชาญประเสริฐ (2557) ได้อธิบายถึงความสำคัญของการเรียนรู้เชิงรุกว่า คือการส่งเสริมกระบวนการคิดที่เป็นอิสระ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการคิดสร้างสรรค์เนื่องจากผู้เรียนมีโอกาสในการฝึกปฏิบัติ ใช้อารมณ์ได้แสดงความคิดเห็นหรือทัศนคติร่วมกันทั้งชั้นเรียนเพื่อช่วยพัฒนาทักษะการคิดขั้นสูงมากขึ้น และส่งเสริมให้เกิดการทำงานแบบร่วมมืออย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ วิทวัส ดวงภูมิเมศ; และ วารินทร์ แก้วอุไร (2560) ได้กล่าวโดยสรุปว่า การเรียนรู้เชิงรุกเป็นกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ที่ให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติในกิจกรรมการเรียนรู้และเป็นศูนย์กลางในการปฏิบัติ กิจกรรมการเรียนรู้ มีพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบร่วมกันในกระบวนการเรียนรู้ใช้กระบวนการคิดในการแก้สถานการณ์ปัญหาอย่างเป็นระบบอย่างสร้างสรรค์ สามารถใช้การปฏิสัมพันธ์ร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สะท้อนผลของการเรียนรู้ระหว่างผู้เรียนด้วยกันเองและระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน จนสามารถสร้างองค์ความรู้จากกิจกรรมการเรียนรู้ได้ด้วยตนเองและส่งผลให้เกิดทักษะการคิดขั้นสูง

ข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยต่อไปควรมีการวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีทุกคณะเกี่ยวกับกิจกรรมทัศนศึกษา เพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาและปรับปรุงให้มีการจัดการเรียนการสอนที่เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- ชลธิชา ห้อมฟุ้ง; และสมพร ร่วมสุข. (2559). การสอนคติชนวิทยากับการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน และการเสริมสร้างความภูมิใจในภูมิปัญญาไทย. Veridian E-Journal, Silpakorn University. 9(2): 1549-1563.
- ฐิติยา เนตรวงษ์. (2555). การสอนโดยวิธีการไปทัศนศึกษาที่ส่งผลต่อความตระหนักในวัฒนธรรมไทย และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 9. 6-7 ธันวาคม 2555 ณ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, หน้า 1582-1590.
- ปราการ กองแก้ว. (2546). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ผลิตสุกัณฑ์รายใหญ่: กรณีศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.
- วิทวัส ดวงภูมิเมศ; และวารินทร์ แก้วอุไร. (2560). การจัดการเรียนรู้ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ด้วยการเรียนรู้อย่างกระตือรือร้น. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. 11(2): 1-14.

- วิรุฬห์ พรรณเทวี. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงาน กระทรวงมหาดไทยใน
อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหาร
การศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สถาบันวิจัยการเรียนรู้. (2560). ลักษณะของห้องเรียนในศตวรรษที่ 21. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2560, จาก
http://www.lri.co.th/knowledge_detail.php?knowledge_id=281.
- สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย. (2560). แนวทางการจัดทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. สืบค้นเมื่อ
25 ธันวาคม 2560, จาก <http://www.secondary11.go.th/2016/th/download/files/guidance10.pdf>.
- สุพรรณิ ซาญประเสริฐ. (2557). Active Learning: การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. นิตยสาร สสวท. 42(188): 3-6.
- สุภาพร ศรีศิลป์. (2560). ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2560, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/509888>.
- สมใจ ปราปพ. (2544). การสอนแบบทักษะชีวิตแบบมีส่วนร่วม. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา
แห่งชาติ.
- สุมนทรา พรหมบุญ, และอรพรรณ พรสีมา. (2549). ทฤษฎีการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม: ด้นแบบการเรียนรู้ทางด้าน
หลักทฤษฎีและแนวปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- สิรินทร์ ลัดดาภรณ์, และมุจลินท์ กลิ่นหวล. (2559). กิจกรรมทัศนศึกษาเพื่อส่งเสริมสมรรถนะการเรียนรู้ของเด็ก
ปฐมวัยในศตวรรษที่ 21. Veridian E-Journal, Silpakorn University. 9(3): 1550-1562.
- อิทธิเดช น้อยไม้. (2547). การจัดทัศนศึกษาเพื่อเรียนรู้แบบบูรณาการ. วารสารศึกษาศาสตร์. 16(1): 1-14.
- อรจรรย์ ณ ตะกั่วทุ่ง. (2545). สุดยอดพัฒนาการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ทบุคส์.
- Blount, N. S.; & Klausmeir, H. J. (1968). Teaching in Secondary School. New York: Harper & Rowe.
- Good, C. V. (1973). Dictionary of Education. 3rd ed., New York: McGraw-Hill.
- Hornby, A. F. (2000). Advance learner's dictionary. 6th ed., London, England: Oxford University.
- Nabors, M. L.; Edwards, L. C.; & Murray, R. K. (2009). Making the Case for Field Trips: What Research Tells
Us and What Site Coordinators Have to Say. Education. 129(4): 661-667.
- Partnership for 21st Century Learning. (2017). Framework for 21st Century Learning. Retrieved December
25, 2017, from <http://www.p21.org/our-work/p21-framework>.
- Pfouts, D. K. (2003). The Benefits of Outdoor Learning Centers for Young Gifted Learners. Gifted Child
Today. 26(1): 56-63.
- Thomas, S. (2017). What is Participatory Learning and Action (PLA): An introduction. Retrieved December
25, 2017, from <http://idp-key-resources.org>.

NBUS011: ปัญหาการจัดการซัพพลายเชนในธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่**SUPPLY CHAIN MANAGEMENT ISSUES IN THE RETAIL BUSINESS OF FURNITURE AND HOME FURNISHINGS.**ภูวนศวรรค์ มหาเศรษฐศิริ¹¹ นักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ**บทคัดย่อ**

งานวิจัยเรื่องปัญหาการจัดการซัพพลายเชนในธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการซัพพลายเชนในห้างธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนา ซึ่งศึกษากระบวนการขั้นตอนต่าง ๆ เริ่มต้นตั้งแต่ต้นน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ เช่น กระบวนการทำงานต่างๆ เป็นต้น

ผลการวิจัยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ พบว่าปัญหาการจัดการซัพพลายเชนในธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่ มีการทำงานไม่สอดคล้องกัน มีหลายขั้นตอน การทำงานซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน และใช้เวลานานในแต่ละกระบวนการ เทคโนโลยีมีไม่เพียงพอ ล้าสมัย และการเพิ่มทักษะบุคคลากรให้มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมแสวงหาเทคโนโลยีใหม่เช่นระบบERP, Demand Planning Tools, Replenishment Planning Tools เป็นต้น ส่งผลต่อการเจริญเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ: การจัดการ, ซัพพลายเชน, ธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์

Abstract

Research on supply chain management issues in the retail business of furniture and home furnishings. purpose To study the problem of supply chain management in the retail business, retail stores, furniture and home furnishings. Qualitative Research Research methodology is qualitative research. In-depth structured interviews. Descriptive Analysis The study of the process starts from the beginning. To the downstream, such as work processes.

RESULTS OF RESEARCH REPORTS The problem of supply chain management in the retail business of furniture and home furnishings. There are inconsistencies. There are several steps. Redundancy in operation and time spent in each process. Technology is inadequate, obsolete, and staff skills are being added to new technologies, such as ERP, Demand Planning Tools, Replenishment Planning Tools, and so on.

Keywords: management, supply chain, furniture retail business

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหาที่ธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่ต้องเผชิญหน้าอยู่คือ ปัญหาของเครื่องมือในการทำงานไม่ทันสมัย มีความซ้ำซ้อนในการทำงานส่งผลให้มีสินค้าเกินความต้องการ สินค้าที่ขายได้ มีไม่พอ ส่วนสินค้าที่ขายไม่ได้มีมากเกินไปเกินความต้องการ ส่งผลให้ถือครองสต็อกมากเกินไปเกินความจำเป็น สำหรับสินค้าขายไม่ดี และเสียโอกาสในการขายสำหรับสินค้าที่ขายดี ไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ขาดทุนกำไร หากบริหารแบบเดิม ซึ่งมีปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป จะทำให้องค์กรอยู่ในตลาดได้ยากมากขึ้น ดังนั้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรจึงเป็นเรื่องสำคัญ

ปัจจุบันอัตราเจริญเติบโตของเศรษฐกิจประเทศไทย มีอัตราถดถอย สภาพการแข่งขันทางธุรกิจห้างค้าปลีกสินค้าเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านในประเทศ มีการแข่งขันค่อนข้างสูง อีกทั้งมีบริษัทข้ามชาติเข้ามาสู่ตลาด เช่น ห้าง IKEA ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าหากบริษัทห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่เป็นของคนไทย เช่น S.B Furniture, Index Living Mall, Modern Form, Chic Republic บริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลให้สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ อันเนื่องมาจากมีต้นทุนในการบริหารจัดการลดลง ซึ่งนั่นหมายถึงการนำมาซึ่งผลกำไรสูงสุด เพื่อให้เกิด Economy of scale แล้ว จึงจะทำให้บริษัทคนไทยสามารถแข่งขันได้ในตลาดและเป็นผู้นำในตลาดที่จะครองใจลูกค้าภายในประเทศต่อไปได้

ในโอกาสที่คณะเจ้าหน้าที่กองทุนการเงินระหว่างประเทศ เดินทางมาเยือนประเทศไทยเพื่อประเมินภาวะเศรษฐกิจไทยประจำปี 2559 ตามนัยแห่งข้อตกลงว่าด้วยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (2016 Article IV Consultation) ระหว่างวันที่ 3-18 มีนาคม 2559 นั้น Ms. Ana Corbacho (นางแอนนา กอร์บาโช) หัวหน้าคณะเจ้าหน้าที่กองทุนการเงินฯ ได้สรุปผลการประเมิน โดยมีประเด็นสำคัญ ดังนี้

เศรษฐกิจไทยปี 2558 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, มีนาคม 2559) เริ่มฟื้นตัว หลังจากที่เคยชะลอตัวในช่วงก่อนหน้านี้จากปัญหาทางการเงิน โดยขยายตัวได้ร้อยละ 2.8 ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อทั่วไปติดลบที่ร้อยละ 0.9 ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายเงินเฟ้อ ของ ธปท. ที่ร้อยละ 2.5 ± 1.5 จาการาคาพลังงานที่ลดลงเป็นสำคัญ โดยอัตราเงินเฟ้อพื้นฐานและเงินเฟ้อคาดการณ์ปรับลดลงเช่นกัน สำหรับดุลบัญชีเดินสะพัดเกินดุลเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 8.8 ของ GDP โดยได้รับอานิสงส์จากอัตราการค้า (Terms of Trade: TOT) ที่ปรับตัวดีขึ้น การท่องเที่ยวที่ยังขยายตัวดี และการนำเข้าที่หดตัวตามอุปสงค์ในประเทศ ทั้งนี้ ตลาดการเงินไทยสามารถรับมือกับความผันผวนของตลาดการเงินโลกในช่วงที่ผ่านมาได้ค่อนข้างดี

มองไปข้างหน้า การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจจะดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยคาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 3 ในปี 2559 และร้อยละ 3.2 ในปี 2560 ทั้งนี้ ความเชื่อมั่นที่ปรับตัวดีขึ้นและราคาค่าพลังงานที่อยู่ในระดับต่ำจะมีส่วนช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของการบริโภคภาคเอกชน อีกทั้งการลงทุนภาครัฐยังจะเป็นแรงส่งทางเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยการลงทุนภาครัฐที่เพิ่มขึ้นจะมีส่วนช่วยกระตุ้นการลงทุนภาคเอกชนในระยะต่อไป ในส่วนของอัตราเงินเฟ้อทั่วไป คาดว่าจะกลับเป็นบวกได้ในปี 2559 แต่อาจใช้เวลาในการปรับเข้าสู่ค่ากลางของเป้าหมาย เงินเฟ้อ สำหรับดุลบัญชีเดินสะพัด คาดว่าจะทยอยปรับลดลงในระยะปานกลางตาม TOT ที่ลดลง และอุปสงค์ในประเทศที่ปรับตัวขึ้น

อย่างไรก็ดี เจ้าหน้าที่กองทุนการเงินฯ มองว่าพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ยังแข็งแกร่งของไทยจะเอื้อให้เศรษฐกิจขยายตัวได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเสนอให้ทางการไทยดำเนินการใน 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ 1) ดำเนินนโยบายเศรษฐกิจมหภาคแบบผ่อนคลายเป็นระยะสอดคล้องกับเป้าหมายการเจริญเติบโตทั้งระยะสั้น และระยะยาว 2) รักษาเสถียรภาพการเงิน และ 3) เพิ่มศักยภาพของเศรษฐกิจ

มูลค่าตลาดรวมเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านของไทยในปี 2558 ปัจจุบันมีมูลค่าประมาณ 70,000 ล้านบาท แบ่งออกเป็นตลาดส่งออก 45,000 ล้านบาท และตลาดในประเทศ 30,000 ล้านบาท ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2558 (ม.ค.-ก.ค.) เติบโต 5.13% หากเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว -1.57% ทั้งปีคาดว่าจะโต 5-10% เนื่องจากได้รับนิสงค์การลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์ การเปิดเวทีการค้าเสรี (เออีซี) และไลฟ์สไตล์การซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

ตาราง 1 โครงสร้างห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านในประเทศ

บริษัท	จำนวนสาขาปัจจุบัน	พื้นที่รวม (ตร.ม.)	ยอดขายปี 2559
อินเด็กซ์ลิฟวิ่งมอลล์	35	220,000	9,600
เอส.บี.เฟอร์นิเจอร์ไฮส	48	160,000	6,900
โมเดอร์นฟาร์ม	9	40,000	4,500
Central	14	30,000	2,000
IKEA	1	20,000	600
Chick replublic	3	60,000	650

ที่มา: อินเด็กซ์ลิฟวิ่งมอลล์ (อ้างอิงประชาชาติธุรกิจ), มิถุนายน 2559

ธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านก็เป็นอีกหนึ่งโซุ่ปทานที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศที่ยังต้องอาศัยการพัฒนาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยนำการจัดการซัพพลายเชนเข้ามามีบทบาทสำคัญ ซึ่งจากสภาพปัจจุบัน ธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านมีสถานะที่มีสินค้าคงคลังในปริมาณที่สูงเกินความต้องการของลูกค้า ทำให้บริษัทเสียเงินลงทุนโดยไม่จำเป็น ทำให้การจัดการซัพพลายเชนไม่มีประสิทธิภาพ และการจัดการซัพพลายเชนเป็นเพียงการพัฒนาภายในองค์กรของตนเองในแต่ละส่วนงาน ยังไม่ได้มีการพัฒนาการจัดการซัพพลายเชนจากต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ เช่น โรงงาน, ศูนย์กระจายสินค้า, ผู้ค้าปลีก ตลอดจนลูกค้า จึงทำให้เกิดปัญหาสินค้าขายดีมีไม่เพียงพอต่อการขายบ่อยครั้ง อันเนื่องมาจากการจัดการเชิงเดี่ยว สินค้าส่งมอบให้แก่ลูกค้าปลายทางไม่ทันตามกำหนด

นักวิจัยหลายท่านได้ให้ความสนใจและศึกษาการจัดการซัพพลายเชน โดย Council of Logistics Management ได้อธิบายว่าการจัดการซัพพลายเชนว่าเป็นการผสมผสานกันระหว่างกลยุทธ์ทางธุรกิจแบบดั้งเดิมซึ่งเน้นการจัดการภายในองค์กรเดียวกับการกลยุทธ์เชิงพันธมิตรสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นในโซุ่ปทาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในระยะยาวให้กับทุกองค์กรในโซุ่ปทาน หรือจะกล่าวได้ว่าการจัดการซัพพลายเชนเป็นการร่วมมือกันระหว่างองค์กรพันธมิตรในโซุ่ปทาน โดยใช้การบริหารจัดการข้อมูลและทรัพยากรแบบบูรณาการอย่างต่อเนื่องตลอดสายโซุ่ปทาน (Feldman; & Muller. 2003; Li; et al. 2006) เพื่อลดต้นทุนให้ต่ำลง และใช้ทรัพยากรของตนที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์มากที่สุดโซุ่ปทานเปรียบเสมือนสายโซ่ล่าเลียงวัตถุดิบ ข้อมูลและเงินทุน ที่เชื่อมต่อกัน

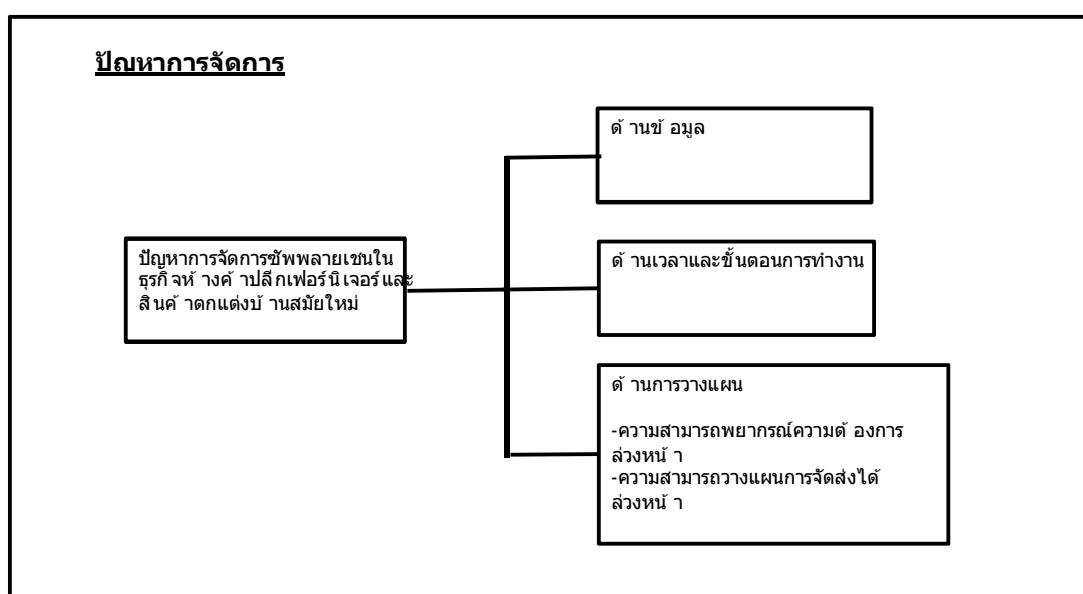
ระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบไปยังลูกค้า โดยมีองค์กรหลายองค์กรที่เกี่ยวข้องอยู่ระหว่างสายโซ่อุปทาน เช่นผู้ผลิตวัตถุดิบ โรงงานแปรรูป ศูนย์กระจายสินค้า ผู้ค้าปลีก ตลอดจนถึงลูกค้า

จึงทำให้ผู้วิจัย สนใจศึกษา ปัญหาการจัดการซัพพลายเชนในธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่ หากมีการพัฒนาทางด้านการจัดการโซ่อุปทาน จะเป็นการบูรณาการทั้งระบบ และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดให้กับธุรกิจ ในสายห่วงโซ่ เช่น เกษตรกรไม้ยางพาราที่ขายวัตถุดิบ, โรงงานผลิต, ศูนย์กระจายสินค้า, ผู้จัดการจำหน่าย, ลูกค้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการของซัพพลายเชนในธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลในการวิจัยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการจัดการซัพพลายเชนในธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่ โดยมีระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ คือ ผู้บริหาร หรือผู้จัดการ ตลอดจนบุคคลที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญหรือมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างของประชากรนี้มีจำนวน 20 คน โดยใช้เทคนิค Delphi method ซึ่งระบุว่าการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมากกว่า 17 คน ขึ้นไป จะทำให้อัตราความคลาดเคลื่อนยิ่งลดน้อยลงมาก ดังนั้นผู้เชี่ยวชาญซึ่งไม่ควรน้อยกว่า 17 คน (Thomas T. Macmillan. online) โดยกำหนดคุณสมบัติของบุคคลที่มีประสบการณ์และความ

ผู้เชี่ยวชาญต้องเป็นผู้บริหารระดับสูง ตั้งแต่ระดับ กรรมการผู้จัดการ สัมภาษณ์เชิงลึกที่มีโครงสร้าง โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาความ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้ การสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการเกี่ยวกับสภาพและปัญหาทั่วไป ข้อเสนอแนะแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการของห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนและวิธีการดังต่อไปนี้

1. สัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือผู้จัดการ บุคคลที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญหรือมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ กลุ่มตัวอย่างของประชากรนี้มีจำนวน 20 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างโดยบันทึกข้อมูลลงในแบบฟอร์มที่เตรียมไว้

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล จัดระบบข้อมูล และประมวลผลข้อมูล เพื่อให้พร้อมและให้เหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์
2. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานของการจัดการซัพพลายเชนโดยการพรรณนาวิเคราะห์เนื้อหา และนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในเพื่อสรุปจุดแข็งและจุดอ่อนของการจัดการซัพพลายเชนของธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่ และวิเคราะห์สังเคราะห์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อสรุปโอกาสและอุปสรรคของการดำเนินงานของซัพพลายเชนธุรกิจค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่โดยการพรรณนาวิเคราะห์เนื้อหา
3. ทำการวิเคราะห์แบบสามเส้า (Triangulation Technique)

ผลการศึกษา

ผลศึกษาปัญหาในกระบวนการ Supply Chain ภายในองค์กรได้ ผลดังนี้ ในปัจจุบันองค์กรยังไม่มีระบบสารสนเทศในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ก่อให้เกิดปัญหาหลาย ประการในกระบวนการดังนี้

หัวข้อ	จำนวนผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ที่มีความเห็นตรง	จำนวน ประชากร	เปอร์เซ็นต์
ด้านข้อมูล			
- ฐานข้อมูลแยกส่วนกัน ในการทำงานแต่ละฝ่ายใช้ ข้อมูลของตนเอง	8	17	47%
- ระบบในการใช้งานล้าสมัย	7	17	41%
- ความน่าเชื่อถือของข้อมูล ข้อมูลที่ใช้อยู่ ไม่เป็น แบบ Real-Time	8	17	47%
- ความปลอดภัยของข้อมูล เกิดปัญหาในด้านไฟล์ เสียหายบ่อยครั้ง	9	17	53%
- การจัดเก็บข้อมูล ปัจจุบันยังไม่มี Server	9	17	53%
- การแก้ไขข้อผิดพลาดของข้อมูลทำได้ยาก เนื่องจากการทำงานซ้ำซ้อนหลายรอบ	7	17	41%
ปัญหาด้านเวลาและขั้นตอนการทำงาน			
- ขั้นตอนการทำงานซ้ำซ้อน	13	17	76%
- ความสามารถในการเปลี่ยนแผนการผลิตเมื่อ ความต้องการเปลี่ยน ไม่ยืดหยุ่นใช้เวลานาน	12	17	71%
ปัญหาด้านการวางแผน			
- ไม่สามารถพยากรณ์ความต้องการ และแผนการ จัดส่งได้ล่วงหน้า	14	17	82%
- การทำรายงานต่างๆ Software Microsoft Excel ไม่สามารถรองรับการทำรายงานต่างๆ แบบ อัตโนมัติ	10	17	59%

1. ปัญหาด้านข้อมูล

1.1 ฐานข้อมูลแยกส่วนกัน ในการทำงานแต่ละฝ่ายใช้ข้อมูลของตนเอง เนื่องจากยังไม่มีฐานข้อมูลเดียวกันที่สามารถดึงข้อมูล เพื่อนำมาใช้ ร่วมกันได้คิดเป็นร้อยละ 47

1.2 ข้อมูลผิดพลาด เมื่อมีการบันทึกข้อมูลทั้งใน Software Microsoft Excel และ Oracle การคีย์ข้อมูล 2 รอบ อาจก่อให้เกิดความผิดพลาดของข้อมูลเช่น ถ้าเกิดการเปลี่ยนแปลงราคาถ้าลืมเปลี่ยนในฝ่ายบัญชี อาจทำให้เรียกเก็บเงินลูกค้าผิดได้ คิดเป็นร้อยละ 41

1.3 ความน่าเชื่อถือของข้อมูล ข้อมูลที่ใช้อยู่ ไม่เป็นแบบ Real-Time ไม่สามารถเชื่อถือได้ ทำให้บางครั้งนำข้อมูลมาใช้ อาจเกิดความผิดพลาดได้ ตัวอย่างเช่น การเช็คสินค้าคงคลังจะเห็นแค่ปริมาณสินค้าที่อยู่ในคลังสินค้าแล้วเท่านั้น สินค้าที่อยู่ระหว่างการเดินทางไม่สามารถนำมาคำนวณได้ทำให้ไม่สามารถวางแผนการจัดส่งได้อย่างทันทั่วทั้งถ้าลูกค้าต้องการคำตอบ ณ เวลานั้นๆ คิดเป็นร้อยละ 47

1.4 ความปลอดภัยของข้อมูล การทำงานใช้เพียง Software Microsoft Excel ในการควบคุม บางครั้งเกิดปัญหาในด้านไฟล์เสียหาย ส่งผลกระทบต่อการทำงานเป็นอย่างมากเนื่องจากข้อมูลสำคัญเกิดความเสียหาย คิดเป็นร้อยละ 53

1.5 การจัดเก็บข้อมูล ปัจจุบันยังไม่มี Server เพื่อ Back Up ข้อมูลอัตโนมัติใช้เพียงเครื่องคอมพิวเตอร์กลางเป็น ศูนย์กลางในการเก็บข้อมูลและต้องทำการ Back up บ่อยครั้ง ซึ่งเสียเวลามากและบ่อยครั้งที่เกิดปัญหาไฟล์ เสียข้อมูลหาย ทำให้ เกิดความเสี่ยงในการทำงานและเสียเวลาในการทำงานอีกครั้งหนึ่ง การทำงานใช้ Software Microsoft Excel ในการควบคุม วางแผน ตัดสินใจแต่ละไฟล์จะสามารถ จัดเก็บข้อมูลได้บางส่วนเท่านั้น ดังนั้นต้องใช้งาน ทำให้ ต้องเปิดใช้ไฟล์หลายๆ ไฟล์ร่วมกัน ทำให้เกิด ความยุ่งยากในการทำงานเนื่องจากไฟล์ที่เกี่ยวข้องมีจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 53

1.6 การแก้ไขข้อผิดพลาดของข้อมูลทำได้ยาก เนื่องจากการทำงานซ้ำซ้อนหลายรอบ ถ้ามีการลงข้อมูลที่ผิดพลาดเพียงส่วนเดียว ทำให้เกิดความผิดพลาดของข้อมูล ต้องเสียเวลามาค้นหาจุดที่ผิดพลาดจากทุกจุดที่ได้มีการบันทึกข้อมูล ทำให้เสียเวลาในการทำงานมากขึ้น

2. ปัญหาด้านเวลาและขั้นตอนการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 41

2.1 การทำงานซ้ำซ้อน เนื่องจากการทำงานยังไม่มีระบบสารสนเทศมารองรับ ฝ่ายขายใช้ Software Microsoft Excel และฝ่ายบัญชีใช้ Oracle ในการทำงานแต่ละขั้นตอน ซึ่งการบันทึกข้อมูลต่างๆ ในงาน ต้องมีการบันทึกหลายรอบในแต่ละขั้นตอน ในแต่ละงาน ทำให้เกิดการดำเนินงานซ้ำซ้อน ลำช้า เสียเวลาการทำงานเพิ่มขึ้น และเพิ่มความเสี่ยงในความผิดพลาดของข้อมูลได้ ถ้ามีการแก้ไขข้อมูล นอกจากจะเสียเวลาในการค้นหาข้อมูลของฝ่ายไหนที่ถูกต้อง ยังต้องเสียเวลาแก้ไขทั้ง 2 ฝ่าย ทั้งฝ่ายขายและฝ่ายบัญชีเพื่อให้ข้อมูลตรงกัน คิดเป็นร้อยละ 76

2.2 ปัญหาด้านความสามารถในการเปลี่ยนแผนการผลิตเมื่อความต้องการเปลี่ยน ไม่ยืดหยุ่นใช้เวลาานคิดเป็นร้อยละ 71

3. ปัญหาด้านการวางแผน

3.1 การใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการทำงาน Software Microsoft Excel ไม่สามารถรองรับการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการทำงานในส่วนต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 82 ได้แก่

- การตัดสินใจวางแผนการสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้า
- การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า
- การวางแผนการจัดส่งสินค้าได้ โดยอัตโนมัติ

3.2 การทำรายงานต่างๆ Software Microsoft Excel ไม่สามารถรองรับการทำรายงานต่างๆ แบบอัตโนมัติได้ คิดเป็นร้อยละ 59 เนื่องจากไฟล์ข้อมูลแยกส่วนกัน จึงต้องใช้วิธีการทำรายงานต่าง ๆ ด้วยตนเอง

- รายงานสรุปยอดการสั่งซื้อประจำเดือน
- รายงานยอดค้างรับสินค้า
- รายงานสรุปยอดการรับคำสั่งซื้อประจำเดือน
- รายงานยอดค้างส่งสินค้า
- รายงานการเคลื่อนไหวของสินค้า
- รายงานสรุปยอดขายประจำเดือน

สรุปผลการวิจัยผลการวิจัยเรื่องสภาพการจัดการซัพพลายเชน จากการศึกษาซัพพลายเชน ภายในองค์กร เป็นการศึกษาประสานงานภายในองค์กร การไหลของสินค้าข้อมูลสารสนเทศและเงินภายในองค์กร ศึกษากระบวนการ ขั้นตอนต่างๆ เริ่มต้นตั้งแต่การออกใบเสนอราคา การจัดการคำสั่งซื้อของลูกค้า การจัดซื้อจัดหาสินค้าเพื่อขาย ไปจนถึง การส่งสินค้าไปยังลูกค้า ซึ่งกระบวนการต่างๆ มีดังนี้การออกใบเสนอราคาการลงทะเบียนข้อมูลใหม่การรับใบสั่งซื้อ จากลูกค้าการออก ใบสั่งซื้อไปยังซัพพลายเออร์การยืนยันวันรับสินค้า/จัดส่งสินค้าการรับสินค้าเข้า การบันทึกบัญชี เจ้าหนี้ การเตรียมจัดส่งสินค้าและออก Invoice และการบันทึกบัญชีลูกหนี้ ปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการ ซัพพลายเชน ภายในองค์กรแบ่งออกเป็น 3 ด้านใหญ่ๆ ดังนี้

1. ปัญหาด้านข้อมูล
 - 1.1 ฐานข้อมูลแยกส่วนกัน
 - 1.2 ข้อมูลผิดพลาด
 - 1.3 ความน่าเชื่อถือของข้อมูล
 - 1.4 ความปลอดภัยของข้อมูล
 - 1.5 การจัดเก็บข้อมูล
 - 1.6 การแก้ไขข้อผิดพลาดของข้อมูลทำได้ยาก
2. ปัญหาด้านเวลาและขั้นตอนการทำงาน
 - 2.1 การทำงานซ้ำซ้อน
3. ปัญหาด้านการวางแผน
 - 3.1 การใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการทำงาน
 - 3.2 การทำรายงานต่างๆ และจากการศึกษาระบบ ERP เพื่อพิจารณา

ความเป็นไปได้ในการใช้ระบบ ERP สนับสนุนพบว่า ระบบ ERP สามารถสนับสนุน Supply Chain ภายใน องค์กรได้ดังนี้

1. ด้านข้อมูล ERP สามารถเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆเข้ามารวมไว้ในฐานข้อมูลเดียวกันอย่างครบวงจร ดังนั้นการทำงานทั้งฝ่ายขายและฝ่ายบัญชีจะเกิดขึ้นบนฐานข้อมูลเดียวกันใช้ข้อมูลร่วมกัน ERP ทำงานแบบ Real-Time ทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือสามารถประมวลได้ทันทีเช่นสามารถ บันทึกได้ว่าจำนวนสินค้าที่มีอยู่ในคลังสินค้า เท่าไรกำลังเดินทางมาเท่าไรและจะมาถึงเมื่อไรทำให้สามารถตอบลูกค้าได้ทันทีว่าจะสามารถส่งสินค้าให้ได้ เมื่อไร จำนวนเท่าไรสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีการบันทึกข้อมูลเพียงรอบเดียวจึงง่ายต่อการ ตรวจสอบเพื่อค้นหาความผิดพลาดเมื่อเกิดความผิดพลาดของข้อมูลและสามารถทำการแก้ไขได้ โดยทันทีและแก้ไข เพียงจุดเดียวโดยที่ข้อมูลจะอัปเดตไปยังทุกฝ่ายทันทีลดความผิดพลาดเนื่องจากข้อมูลไม่ตรงกันของทุกฝ่าย ERP มีการ Back Up ข้อมูลในส่วนของ Cloud Computing ทำให้ ข้อมูลถูกจัดเก็บในที่ที่ปลอดภัยข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ระบบมีการประมวลผลที่รวดเร็วและสามารถตั้งเวลาให้ Back Up อัตโนมัติได้

2. ด้านเวลาและขั้นตอนการทำงาน ERP สามารถใช้ร่วมกันได้ทั้งฝ่ายขายและฝ่ายบัญชีไม่ต้องแยก เครื่องมือกันในการทำงาน ลงทุนในระบบเพียงระบบเดียว ERP ช่วยลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนในการบันทึกข้อมูลการ บันทึกข้อมูลทำครั้งเดียวใช้ได้ทุกฝ่าย ทำให้ลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนหลายขั้นตอนและช่วยลดระยะเวลาการทำงาน ERP ทำงานผ่าน Internet ทำให้สามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการได้ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการทำงาน สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วทันที่

3. ด้านการวางแผน ERP สามารถจัดทำรายงานต่างๆ ได้ตามความต้องการขององค์กรมีความยืดหยุ่นสูงในการออกแบบทำให้รายงานที่ทำมีรูปแบบเป็นไปตามที่ต้องการข้อมูลครบถ้วนและถูกต้องแม่นยำ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง สภาพการบริหารจัดการซัพพลายเชนในธุรกิจห้างค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านสมัยใหม่ผู้วิจัยขอค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

1. ปัญหาด้านข้อมูลคิดเป็นร้อยละ 47 จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 ท่าน ที่มีความคิดเห็นตรงกัน ดังนี้

1.1 พิจารณาความเป็นไปได้ในการใช้ระบบ ERP สนับสนุน พบว่า สภาพการทำงานและปัญหาที่เกิดขึ้น ระบบ ERP สามารถตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ขององค์กรได้ เป็นอย่างดีโดยสามารถนำเสนอข้อมูลที่มีประสิทธิภาพได้มากขึ้น อ้างอิงจากงานวิจัยของ นพวรรณ รักษ์ดิตรมกุล (2544)

1.2 ระบบ ERP สามารถช่วยลดขั้นตอนและความผิดพลาดในการทำงานได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรินทร์ อินทนนท์ (2546)

1.3 สามารถตอบสนองได้ในส่วนของเกิดการควบคุมการติดตามงานจากการใช้ข้อมูลร่วมกันจากการที่ระบบมีการเชื่อมโยงข้อมูลที่ดีสร้างรูปแบบที่เป็นมาตรฐาน มีข้อมูลมีประสิทธิภาพนำมาใช้ในการดำเนินการบริหารจัดการได้อย่างสะดวก ถูกต้องรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาคม สงวนหมู่ (2549)

1.4 ระบบ ERP มีส่วนช่วยผลักดันให้การบริหารองค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพเพิ่มความสามารถตัวสามารถลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนและที่ไม่จำเป็นออกไปได้เพิ่ม ความสามารถด้านการแข่งขันให้กับองค์กรโดยสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจสำหรับการวางแผนการดำเนินงานและกำหนดกลยุทธ์ ของบริษัทเป็นไปตามผลจากงานวิจัยของ ณัฐวรรณ เพิ่มพูน (2549)

1.5 ความปลอดภัยของข้อมูลระบบ ERP สามารถตอบสนองด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูลและด้านความปลอดภัยเป็นไปตามงานวิจัยของ ปรีชา สมบูรณ์ (2555) จากการวิจัยนี้พบว่าระบบ ERP สามารถตอบสนองความต้องการในการแก้ปัญหาการทำงานในปัจจุบันขององค์กรได้ เป็นอย่างดี

2. ปัญหาด้านเวลาและขั้นตอนการทำงาน

ถือเป็นปัญหาที่พบมากเป็นอันดับสอง ด้านขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนกัน ทำให้เสียเวลาในการทำงานคิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมาคือ ปัญหาด้าน ความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแผนการผลิต หากความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไป คิดเป็นร้อยละ 71 ซึ่งหน่วยงานจะต้องมีการแก้ไขกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกัน ตั้งแต่ต้นน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำตามงานวิจัยของ อนันท์พันธ์ จันทพันธ์ (2554) จากการวิจัยนี้พบว่า มีปัญหาด้านความคล่องตัวของกระบวนการผลิต การทำงานที่ผิดพลาดที่เกิดจากคนหรือเครื่องจักร ได้นำเทคนิคการศึกษางาน (work study) เข้ามาช่วยในการศึกษาถึงวิธีการทำงานในกระบวนการผลิตและกระบวนการทำงานของพนักงานตั้งแต่ วัดจุดบเข้าจนกระทั่งผลิตเสร็จ เป็นผลิตภัณฑ์พร้อมจัดส่งให้กับลูกค้า

3. ด้านการวางแผน ไม่สามารถวางแผนงานล่วงหน้าได้อันเนื่องมาจากระบบและกระบวนการทำงานที่ไม่สอดคล้องกัน จากการสัมภาษณ์ พบว่าเป็นปัญหามากที่สุด กระทั่งการส่งสินค้าให้กับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 82 การทำรายงานอัตโนมัติ จากการสัมภาษณ์พบว่าเป็นปัญหาที่ร้อยละ 59 ระบบ ERP สามารถสนับสนุนในส่วนดังกล่าวได้

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านข้อมูล พบว่าข้อมูลมีความซ้ำซ้อน ใช้แบบบันทึกคนละรูปแบบ ทำให้ข้อมูลไม่เป็นฐานข้อมูลเดียวกัน ต้องเสียเวลาในการจำแนกข้อมูล
2. ด้านเวลาและขั้นตอนการทำงาน พบว่าใช้เวลาในการทำงานค่อนข้างมาก ขั้นตอนในการทำงานมีความซ้ำซ้อน ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานมีความไม่สะดวกรวดเร็วในการปฏิบัติงาน ทำให้ตอบสนองได้ไม่ไวต่อความต้องการ
3. ด้านการวางแผน พบว่า ข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนเพื่อการตัดสินใจไม่อยู่ในรูปแบบของรายงานอัตโนมัติ ทำให้ต้องใช้โปรแกรม Excel ในการช่วยทำรายงาน และไม่ได้ใช้รูปแบบของรายงานเดียวกัน ทำให้ยากในการสื่อสารภายในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. พิจารณาความเป็นไปได้ในการใช้ระบบ ERP สนับสนุน พบว่า สภาพการทำงานและปัญหาที่เกิดขึ้น ระบบ ERP สามารถตอบสนองความต้องการต่างๆ ขององค์กรได้ เป็นอย่างดีโดยสามารถนำเสนอข้อมูลที่มีประสิทธิภาพได้มากขึ้น
2. ระบบ ERP สามารถช่วยลดขั้นตอนและความผิดพลาดในการทำงานได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้
3. ระบบ ERP มีส่วนช่วยผลักดันให้การบริหารองค์กรมีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพเพิ่มความคล่องตัว สามารถลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนและไม่จำเป็นออกไปได้เพิ่ม ความสามารถด้านการแข่งขันให้กับองค์กรโดยสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจสำหรับการวางแผนการดำเนินงานและกำหนดกลยุทธ์
4. หน่วยงานในแต่ละหน่วย ตั้งแต่ ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ เช่น โรงงาน ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายขาย ชัพพลายเชน ศูนย์กระจายสินค้า ควรทำการ ตรวจสอบกระบวนการที่ทำงานทั้งกระบวนการตั้งแต่คำสั่งผลิต ไปจนถึงการส่งสินค้าให้กับลูกค้า ว่ามีขั้นตอนใดซ้ำซ้อนกันหรือไม่ เพื่อลดขั้นตอนบางขั้นตอนที่ไม่จำเป็น

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐวรรณ เติมพูน. (2549). การประเมินเทคโนโลยีระบบ ERP มาใช้ในองค์กร. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นพวรรณ รักยุติธรรมกุล. (2544). การศึกษาการนำซอฟต์แวร์ ERP (Enterprise Resource Planning) มาประยุกต์ใช้ในองค์กรไทย. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรีชา สมบูรณ์. (2555). ศึกษาการนำระบบโปรแกรม Magic มาใช้ในการบริหารจัดการ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พัชรินทร์ อินทนนท์. (2546). การพัฒนาระบบการวางแผนทรัพยากรเพื่อในการ. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อนันตพันธ์ จันทพันธ์. (2554). การปรับปรุงกระบวนการทำงานในคลังสินค้า กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อาคม สงวนใหม่. (2549). สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ERP-SAP ในประเทศไทย. ปทุมธานี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- Benton, W. C. (2011). The SCOR Model for Supply Chain Strategic Decisions. USA: The Ohio State University.
- John, T. Mentzer. (2011). Defining Supply Chain Management. United state: Kettering University.
- Leenders, F. M. (1997). Purchasing and Supply Management. New York: McGraw-Hill.
- OliVeira, M. P. (2011). Supply Chain Process Collaboration and Internet Utilization. ECONOMIC AND BUSINESS REVIEW (pp. 203-226). Slovenia: EBR-Journal.
- Platts, S. A. (2004). Roles of Supplier Performance Measurement: Indication From. Cambridge, UK: University of Cambridge.
- Ryan, T. A. (1954). Principle of Industrial Psychology. New York: The Mcnanla Press Company.
- Stock, J. A. (2001). Strategic Logistics Management. 4th ed., New York: McGraw-Hill.

NBUS012: S0012 การตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด

THE DECISION OF CONSUMERS WHO CHOOSE TO SERVE THE FOOD DELIVERY IN THE PAKKRET AREA NONTHABURI PROVINCE THE MARKETING MIX

ศิริกัญญา อินทร์ช่วงค์¹ ผศ. ดร สมยศ อวเกียรติ²

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด และเปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนาได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสถิติ t-test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพการสมรสหย่า/ร้าง เป็นส่วนมาก จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า โดยรวมมีระดับความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาารายด้าน เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบุคคล มีความคิดเห็นของการตัดสินใจของการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุดและข้อที่น้อยที่สุดคือ ด้านกระบวนการมีความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

เพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ไม่แตกต่างกัน แต่อายุที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, ผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการอาหารแบบเดลิเวอรี่, ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The purpose of this study was to investigate the decision of Consumers who choose to serve the food delivery in the Pakkret area Nonthaburi province The marketing mix. Comparison of consumers' decision to use delivery service in the Pakkret area Nonthaburi province The marketing mix. Classified by personal factors. 400 samples were used as a tool to collect data and analyze data. The descriptive statistics were percentage, mean, standard deviation In the inferential statistics, t-test and F-test at significant level 0.05.

The research found that The most of respondents were female. Age 31-40 years. Marital status: divorced/deserted as most graduate degree. A career as a state enterprise employee. Monthly income of 20,001-30,000 baht and marketing mix factors were important for decision making of consumers decision to use for delivery service in the Pakkret area Nonthaburi province. the marketing mix. Overall, there is a high level of importance. When considering each side. When considering each side. The highest mean score was The distribution channel was at the highest level, followed by the person with the highest decision-making level and the were the process of decision making was at a high level.

Gender, marital status, educational and the difference in monthly income. the decision of consumers to choose to service the food delivery in the Pakkret area Nonthaburi province. The marketing mix. was no different However, different age was the decision o to choose to service the food delivery in the Pakkret area Nonthaburi province. The marketing mix. pricing channels. The Marketing Promotion Processes were different at significant level 0.05 and different occupations were the decision of Consumers who choose to serve the food delivery In the Pakkret area Nonthaburi province The Marketing Mix was different at significance level 0.05

Keywords: Decision, Consumers who choose to serve the food delivery, Marketing Mix

บทนำ

ปัจจุบัน รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันทั้งสภาพการจราจรที่ติดขัด ภาวะการแข่งขันในการทำงานที่เพิ่มสูงขึ้น และพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงไปมากเนื่องจากมีเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาอย่างรวดเร็วได้ส่งผลต่อวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนโดยเฉพาะในเมืองใหญ่ให้ต้องปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมขึ้นขอใช้บริการที่ให้ความสะดวกรวดเร็วและเข้าถึงได้ง่าย ขณะเดียวกันได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่ออำนวยความสะดวกและมีคุณสมบัติให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมเมืองวิถีชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้น โดยเฉพาะบทบาทของอาหารเดลิเวอรี่ ซึ่งเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน และเป็นทางเลือกที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในปัจจุบัน และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ที่ไม่ถนัดทำอาหาร เพื่อการออกไปกินอาหารนอกบ้าน ร้านอาหารใกล้บ้าน ที่จอดรถที่หายาก มีอาหารหรือเมนูอาหารตามสั่งมาไม่มากนัก หรืออาจจะเหนื่อยจากการทำงานและไม่อยากทำอาหาร อีกทั้งสมาชิกในครอบครัวมีจำนวนน้อย จึงไม่เหมาะกับการทำอาหารในแต่ละครั้งที่มีค่าใช้จ่ายสูง รวมถึง

สภาพภูมิอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการออกไปกินข้างนอก ทำให้เกิดธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่ ในหลากหลายรูปแบบและหลากหลายประเภทอาหาร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น หมูกระทะ ชาบู พิซซ่า เคเอฟซี แมคโดนัลด์ เอ็มเค โออิชิ เอสแอนดีพี และเซเลบริตี้คิส ฯลฯ เพราะมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ จึงทำให้ผู้บริโภคนึกถึงความอร่อย กระแสจากโลกโซเชียลที่มีการแชร์ และพูดถึงปากต่อปากว่าร้านอาหารนี้มีหลากหลายให้เลือกมากมายอีกหนทางหนึ่งที่จะช่วยผลักดันธุรกิจอาหาร เดลิเวอรี่ ให้เติบโตขึ้นได้ และมีมูลค่าตลาดอาหาร เดลิเวอรี่ 23,120 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยชะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. 2554: ออนไลน์)

ปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมรับประทานอาหารนอกบ้านลดลง ประกอบกับการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารที่รุนแรง ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องตรึงราคาอาหารเอาไว้ แล้วหันมาเพิ่มรายได้จากการนำเสนอเมนูอาหารใหม่ๆ ควบคู่กับการจัดโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารต่อคนต่อมื้อให้เพิ่มสูงขึ้น โดยศูนย์วิจัยกิจการไทยคาดว่าตลาดธุรกิจร้านอาหารในปี 2560 น่าจะมีมูลค่า 390,000-397,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 2-4 จากในปี 2559 โดยแบ่งเป็นมูลค่าเช่นร้านอาหาร 119,000-122,000 ล้านบาท และมูลค่าร้านอาหารทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มร้านอาหารขนาดกลางและเล็ก 271,000-275,000 ล้านบาท การแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจร้านอาหาร ทำให้ผู้ประกอบการต้องติดตามพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค เพื่อปรับกลยุทธ์ในการทำธุรกิจให้สอดคล้องกับผู้บริโภค โดยเทรนด์การใช้บริการร้านอาหารที่น่าสนใจ ลูกค้ารับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น จากเทรนด์รักสุขภาพทำให้ผู้คนใส่ใจเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น เช่น การรับประทานผัก ผลไม้ และธัญพืช การลดน้ำตาล เกลือ และไขมัน การเลือกวัตถุดิบที่ไม่ใช้สารเคมีและวัตถุสังเคราะห์ เป็นต้น ส่งผลให้อาหารเพื่อสุขภาพเป็นที่รู้จัก และกลายเป็นทางเลือกในการรับประทานอาหารของคนไทยในวงกว้างมากขึ้น โดยคนไทยส่วนใหญ่มีการซื้ออาหารพร้อมทานเพื่อสุขภาพมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และบางส่วนมีการซื้อเป็นประจำทุกวัน สะท้อนโอกาสสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในการนำเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ รองรับการขยายตัวของกลุ่มลูกค้าที่เลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมถึงกลุ่มลูกค้าดังกล่าว ยังยินดีจ่ายค่าอาหารที่สูงขึ้น สำหรับทางเลือกในการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพอีกด้วย ลูกค้าใช้บริการ Delivery อาหารมากขึ้น การใช้บริการจัดส่งอาหาร หรือ Delivery มีแนวโน้มได้รับความนิยมสูงขึ้น เนื่องจากรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป ทั้งการใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ มีข้อจำกัดด้านเวลา ต้องการความสะดวกสบาย รวมถึงต้องการหลีกเลี่ยงการจราจรที่ติดขัด โดยความสะดวกในการสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชันผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งที่ผู้ประกอบการร้านอาหารพัฒนาขึ้นเอง ตัวกลางให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ รวมถึงตัวกลางให้บริการรับซื้อหรือจัดส่งอาหารและสินค้าต่างๆ มีส่วนกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้บริการจัดส่งอาหารเพิ่มมากขึ้น และน่าจะช่วยหนุนให้ผู้ประกอบการร้านอาหารมีรายได้จากบริการเพิ่มสูงขึ้น โดยคาดว่าตลาดบริการ Delivery อาหารโดยผู้ประกอบการร้านอาหารในปี 2560 น่าจะมีมูลค่า 26,000-27,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 11-15 จากในปี 2559 ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่าย และมีทางเลือกในการรับประทานอาหารหลากหลาย จากภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน ส่งผลให้ผู้คนประหยัดค่าใช้จ่ายต่างๆ ซึ่งรวมถึงค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหาร โดยรับประทานอาหารนอกบ้านน้อยลง และรับประทานอาหารนอกบ้านเฉพาะมื้ออาหารที่จำเป็น นอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีทางเลือกในการรับประทานอาหารที่หลากหลาย ทั้งการซื้ออาหารพร้อมปรุงและอาหารพร้อมทานจากผู้จำหน่าย เช่น แผงลอยทั่วไป ร้านค้าสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น รวมถึงมีทางเลือกในการประกอบอาหารเอง ซึ่งอาจส่งผลให้ลูกค้าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารต่อคนต่อมื้อลดลง รวมถึงมีความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารก็ลดลงตามไปด้วย ซึ่งกระทบกับรายได้ของผู้ประกอบการร้านอาหารอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (ประชาชาติธุรกิจ. 2560 :ออนไลน์)

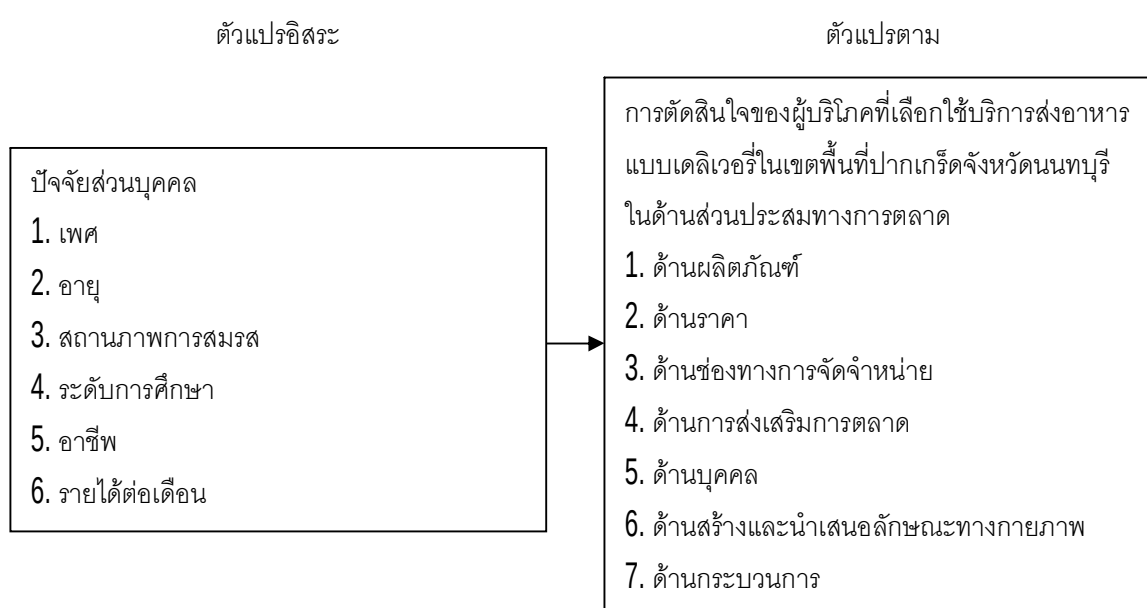
การสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านเว็บไซต์ อาจจะนำมาทดแทนการโทรศัพท์สั่ง และสามารถช่วยลดต้นทุนทางด้าน call center การสั่งผ่านเว็บไซต์ผู้บริโภคสามารถดูข้อมูลและตัดสินใจสั่งซื้อได้ และในขณะเดียวกันสามารถดึงผู้บริโภคเข้ามาสั่ง ออนไลน์โดยมีการแจกแต้มเพิ่ม มีโปรโมชั่นพิเศษ เมื่อสั่งทางออนไลน์ ในการที่ใช้ก็จะมี pop up โฆษณานั้นสามารถกระตุ้นผู้บริโภคให้สั่งออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความสะดวกสบายสำหรับผู้ที่ต้องการรับประทานจากร้านอาหาร ดังกล่าวจากที่บ้านหรือที่ทำงานย่อมทำได้ และผู้ที่ใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านเว็บไซต์นั้นก็คือกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ ความสะดวกสบายในการสั่งซื้ออาหารเพราะหากผู้บริโภคมีความต้องการที่จะบริโภคอาหารจากร้านดังกล่าวก็จำเป็นที่จะต้อง ขับรถออกจากบ้าน ต้องเผชิญกับสภาพการจราจร ต้องหาที่จอดรถ และที่สำคัญคือต้องรอคิว ด้วยวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคน ในเมืองนั้นย่อมไม่ชอบการรอคอย เมื่อมีความต้องการบริโภคสิ่งใดก็ต้องได้สิ่งนั้นในทันทีธุรกิจที่เกิดขึ้นรองรับความต้องการ ของผู้บริโภคดังกล่าวได้อย่างสอดคล้อง

จากเหตุผลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษา การตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการขนส่งเดลิเวอรี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยมีความมุ่งหวังว่าการศึกษานี้จะทำให้ทราบถึงการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการขนส่ง เดลิเวอรี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจ เดลิเวอรี่ หรือผู้ที่สนใจในช่องทางการจัดจำหน่ายด้านนี้ ได้สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบในการตัดสินใจและ วางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการ เดลิเวอรี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการ เดลิเวอรี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย**ขอบเขตด้านเนื้อหา**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนผู้ที่ใช้บริการเดลิเวอรี่ที่แน่นอน ดังนั้น จึงคำนวณหากลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยคำนวณจากสูตร ทาโร ยามาเน่ Yamane (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2548: 48) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง 5% ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คนและทำการสำรวจอีก 15 คน รวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

นิยามศัพท์เฉพาะ

การตัดสินใจ (Decision Making) คือ การพิจารณาไตร่ตรองสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างรอบคอบก่อนลงมือกระทำ การตัดสินใจมีความสำคัญในกระบวนการจัดการ ทั้งในครอบครัว หรือสถานที่ต่างๆ โรงงาน อุตสาหกรรมบางแห่งยินดีจ่ายเงินเพื่อได้ในสิ่งที่ต้องการ

ผู้บริโภค (Customer) หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการเดลิเวอรี่ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

การบริการ (Service) คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้ใช้บริการที่ผู้ให้บริการก็จะได้รับความประทับใจ

การขนส่ง (Transportation) คือ การเคลื่อนย้ายสิ่งของจากอีกที่ไปอีกที่หนึ่ง

เดลิเวอรี่ (Delivery) คือ การส่งของถึงมือผู้รับกับมือ และรวดเร็วสะดวก

อาหาร (food) คือ สิ่งที่เรารับประทานเข้าไปแล้วทำให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกายในด้านต่างๆ ไม่ทำให้เกิดโทษ เช่น เนื้อสัตว์ ข้าว แป้ง ผัก ผลไม้

ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งของที่สนองความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภค

ราคา (Price) คือ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการดีเป็นต้นทุนเป็นมูลค่า

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอขายสินค้าแก่ผู้บริโภคว่าขายสินค้าของที่ไหนบ้าง

ส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) คือ ทำให้ผู้บริโภคเกิดการอยากซื้อสินค้าของโดยมีส่วนลดหรือของแถมให้ลูกค้าที่สนใจสินค้าของโดยเป็นไปตามเงื่อนไข

ด้านบุคคล (People) คือ พนักงานที่ให้บริการลูกค้า ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร เพิ่มคุณค่าทางด้านบริการ รวดเร็ว สะดวก ตรงเวลา

กระบวนการ (Process) คือ ขั้นตอนการส่งของถึงมือผู้บริโภครวดเร็วให้เกิดความประทับใจยิ่งขึ้น

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งในการสร้างแบบสอบถามผู้วิจัยได้ศึกษาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาประยุกต์ โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหาความรู้ที่เกี่ยวข้องจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดขอบเขตในส่วนของเนื้อหาของคำถามเพื่อให้ครอบคลุมตัวแปรต่างๆ ที่ทำการศึกษา
3. สร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งโครงสร้างคำถามเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีลักษณะให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

4. ทำการปรับภาษาที่ใช้เพื่อให้เกิดความชัดเจนและสามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงได้
5. การหาคุณภาพของเครื่องมือ คือ หาความตรงเชิงเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว

นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของชุดคำถามในแบบสอบถามเพื่อหาความสัมพันธ์อัลฟาของคอนบรัค (Cronbachs' alpha Coefficient) โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีระดับความเชื่อมั่นสูงซึ่งแบบสอบถามต้องมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550: 443) ในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้ค่าความเชื่อมั่น 0.926 จึงนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามไปสอบถาม ผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปทุมธานี จังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด 400 คน เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบุคคล

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 และเพศชายจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 และอายุ 51-60 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ส่วนใหญ่สถานภาพการสมรส หย่า/ร้าง จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาสมรส จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และโสด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ส่วนใหญ่ศึกษาปริญญาตรี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50

ปริญญาโท รองลงมาจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 และอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ส่วนใหญ่ รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 และ รายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

2. ระดับความสำคัญการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด

จากการวิจัย พบว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.430) เมื่อพิจารณาข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.378) รองลงมา คือ ด้านบุคคล มีความคิดเห็นของการตัดสินใจของการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.443) และข้อที่น้อยที่สุดคือ ด้านกระบวนการมีความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = .700) ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.848) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะดวกในการใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.871) รองลงมา คือมีความหลากหลายในรูปแบบในการบริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.739) และด้านที่น้อยที่สุดคือชื่อเสียงของสินค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 1.017) ตามลำดับ

ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.411) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีให้เลือกลักษณะได้มีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.491) รองลงมาคือมีการแสดงราคาที่ชัดเจนมีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.637) และข้อที่น้อยที่สุดคือราคามีความเหมาะสมมีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.721) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.378) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือจุดเด่นมีทุกที่ได้มีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.428) รองลงมาคือบริการจัดส่งถึงมือลูกค้าที่เวลาที่แน่นอนมีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.491) และข้อที่น้อยที่สุดคือมีวิธีการชำระเงินได้หลากหลายช่องทางมีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.724) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.584) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีส่วนลดพิเศษสำหรับวันต่างๆ เช่น วันเกิด วันรับปริญญาได้มีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.837) รองลงมาคือการแจกใบปลิวตามที่ต่างๆ มีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.410) และข้อที่น้อยที่สุดคือใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ นิติสารมีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.819) ตามลำดับ

ด้านบุคคลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.443) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานทำงานด้วยความเต็มใจและมีประสิทธิภาพ และมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการลูกค้าเพียงพอ ได้มีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.492) รองลงมาคือพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการบริการและพนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันมีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.492) และข้อที่น้อยที่สุดคือพนักงานอภัยภัยดี สุภาพ อ่อนน้อมเป็นกันเองมีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.968) ตามลำดับ

ด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.550) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการตกแต่งภายในและภายนอก ดูสวยงาม สะอาดตา ได้มีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.790) รองลงมาคือ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีเอกลักษณ์ที่ทันสมัยมีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.410) และข้อที่น้อยที่สุดคือจัดพื้นที่ให้บริการที่สะดวกมีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.896) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.700) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีกระบวนการที่ให้บริการอย่างเป็นระบบได้มีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.898) รองลงมาคือมีการแบ่งงานให้บริการด้านต่างๆ ที่ชัดเจนมีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.983) และข้อที่น้อยที่สุดคือให้บริการถูกต้องกับความต้องการของลูกค้ามีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.492) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรีในด้านส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน การตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ไม่แตกต่าง

จำแนกตามอายุ พบว่าโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการของ เชฟเฟ (Sheffe's Method)

จำแนกตามสถานภาพการสมรสพบว่าโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่าง

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ ไม่แตกต่าง

จำแนกตามอาชีพ พบว่าโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเปรียบเทียบ รายคู่โดยใช้วิธีการของ เชฟเฟ (Sheffe's Method)

จำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่าโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ ไม่แตกต่าง

อภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 สถานภาพการสมรส หย่า/ร้าง จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 มีรายเดือนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 และรายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณนา สดุดิษฐ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการส่งอาหารนอกสถานที่ของร้านแมคโดนัลด์ (McDelivery) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและสอดคล้องกับงานวิจัย อรุณี เพ็ชรสอน (2553) การสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Delivery) ของผู้บริโภคอาหารส่งตรงถึงที่ ในเขตพื้นที่บางนา กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ สมาชิกในครอบครัว สถานที่พักอาศัยศาสนา ประเภทการสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่ ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อ ช่วงเวลาที่สั่งซื้อ การสื่อสารการตลาดของอาหารปิ่นโต ในระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชนมีรายได้ อยู่ที่ 10,000-20,000 บาท

ผลการศึกษา พบว่า โดยรวมการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ หทัยวิวัฒน์ (2554) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ หทัยวิวัฒน์ (2554) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก สอดคล้องกับงานวิจัย นกมล เจริญวิริยะธรรม (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร พบว่าค่าเฉลี่ยรวมของแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีระดับความสำคัญที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก อาจจะเป็นเพราะว่า ความสะดวกในการให้บริการ และมีความหลากหลายในรูปแบบการบริการ และชื่อเสียงของสินค้า

สอดคล้องกับงานวิจัย ดวงใจ หทัยวิวัฒน์ (2554) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ในด้านผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ หทัยวิวัฒน์ (2554) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก

ด้านราคา พบว่า มีระดับความสำคัญที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของ ของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่า ราคามีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีวิธีการแสดงราคาอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก และมีให้เลือกหลายราคา อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัย ดวงใจ หทัยวิวัฒน์ (2554) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ในด้านราคา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ หทัยวิวัฒน์ (2554) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีระดับความสำคัญที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่าการบริการและการจัดส่งถึงมือลูกค้าที่เวลาที่แน่นอน และมีช่วงเวลาจัดส่งตลอดเวลาตามที่กำหนด สอดคล้องกับงานวิจัย นกมล เจริญวิริยะธรรม (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยรวมของแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมากสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ หทัยวิวัฒน์ (2554) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีระดับความสำคัญที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการขนส่งเดลิเวอรี่ ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมากอาจเป็นเพราะว่ามีส่วนลดพิเศษสำหรับวันต่างๆ เช่น วันเกิด วันรับปริญญาและการแจกใบปลิวตามที่ต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัย ธนรัตน์ ศรีสำอางค์ (2558) การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านเว็บไซต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลใน อันดับแรกคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัย ดวงใจ หทัยวิวัฒน์ (2554) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านบุคลากร พบว่า มีระดับความสำคัญที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่า พนักงานทำงานด้วยความเต็มใจและมีประสิทธิภาพในการทำงาน และมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการลูกค้าที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ หทัยวิวัฒน์ (2554) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านพนักงาน/บุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมากและสอดคล้องกับงานวิจัย นกมล เจริญวิริยะธรรม (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร ด้านการบุคคล ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก

ด้านสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า มีระดับความสำคัญที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่าการตกแต่งภายในและภายนอก ดูสวยงาม สะอาดตา และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีเอกลักษณ์ทันสมัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ หทัยวิวัฒน์ (2554) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัย นกมล เจริญวิริยะธรรม (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครผลการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก

ด้านกระบวนการ พบว่า มีระดับความสำคัญที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่ามีกระบวนการที่ให้บริการอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว และมีการแบ่งฝ่ายงานให้บริการด้านต่างๆ ที่ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ หทัยวิวัฒน์ (2554) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย นกมล เจริญวิริยะธรรม (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครผลการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก

จากการทดสอบสมมติฐาน เพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ไม่แตกต่าง

อายุที่ต่างกัน มีการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพที่ต่างกัน มีการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในเขตพื้นที่ปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ ไม่แตกต่าง

ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสร้างแนวคิดในการประกอบธุรกิจ เดลิเวอรี่ ในเขตพื้นที่ปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดกำหนดกลยุทธ์และใช้เป็นฐานข้อมูลในการส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจศึกษาและต้องการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ในเขตพื้นที่ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเดลิเวอรี่ของกลุ่มวัยทำงาน
2. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเดลิเวอรี่ในช่วงเวลาไหนมากที่สุด
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจเดลิเวอรี่ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ตฤณ พริ้งประเสริฐ. (2554). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์ บริเวณถนนข้าวสาร. มหาบัณฑิต, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2560). เจาะพฤติกรรมลูกค้าใช้บริการร้านอาหาร. เข้าถึงวันที่ 18 ตุลาคม 2560 เข้าได้จาก www.prachachat.net.
- ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหารที่มึนเคาะห้ข้อมูล ส่วนวิจัยและข้อมูล. (2554). ตลาดอาหารเดลิเวอรี่ในประเทศไทย. ธันวาคม 2554. [ออนไลน์] เข้าถึงวันที่ 12 สิงหาคม 2560, เข้าได้จาก <http://fic.nfi.or.th/webtour/pdf/th-food-mkt.pdf>.
- สุรศักดิ์ เส้นปาน. (2554). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาวของลูกค้าในเขตตำบลอ่าวนาง จังหวัดกระบี่. ภาคนิพนธ์ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

อรุณี ลอมเศรษฐ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Kotler, Philip. (2003). Marketing Management. 11th ed., Upper Sanddle River, New Jersey: Prentice Hall.

NBUS014: การรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC A SAFETY MANAGEMENT RECOGNITION OF THE EMPLOYEES AT ABC CO. LTD.

สิริมา เดชปัญญา¹ รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ²

¹ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานของพนักงาน ABC จำนวน 450 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการวิจัย พบว่า พนักงานส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัย และไม่เคยมีประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุในการทำงาน ส่วนพนักงานที่มีประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุในการทำงานมากที่สุด จำนวน 1 ครั้ง และการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงาน พบว่า พนักงานมีการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของบริษัท ABC โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานมีการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของบริษัท ABC มากที่สุด คือ ด้านการจัดองค์กรความปลอดภัยในการทำงาน รองลงมาคือ ด้านการวางแผนงานด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสีย ด้านการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัย ด้านการควบคุมงานด้านความปลอดภัย ด้านการดำเนินนโยบายความปลอดภัย ด้านการกำหนดนโยบายความปลอดภัยในการทำงาน และพนักงานมีการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยน้อยที่สุดคือด้านความเป็นผู้นำด้านความปลอดภัยในการทำงาน ตามลำดับ

คำสำคัญ: การรับรู้, ความปลอดภัย

Abstract

The objective of this research was to analyze the safety management Recognition of the employees of ABC Co. Ltd. Four hundred and fifty employees of ABC Co. Ltd. were used as the samples of this research. The questionnaire was the research tool. The data received were analyzed by descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results revealed that the majority of the respondents had received safety training but never experienced any accident in the workplace. On the other hand, the highest experience of accident in the workplace encountered by the respondents was only one time accident. The majority of the respondents had the overall and each factor of the company safety management Recognition at high level. When considering at each factor ranging in order from the highest mean to the lowest, it revealed that the factor

of the organizational safety management in the workplace received the highest mean. Next on down were the factors of planning safety management; occupational health and safety management in decreasing the number of accidents and losses; delegating roles and responsibilities on safety management; monitoring safety operation; implementing safety policy; establishing policy of safety at workplace and leadership in the safety management at the workplace, respectively.

Keywords: Recognition; Safety Management

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพเศรษฐกิจในประเทศไทยหลายปีที่ผ่านมาได้มีการขยายตัวของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมสูงขึ้น ทำให้มีสถานประกอบการทั้งในภาครัฐและเอกชนเกิดขึ้นมากมาย มีการแข่งขันเพื่อให้ทันต่อการผลิตและการให้บริการโดยใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการไม่ว่าจะเป็นเครื่องจักรเทคโนโลยีที่ทันสมัยและสารเคมี ที่ทำให้กระบวนการผลิตและสินค้ามีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น จนบางครั้งผู้ประกอบการมองข้ามในเรื่องอาชีวอนามัยความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ทำให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผลกระทบทางตรง คือ พนักงานได้รับอุบัติเหตุจากการทำงาน ทำให้ได้รับบาดเจ็บป่วย พุพพลภาพและสูญเสียชีวิต ลูกจ้างขาดขวัญและกำลังใจในการทำงาน ครอบครัวต้องสูญเสียรายได้จากการทำงาน รวมถึงองค์กรต้องเสียค่าใช้จ่าย ค่ารักษาพยาบาล เงินค่าล่วงเวลาที่พนักงานท่านอื่นต้องปฏิบัติงานแทน การจ่ายเงินกองทุนทดแทนสำหรับเลี้ยงชีพ รวมถึงหากมีเครื่องจักรที่ชำรุดได้รับความเสียหาย ต้องมีการซ่อมแซมหรือซื้อใหม่เพื่อทดแทนจากเดิมในส่วนผลกระทบทางอ้อม คือ การจัดการด้านความปลอดภัยส่งผลกระทบ ทำให้การแข่งขันกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ในเรื่องการขาดความน่าเชื่อถือการบริหารองค์กร การเปิดตลาดโลกมีเสรีมากขึ้นทำให้การมองถึงเรื่องการจัดการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องสำคัญในการดำเนินภาคธุรกิจเข้ามามีส่วนในข้อบังคับการดำเนินกิจการต่อไปในภายภาคหน้า

ทางภาครัฐจึงเห็นความสำคัญถึงการจัดการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม โดยมีการออกกฎหมาย จากกระทรวงแรงงานโดยความรับผิดชอบของ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ออกกฎหมายเกี่ยวกับการบริหารจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (ตามพระราชบัญญัติความปลอดภัย พ.ศ. 2554; อ้างอิงจาก <http://www.labour.go.th>. สืบค้นเมื่อวันที่ 20/10/2560) เพื่อที่จะให้มีมาตรฐานในการบริหารจัดการ ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และช่วยลดอุบัติเหตุจากการทำงาน และมีการจัดระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 18000 เพื่อเป็นเกณฑ์ในการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยขององค์กรและพัฒนาปรับปรุงระบบให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องในด้านลดความเสี่ยงต่ออันตรายและอุบัติเหตุต่างๆ ของพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดความปลอดภัยช่วยสร้างภาพพจน์ความรับผิดชอบต่อพนักงานภายในองค์กรต่อองค์กรเองและต่อสังคม กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมได้ตระหนักถึงปัญหาเหล่านี้ จึงได้มอบหมายให้สำนักมาตรฐานผลิตอุตสาหกรรม กำหนดอนุกรมมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (มอก. 18000) เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานต่างๆนำไปปฏิบัติ ทั้งนี้ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพียงการแก้ไขปัญหาอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน แต่ยังครอบคลุมถึงแนวทางในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพ และ

อุบัติเหตุต่างๆ ต่อผู้ปฏิบัติงาน และสังคมโดยรอบ ทั้งในองค์กรเองและภายนอกองค์กรหรือชุมชนใกล้เคียง (ระบบคุณภาพและความปลอดภัย: ISO 18000 สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2559 อ้างอิงจาก www.tisi.go.th. สืบค้นเมื่อ 1/11/2560)

ตาราง 1 สถิติการประสบอันตรายจากการทำงาน พ.ศ. 2545-2557 จำแนกตามความรุนแรงและเงินทดแทน

ปี	จำนวนที่วินิจฉัย (คน)					อัตราการประสบอันตราย					เงิน	
	จำนวน ลูกจ้าง (คน)	เสียชีวิต (1)	ทุพพลภาพ (2)	สูญเสีย อวัยวะ (3)	หยุดงาน เกิน 3 วัน (4)	หยุดงาน ไม่เกิน 3 วัน (5)	รวมทุก กรณี (1-5)	*กรณี รุนแรง (1-4)	*กรณี รุนแรง (1-5)	**รวม ทุก กรณี (1-4)	*** กรณี เสียชีวิต (1)	ทดแทนที่ จ่าย (ล้าน บาท)
2545	6,541,105	650	14	3,424	49,012	137,879	190,979	53,100	29.20	8.12	9.94	1,220.14
2546	7,033,907	787	17	3,821	52,364	153,684	210,673	56,989	29.95	8.10	11.19	1,480.36
2547	7,386,825	861	23	3,775	52,893	157,982	215,534	57,552	29.18	7.79	11.66	1,490.19
2548	7,720,747	1,444	19	3,425	53,641	155,706	214,235	58,529	27.75	7.58	18.70	1,638.37
2549	7,992,025	808	21	3,413	51,901	148,114	204,257	56,143	25.56	7.02	10.11	1,684.23
2550	8,178,180	741	16	3,259	50,525	144,111	198,652	54,541	24.29	6.67	9.06	1,734.90
2551	8,135,606	613	15	3,096	45,719	127,059	176,502	49,443	21.70	6.08	7.53	1,688.35
2552	7,939,923	597	8	2,383	39,850	106,598	149,436	42,838	18.82	5.39	7.52	1,569.19
2553	8,177,618	619	11	2,149	39,919	103,813	146,511	42,698	17.92	5.22	7.57	1,592.63
2554	8,222,960	551	4	1,630	35,709	91,699	129,632	37,933	15.76	4.61	6.70	1,616.57
2555	8,575,398	717	20	1,818	36,165	93,106	131,826	38,720	15.37	4.52	8.36	1,726.58
2556	8,901,624	635	28	3,036	31,419	76,776	111,894	35,188	12.57	3.95	7.13	1,743.16
2557	9,132,752	625	14	1,485	29,329	68,939	100,392	31,453	10.99	3.44	6.84	1,284.10

ที่มา: กองความปลอดภัยแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน , 2558

* ไม่นับรายที่หยุดงานไม่เกิน 3 วัน ** อัตราต่อจำนวนลูกจ้าง 1,000 คน *** อัตราต่อจำนวนลูกจ้าง 100,000 คน

ทั้งนี้ภาพรวมของการประสบอันตรายจากการทำงาน จำแนกตามความรุนแรง และจำนวนการจ่ายเงินทดแทนระหว่าง พ.ศ. 2545-2557 พบว่า จำนวนลูกจ้างในช่ายกองทุนเงินทดแทนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่จำนวนการประสบอันตรายจากการทำงานรวมทุกกรณี เฉพาะกรณีร้ายแรงหยุดงานเกิน 3 วัน และกรณีหยุดงานไม่เกิน 3 วัน มีแนวโน้มลดลงอย่างเห็นชัด ส่วนกรณีเสียชีวิตกรณีทุพพลภาพและกรณีสูญเสียอวัยวะมีจำนวนรายที่ค่อนข้างคงรูปแบบ และมีจำนวนเพิ่มขึ้นในบางปีสรุปข้อมูลสถิติได้ดังตาราง 1

จากตาราง 1 จากการเปรียบเทียบและแนวโน้มของอัตราการประสบอันตรายจากการทำงาน จำแนกตามความรุนแรงและจำนวนการจ่ายเงินทดแทน พบว่า อัตราการประสบอันตรายจากการทำงานต่อลูกจ้าง 1,000 คน กรณีร้ายแรงและรวมทุกกรณีมีแนวโน้มมีการลดลงอย่างชัดเจน ส่วนอัตราการประสบอันตรายจากการทำงานต่อลูกจ้าง 100,000 คน กรณีเสียชีวิตพบว่ามีแนวโน้มลดลงหลังปี พ.ศ. 2557 จะลดลงต่อเนื่องจากข้อมูลมีการประมวลผลถึง ณ สิ้นเดือนธันวาคม ซึ่งการวิจัยและการจ่ายเงินทดแทนยังไม่สิ้นสุด จึงคาดว่าจำนวนการจ่ายเงินทดแทนที่แท้จริงสำหรับการประสบอันตรายที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2557 จะเพิ่มขึ้นจากยอดที่ได้รับรายงานอีกเป็น

จำนวนมาก ซึ่งการรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคลเพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆ จะขึ้นอยู่กับ การรับรู้สภาพแวดล้อมของตนและความสามารถ ดังนั้นการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับ การรับรู้และสิ่งเร้าที่มี ประสิทธิภาพ ในเรื่องของความปลอดภัยในการทำงาน การรับรู้เรื่องความปลอดภัย ที่ส่งผลให้พนักงานแสดง พฤติกรรมนั้นๆ การคิดการแสดงออกนั้นได้มีการนำมาปรับปรุงและแก้ไขพฤติกรรมเสี่ยงหรือพฤติกรรมที่ไม่พึง ประสงค์ที่มีแนวโน้มทำให้เกิดอุบัติเหตุโรคจากการทำงาน เรียกว่า Behavior Base Safety (BBS) ซึ่งสามารถใช้ ได้ผลและกำลังเป็นที่นิยมใช้ในโรงงานหรือบริษัทใหญ่เรื่องของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อความปลอดภัย

บริษัท ABC เป็นบริษัทเอกชนผู้รับสัมปทานในการก่อสร้างและให้บริการทางยกระดับฯ ภายใต้สัญญา สัมปทานทางหลวงในทางหลวง เป็นทางยกระดับที่ให้บริการด้านคมนาคมขนส่งยานพาหนะที่เดินทางเข้า-ออก ระหว่างกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑลในบริเวณทิศเหนือ และเป็นเส้นทางหลักที่มุ่งสู่ภาคกลางตอนบน ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีพนักงานในการดำเนินงานรวม 450 คน (ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2560) บริษัท ABC ได้เห็นความสำคัญในเรื่องการจัดการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและ สิ่งแวดล้อมในการทำงาน จึงมีการจัดตั้งส่วนงานเพื่อควบคุมความปลอดภัยและอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานของ พนักงานทุกส่วนงานภายในบริษัท ภายใต้ ส่วนความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ทางส่วน นี้ได้มีการจัดอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยต่างๆ ให้กับพนักงาน การจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน การประเมินความ เสี่ยงในการปฏิบัติงาน รวมถึงมีการฝึกซ้อมสถานการณ์ที่ผิดปกติ เช่น การเกิดเพลิงไหม้ การเกิดแผ่นดินไหวทำให้อาคารเกิดการทรุดตัว เป็นต้น เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับสถานการณ์ต่างๆ ที่สามารถตัดสินใจได้ทัน ทั่วทั้งและป้องกันอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน ทั้งนี้การเกิดอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานนั้น เป็นเรื่องที่ไม่สามารถควบคุมได้เนื่องจากเกิดจากความประมาทของพนักงานที่ไม่ตระหนักถึงความปลอดภัยของตนเองและ บริษัท จึงทำให้สถิติอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานนั้นยังมีจำนวนความรุนแรงที่เพิ่มมากขึ้น จากสถิติอุบัติเหตุจาก การปฏิบัติงานของบริษัท ABC พบว่ามีอุบัติเหตุเกิดขึ้นตั้งแต่เดือนมกราคม-ธันวาคม 2559 เป็นจำนวน 3 ครั้ง รวม จำนวน 29 วัน (ข้อมูลสรุปสถิติอุบัติเหตุประจำปี 2559 บริษัท ABC) ซึ่งทำให้เห็นว่ามีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นจาก การหยุดงาน ดังนั้นตัวเลขสถิติของการประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงานได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งแสดง ให้เห็นว่าบริษัท ยังขาดระบบการจัดการเกี่ยวกับการควบคุมดูแลด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น บริษัทจึงต้องตระหนักและให้ความร่วมมือในการสนับสนุนนโยบายหรือมาตรการต่างๆ ที่รัฐบาลได้กำหนดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งให้เกิดความปลอดภัยและอนามัยในการทำงาน ดังนั้น การรับรู้ถึงความปลอดภัยและอาชีว อนามัย การใช้อุปกรณ์ในการป้องกันอุบัติเหตุ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานการให้ความรู้กับลูกจ้าง เพื่อ ไม่ให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นสิ่งสำคัญ

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC เพื่อช่วยลด ปัญหาและหาแนวทางแก้ไขอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการทำงานในสถานประกอบกิจการในภาคหน้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC

กรอบแนวคิด

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลขั้นพื้นฐาน สามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการทำวิจัยประยุกต์กับแนวคิดการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (คณะทำงานปรับปรุงคู่มือตามคำสั่งที่ 20/2556 สำนักความปลอดภัยแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน, ดำรงค์ เปรมสวัสดิ์. 2556) ได้กล่าวว่า การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานประกอบกิจการจะสำเร็จและเกิดผลระดับสูงต้องเป็นผู้นำ และให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง โดยต้องมีความรู้ที่รับผิดชอบในงานความปลอดภัยในการทำงานของหน่วยงาน และผู้ปฏิบัติงานในสถานประกอบกิจการของตน จะต้องเป็นผู้นำและเป็นผู้กำหนดนโยบายความปลอดภัยมาชัดเจน และจะต้องกำกับ ดูแล ให้มีการปฏิบัติหรือดำเนินการตามนโยบายอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรที่ใช้ประกอบในการวิจัยครั้งนี้

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ประสบการณ์การฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัย ประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุในการทำงาน
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC ในด้านต่างๆ 8 ด้านด้วยกัน ประกอบด้วย คือ 1) การกำหนดนโยบายความปลอดภัยในการทำงาน 2) การดำเนินนโยบายความปลอดภัย 3) การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยในการทำงาน 4) การจัดองค์กรความปลอดภัยในการทำงาน 5) การวางแผนงานด้านความปลอดภัย 6) ความเป็นผู้นำด้านความปลอดภัยในการทำงาน 7) การควบคุมงานด้านความปลอดภัย และ 8) การจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสีย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อนำเสนอผู้บริหารเกี่ยวกับการรับรู้ ทักษะ ทักษะ พฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการรับรู้ความปลอดภัยต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานขององค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากร คือ พนักงานที่ทำงานอยู่บริษัท ABC จำนวน 450 คน (ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ณ สิ้นเดือน ธันวาคม 2560) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการใช้ประชากรทั้งหมดมาศึกษา
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC ประกอบด้วย การกำหนดนโยบายความปลอดภัยในการทำงาน การดำเนินนโยบายความปลอดภัย การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยในการทำงาน การจัดองค์กรความปลอดภัยในการทำงาน การวางแผนงานด้านความปลอดภัย ความเป็นผู้นำด้านความปลอดภัยในการทำงาน การควบคุมงานด้านความปลอดภัย และการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสีย
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษา บริษัท ABC ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนในเขตดอนเมือง
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ เริ่มตั้งแต่เดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2560
5. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

5.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ประสบการณ์การฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัย และประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุในการทำงาน

5.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงาน บริษัท ABC

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาจากการศึกษากรอบแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำชี้แนะ โดยสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ประสบการณ์การฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัย ประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุในการทำงาน ซึ่งแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียว (Multiple choices) และข้อมูลที่ได้มานั้นจะนำไปประมวลผลในลักษณะการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 การรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC คือการกำหนดนโยบายความปลอดภัยในการทำงานการดำเนินนโยบายความปลอดภัยการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยในการทำงานการจัดองค์กรความปลอดภัยในการทำงานการวางแผนงานด้านความปลอดภัยความเป็นผู้นำด้านความปลอดภัยในการทำงานการควบคุมงานด้านความปลอดภัยการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสีย

เกณฑ์การวัดผล

การวัดผลโดยใช้มาตราประเมินค่า (Rating Scale) เกณฑ์ในการให้คะแนนของแบบสอบถามในส่วนของระดับที่มีผลต่อการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC มีคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการรับรู้
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ แหล่งข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์จะประกอบด้วย 2 ประเภท ตามหลักจำแนกตามวิธีการรวบรวม ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการจัดเก็บข้อมูลประชากรเป้าหมายด้วยตนเอง สถานที่รวบรวมข้อมูล คือ บริษัท ABC โดยใช้การตอบแบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของบริษัท ABC

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการศึกษาวิจัย ซึ่งผู้วิจัยในการรวบรวมจากตำรา บทความ นิตยสาร เว็บไซต์วิทยานิพนธ์ หนังสือทางวิชาการ งานวิจัยต่างๆ จากอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาประกอบในการวิเคราะห์ และการประยุกต์ใช้ได้อย่างถูกต้อง

โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัยครั้งนี้อย่างเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามออกไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 450 ชุด
2. โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลด้วยตนเองทั้งหมด
3. จัดเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ภายใน 30 วัน
4. สามารถรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์
5. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม
6. จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 40 ปี ขึ้นไป การศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีอายุการทำงานมากกว่า 15 ปี ขึ้นไป พนักงานส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัย และไม่เคยมีประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุในการทำงาน ส่วนพนักงานที่มีประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุในการทำงานมากที่สุด จำนวน 1 ครั้ง

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC พบว่า พนักงานมีการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของบริษัท ABC โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานมีการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของบริษัท ABC มากที่สุด คือ ด้านการจัดองค์กรความปลอดภัยในการทำงาน รองลงมาคือ ด้านการวางแผนงานด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสีย ด้านการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัย ด้านการควบคุมงานด้านความปลอดภัย ด้านการดำเนินนโยบายความปลอดภัย ด้านการกำหนดนโยบายความปลอดภัยในการทำงาน และพนักงานมีการรับรู้การจัดการ ด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด คือ ด้านความเป็นผู้นำด้านความปลอดภัยในการทำงาน ตามลำดับ

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC ทั้ง 8 ด้าน โดยภาพรวม

(N = 450)

การรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัย	μ	σ	ระดับการรับรู้	อันดับที่
ด้านการกำหนดนโยบายความปลอดภัยในการทำงาน	3.81	0.644	มาก	7
ด้านการดำเนินนโยบายความปลอดภัย	3.84	0.575	มาก	6
ด้านการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัย	3.93	0.503	มาก	4
ด้านการจัดองค์กรความปลอดภัยในการทำงาน	3.98	0.508	มาก	1
ด้านการวางแผนงานด้านความปลอดภัย	3.97	0.471	มาก	2
ด้านความเป็นผู้นำด้านความปลอดภัยในการทำงาน	3.80	0.537	มาก	8
ด้านการควบคุมงานด้านความปลอดภัย	3.90	0.478	มาก	5
ด้านการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสีย	3.95	0.497	มาก	3
รวม	3.90	0.409	มาก	มาก

จากผลในตาราง 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC พบว่า ด้านการจัดองค์กรความปลอดภัยในการทำงาน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ บริษัทที่มีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการวางแผนงานด้านความปลอดภัย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทที่มีการจัดทำแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้ น้ำท่วม แผ่นดินไหว ฯลฯ มากที่สุด ด้านการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทจัดให้มีเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพมากที่สุด ด้านการควบคุมงานด้านความปลอดภัย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทมีการแจกจ่ายวัสดุสำหรับกิจกรรมด้านความปลอดภัยมากที่สุด ด้านการดำเนินนโยบายความปลอดภัยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทมีการติดบอร์ดประชาสัมพันธ์แจ้งนโยบายความปลอดภัยในการทำงานให้พนักงานรับทราบชัดเจนมากที่สุด ด้านการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสีย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนความปลอดภัยที่มีการสอบสวนอุบัติเหตุจากการทำงานและหาแนวทางแก้ไขมากที่สุด ด้านการกำหนดนโยบายความปลอดภัยในการทำงาน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายความปลอดภัยจัดทำขึ้นเพื่อลดความสูญเสียและอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานมากที่สุด และพนักงานมีการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยน้อยที่สุดคือด้านความเป็นผู้นำด้านความปลอดภัยในการทำงาน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้บริหารมีการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงานเสมอมากที่สุด ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC ผู้วิจัยขอค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

การศึกษาวิจัยเรื่องการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC แบ่งเป็น 8 ส่วน ประกอบด้วย การกำหนดนโยบายความปลอดภัยในการทำงาน การดำเนินนโยบายความปลอดภัย การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยในการทำงาน การจัดองค์กรความปลอดภัยในการทำงาน การวางแผนงานด้านความปลอดภัย ความเป็นผู้นำด้านความปลอดภัยในการทำงาน การควบคุมงานด้านความปลอดภัย และการจัดการความปลอดภัย และอาชีวอนามัย เพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสีย โดยสามารถอธิบายและจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านการกำหนดนโยบายความปลอดภัยในการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยนโยบายความปลอดภัยจัดทำขึ้นเพื่อลดความสูญเสียและอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงาน คณะกรรมการ คปอ. มีการนำนโยบายเข้าร่วมประชุมก่อนการลงนาม นโยบายความปลอดภัยมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ นโยบายความปลอดภัยบริษัทพนักงานอ่านแล้วเข้าใจง่ายและสามารถปฏิบัติตามได้ และพนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขงา ขูชื่น (2558) ได้ศึกษาการบริหารจัดการความปลอดภัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานบริษัทโฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านนโยบายความปลอดภัยของบริษัท อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (คณะทำงานปรับปรุงคู่มือตามคำสั่งที่ 20/2556 สำนักความปลอดภัยแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน, ดำรงค์ เปรมสวัสดิ์, 2556) นโยบายจะเป็นเครื่องมือที่เจตนารมณ์ของฝ่ายบริหารเกี่ยวกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระบุความรับผิดชอบของบุคลากรทุกระดับของสถานประกอบกิจการ มีการกำหนดหรือแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และสามารถนำไปปฏิบัติได้ และควรได้มีการทบทวนปรับปรุงให้เหมาะสมกับสถานการณ์อยู่เสมอ

2. ด้านการดำเนินนโยบายความปลอดภัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยบริษัทมีการติดบอร์ดประชาสัมพันธ์แจ้งนโยบายความปลอดภัยในการทำงานให้พนักงานรับทราบชัดเจน กรรมการผู้จัดการมีการประกาศให้ทราบถึงนโยบายความปลอดภัยในการทำงานในที่ประชุม คปอ. พนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามให้สอดคล้องกับนโยบายความปลอดภัยที่บริษัทกำหนด รับทราบถึงการกำหนดนโยบายด้านความปลอดภัยในการทำงานเป็นลายลักษณ์อักษรมาจากส่วนความปลอดภัยฯ และผู้บริหารปฏิบัติตามเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามนโยบายความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรญา พุทธิชน (2558) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติความปลอดภัยการรับรู้การปฏิบัติตามกฎหมาย และพฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทองจังหวัดชลบุรี ด้านการรับรู้การปฏิบัติตามกฎหมายในการทำงานของพนักงานอยู่ในระดับซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (คณะทำงานปรับปรุงคู่มือตามคำสั่งที่ 20/2556 สำนักความปลอดภัยแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน, ดำรงค์ เปรมสวัสดิ์, 2556) เมื่อบริษัทหรือสถานประกอบการได้มีการกำหนดนโยบายความปลอดภัยฯ ในการทำงานแล้ว ผู้บริหารระดับสูงควรชี้แจงนโยบายต่อคณะกรรมการความปลอดภัยฯ ในการประชุมครั้งแรก และควรจะได้มีการประชาสัมพันธ์หรือประกาศนโยบายให้พนักงานทุกคนได้รับทราบ เพื่อเป็นการเตือนถึงภาระหน้าที่และความรับผิดชอบที่ผู้ปฏิบัติงานทุกคนมีต่อกิจกรรมต่างๆ ของสถานประกอบกิจการ

3. ด้านการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยบริษัทจัดให้มีเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพ มีการแต่งตั้งให้พนักงานตั้งแต่ระดับหัวหน้างานขึ้นไป

ต้องเป็นเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน ระดับหัวหน้างาน/ระดับบริหาร มาเป็นเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยทุกระดับ สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ตรงตามที่กฎหมายกำหนด พนักงานรับทราบถึงประกาศ เรื่อง กำหนดหน้าที่รับผิดชอบของผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในการทำงาน และพนักงานรับทราบถึงหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานในทุกระดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภชญา ชูชื่น (2558) ได้ศึกษาการบริหารการจัดการความปลอดภัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานบริษัทโฮมโปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (คณะทำงานปรับปรุงคู่มือตามคำสั่งที่ 20/2556 สำนักความปลอดภัยแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน, ดำรงค์ เปรมสวัสดิ์. 2556) ผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบสูงสุด แล้วจะต้องมีการมอบหมายอำนาจและความรับผิดชอบเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงานไปสู่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้ภาพที่ชัดเจน รวมถึงการชี้แจงหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงานระดับต่างๆ

4. ด้านการจัดองค์กรความปลอดภัยในการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยบริษัทมีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย ส่วนความปลอดภัย มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานตระหนักถึงความปลอดภัย ส่วนความปลอดภัยมีการประสานงานกับทุกสายงานเพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความปลอดภัยสูงสุด บริษัทมีการจัดตั้งหน่วยงานความปลอดภัย คือ “ส่วนความปลอดภัย” และบริษัทจัดสรรบุคลากรด้านความปลอดภัยอย่างเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชชนิภา จิมฉวี (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้การจัดการความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานแผนกโรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า พนักงานของแผนกโรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดมหาสารคาม มีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยในการทำงาน ด้านการจัดองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (คณะทำงานปรับปรุงคู่มือตามคำสั่งที่ 20/2556 สำนักความปลอดภัยแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน, ดำรงค์ เปรมสวัสดิ์. 2556) องค์กรของแต่ละหน่วยงานจึงย่อมมีความแตกต่างกันตามความเหมาะสม องค์กรขนาดเล็ก ใหญ่ ตามสภาพสิ่งแวดล้อม การจัดองค์กรด้านความปลอดภัยในการทำงาน การจัดสรรทรัพยากรและหน้าที่ความรับผิดชอบต่องานความปลอดภัย โดยหน่วยงานความปลอดภัยนี้จะประสานงานใกล้ชิดกับหน่วยงานภายในอื่นๆ และรายงานผู้บริหารโดยตรง เพื่อเป็นหน่วยประสานงานกับสถานประกอบกิจการในเครือข่ายใกล้ชิด และมีการปฏิบัติที่สอดคล้องกันได้แก่ 1) หน่วยงานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของสถานประกอบกิจการ หรือ 2) คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

5. ด้านการวางแผนงานด้านความปลอดภัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยบริษัทมีการจัดทำแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้ น้ำท่วม แผ่นดินไหว ฯลฯ ส่วนความปลอดภัยและหัวหน้างานมีการร่วมกันวิเคราะห์หรือออกแบบงานเพื่อกำหนดมาตรฐานการทำงาน ส่วนความปลอดภัย มีการดำเนินการตามแผนงานเพื่อให้สอดคล้องตามกฎหมายและบริษัทมีการจัดตรวจวัดสิ่งแวดล้อมประจำปี เพื่อสุขภาพความปลอดภัยของพนักงาน และส่วนความปลอดภัยมีการจัดอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัย (PPE) ให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชชนิภา จิมฉวี (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้การจัดการความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานแผนกโรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า

พนักงานของแผนกโรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดมหาสารคาม มีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยในการทำงาน ด้านการวางแผนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (คณะทำงานปรับปรุงคู่มือตามคำสั่งที่ 20/2556 สำนักความปลอดภัยแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน, ดำรงค์ เปรมสวัสดิ์. 2556) การวางแผนงานความปลอดภัยประกอบด้วยส่วนสำคัญที่ต้องปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเป็นขั้นตอนคือการศึกษาวเคราะห์สถานการณ์เกี่ยวกับความปลอดภัยขององค์กร เป็นการศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์เกี่ยวกับความปลอดภัยขององค์กร กำหนดวัตถุประสงค์ของแผน กำหนดเป้าหมายด้านความปลอดภัยในการทำงานที่ชัดเจน จัดทำแผน และองค์ประกอบที่สำคัญเพื่อพิจารณาในการกำหนดแผนงานโครงการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน

6. ด้านความเป็นผู้นำด้านความปลอดภัยในการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้บริหารมีการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงานเสมอ ผู้บริหารมีการลงตรวจพื้นที่เดือนละ 1 ครั้ง (ตรวจ คปอ.) ผู้บริหารมีส่วนร่วมในการพิจารณาวิเคราะห์เมื่อเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน ผู้บริหารมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมด้านความปลอดภัย และการประชุมทุกครั้งผู้บริหารจะมีการพูดคุยถึงเรื่องความปลอดภัยในการทำงานให้พนักงานทราบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รักษณิกา จิมฉวี (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้การจัดการความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานแผนกโรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า พนักงานของแผนกโรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดมหาสารคาม มีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยในการทำงาน ด้านการสั่งการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (คณะทำงานปรับปรุงคู่มือตามคำสั่งที่ 20/2556 สำนักความปลอดภัยแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน, ดำรงค์ เปรมสวัสดิ์. 2556) ฝ่ายบริหารจะต้องเป็นผู้นำในการสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นอยู่เสมอ ซึ่งเห็นว่าการผลิตและความปลอดภัยจะต้องเป็นของคู่กัน ความปลอดภัยในการทำงานทำให้ผลิตมีประสิทธิภาพขึ้น การทำตนแบบอย่างที่ดี ต้องเข้าร่วมประชุมกับคณะกรรมการความปลอดภัย และการประชุมเกี่ยวกับความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ ติดตามการดำเนินการแก้ไขปัญหา เพื่อทบทวนเกี่ยวกับผลงานด้านความปลอดภัย และจัดให้มีการสร้างจิตสำนึกและสนใจเกี่ยวกับความปลอดภัย และการประชุมหรือเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ด้านความปลอดภัยในการทำงานของสถานประกอบกิจการ เป็นต้น

7. ด้านการควบคุมงานด้านความปลอดภัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยบริษัทมีการแจกรางวัลสำหรับกิจกรรมด้านความปลอดภัย มีการจัดอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับความปลอดภัยให้กับพนักงาน บริษัทมีการจัดโครงการลดอุบัติเหตุเป็นศูนย์เพื่อกระตุ้นให้พนักงานตระหนักถึงอุบัติเหตุจากการทำงานและบริษัทมีการสรุปสถิติอุบัติเหตุให้พนักงานทุกคนได้รับทราบ และมีการนำความปลอดภัยมาเน้นย้ำในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รักษณิกา จิมฉวี (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้การจัดการความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานแผนกโรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า พนักงานของแผนกโรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดมหาสารคาม มีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยในการทำงาน ด้านการควบคุมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (คณะทำงานปรับปรุงคู่มือตามคำสั่งที่ 20/2556 สำนักความปลอดภัยแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน, ดำรงค์ เปรมสวัสดิ์. 2556) กระบวนการควบคุมงานด้านความปลอดภัย ควรมีการกำหนดเป้าหมายของงานให้ชัดเจนและติดตามให้มีการดำเนินการตามเป้าหมาย กำหนดมาตรฐานการทำงานและเกณฑ์การควบคุมงานขึ้นไว้ใช้ในการปฏิบัติงาน การวัดผลการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพ

ของงานความปลอดภัย การเปรียบเทียบและวิเคราะห์แผนงานที่วางไว้กับผลปฏิบัติงานจริง ๆ ดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้อง การส่งเสริมและการจูงใจกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในสถานประกอบการนั้นมีความสำคัญที่จะให้พนักงานมีจิตสำนึกในเรื่องความปลอดภัยในการทำงานของตนเองทั้งเวลาและนอกเวลาทำงาน ผู้บริหารควรมีการตั้งเป้าหมายด้านความปลอดภัยไว้ในทุกระดับ มีการติดตามผล และการประเมินผลงานด้านความปลอดภัยประจำปี ซึ่งจะเป็นการเสริมให้มีการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง

8. ด้านการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสีย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยบริษัทมีการแจกจ่ายวัสดุสำหรับกิจกรรมด้านความปลอดภัย มีการจัดอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับความปลอดภัยให้กับพนักงาน บริษัทมีการจัดโครงการลดอุบัติเหตุเป็นศูนย์เพื่อกระตุ้นให้พนักงานตระหนักถึงอุบัติเหตุจากการทำงานและบริษัทมีการสรุปสถิติอุบัติเหตุให้พนักงานทุกคนได้รับทราบ และมีการนำความปลอดภัยมาเน้นย้ำในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริวัลย์ ใจกล้า (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน บริษัท เอสอีไอ อินเทอร์เน็ตคอนเนคส์โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงาน APFA มีความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (คณะทำงานปรับปรุงคู่มือตามคำสั่งที่ 20/2556 สำนักความปลอดภัยแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน, ดำรงค์ เปรมสวัสดิ์. 2556) การดำเนินการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสียในสถานประกอบการ เป็นความรับผิดชอบของทุกคนในองค์กร โดยเฉพาะนายจ้างหรือฝ่ายบริหารต้องมีความมุ่งมั่นและเป็นผู้ที่ต้องให้การให้สถานประกอบการของตนปลอดภัย เป็นการป้องกันและควบคุมอุบัติเหตุและความสูญเสียก่อนเกิดเหตุการณ์ การป้องกันและควบคุมอุบัติเหตุและความสูญเสียขณะเกิดการสัมผัสกับอันตราย การป้องกันและควบคุมอุบัติเหตุและความสูญเสียภายหลังที่อันตรายเกิดขึ้น ผู้บริหารต้องมอบหมายความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยในการทำงานไปสู่ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับและดูแลให้มีการดำเนินงานอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านการกำหนดนโยบายความปลอดภัยในการทำงาน ควรมีการจัดทำนโยบายความปลอดภัยจัดทำขึ้นเพื่อลดความสูญเสียและอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานโดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายความปลอดภัย มีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันอย่างเสมอพนักงานเข้าใจง่ายและสามารถปฏิบัติตามได้
2. ด้านการดำเนินนโยบายความปลอดภัยในการทำงาน ควรประชาสัมพันธ์การติดบอร์ดประชาสัมพันธ์แจ้งนโยบายความปลอดภัยในการทำงานให้พนักงานรับทราบชัดเจน มีการประกาศให้ทราบถึงนโยบายความปลอดภัยในการทำงานในที่ประชุม คปอ. ผู้บริหารปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามนโยบายความปลอดภัยและพนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับนโยบายความปลอดภัยที่บริษัทกำหนดได้
3. ด้านการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยในการทำงาน ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพ มีการแต่งตั้งให้พนักงานตั้งแต่ระดับหัวหน้างานขึ้นไป และประกาศกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในการทำงาน และพนักงานรับทราบถึงหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานในทุกระดับสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ตรงตามที่กฎหมายกำหนด
4. ด้านการจัดองค์กรความปลอดภัยในการทำงาน ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยรองลงมาคือ ส่วนความปลอดภัย มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานตระหนักถึงความปลอดภัย ถัดมา

เป็นส่วนความปลอดภัย มีการประสานงานกับทุกสายงานเพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความปลอดภัยสูงสุด บริษัทมีการจัดตั้งหน่วยงานความปลอดภัย คือ “ส่วนความปลอดภัย” และสุดท้ายคือบริษัทจัดสรรบุคคลากรด้านความปลอดภัยอย่างเพียงพอ ตามลำดับ

5. ด้านการวางแผนงานความปลอดภัยในการทำงาน ควรมีการจัดทำแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้ น้ำท่วม แผ่นดินไหว ฯลฯ ส่วนความปลอดภัย และหัวหน้างานมีการร่วมกันวิเคราะห์ออกแบบงานเพื่อกำหนดมาตรฐานการทำงาน มีการดำเนินการตามแผนงานเพื่อให้ สอดคล้องตามกฎหมายและบริษัทมีการจัดตรวจวัดสิ่งแวดล้อมประจำปี เพื่อสุขภาพความปลอดภัยของพนักงาน และมีการจัดอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัย (PPE) ให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม

6. ด้านความเป็นผู้นำด้านความปลอดภัยในการทำงาน ควรมีการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงานเสมอ การประชุมทุกครั้งผู้บริหารจะมีการพูดคุยถึงเรื่องความปลอดภัยในการทำงานให้พนักงานทราบ มีการลงตรวจพื้นที่เดือนละ 1 ครั้ง (ตรวจ คปอ.) ผู้บริหารมีส่วนร่วมในการพิจารณาวิเคราะห์เมื่อเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน มีการจัดกิจกรรมด้านความปลอดภัยร่วมกัน

7. ด้านการควบคุมงานด้านความปลอดภัยในการทำงาน ควรมีการจัดอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับความปลอดภัยให้กับพนักงานและมีการนำความปลอดภัยมาเน้นย้ำในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ การจัดโครงการลดอุบัติเหตุเป็นศูนย์เพื่อกระตุ้นให้พนักงานตระหนักถึงอุบัติเหตุจากการทำงานและมีการแจกรางวัลสำหรับกิจกรรมด้านความปลอดภัย และดำเนินการสรุปสถิติอุบัติเหตุให้พนักงานทุกคนได้รับทราบ

8. ด้านการจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสีย ควรมีการกำหนดให้ทุกหน่วยงานมีการจัดทำ “คู่มือการปฏิบัติงาน” และบริษัทฯ จัดแสดงบอร์ดสถิติการเกิดอุบัติเหตุให้พนักงานทราบเพื่อกระตุ้นให้พนักงานระมัดระวังในการทำงาน ระดับหัวหน้างานมีการสังเกตการปฏิบัติงานของพนักงานตาม “คู่มือการปฏิบัติงาน” และมีการวางแผนการตรวจความปลอดภัย ทุก 1 เดือน มีการสอบสวนอุบัติเหตุจากการทำงาน และหาแนวทางแก้ไข

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงกิจกรรมด้านความปลอดภัยในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. ด้านการกำหนดนโยบายความปลอดภัยในการทำงานควรมีการจัดทำนโยบายความปลอดภัยจัดทำขึ้นเพื่อลดความสูญเสียและอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงาน โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายความปลอดภัยมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันอย่างเสมอพนักงานเข้าใจง่ายและสามารถปฏิบัติตามได้

2. ด้านการดำเนินนโยบายความปลอดภัยในการทำงานควรประชาสัมพันธ์การติดบอร์ดประชาสัมพันธ์แจ้งนโยบายความปลอดภัยในการทำงานให้พนักงานรับทราบชัดเจน มีการประกาศให้ทราบถึงนโยบายความปลอดภัยในการทำงานในที่ประชุม คปอ.ผู้บริหารปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามนโยบายความปลอดภัยและพนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับนโยบายความปลอดภัยที่บริษัทกำหนดได้

3. ด้านการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยในการทำงานควรมีการจัดให้มีเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพมีการแต่งตั้งให้พนักงานตั้งแต่ระดับหัวหน้างานขึ้นไป และประกาศกำหนด

หน้าที่รับผิดชอบของผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในการทำงาน และพนักงานรับทราบถึงหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานในทุกระดับสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ตรงตามที่กฎหมายกำหนด

4. ด้านการจัดองค์กรความปลอดภัยในการทำงานควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยรองลงมาคือส่วนความปลอดภัยมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานตระหนักถึงความปลอดภัยถัดมาเป็นส่วนความปลอดภัยมีการประสานงานกับทุกสายงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความปลอดภัยสูงสุดบริษัทมีการจัดตั้งหน่วยงานความปลอดภัย คือ “ส่วนความปลอดภัย” และสุดท้ายคือ บริษัทจัดสรรบุคคลากรด้านความปลอดภัยอย่างเพียงพอตามลำดับ

5. ด้านการวางแผนงานความปลอดภัยในการทำงานควรมีการจัดทำแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้ น้ำท่วม แผ่นดินไหว ฯลฯ ส่วนความปลอดภัยและหัวหน้างานมีการร่วมกันวิเคราะห์ห่ออกแบบงานเพื่อกำหนดมาตรฐานการทำงานมีการดำเนินการตามแผนงานเพื่อให้ สอดคล้องตามกฎหมายและบริษัทมีการจัดตรวจวัดสิ่งแวดล้อมประจำปี เพื่อสุขภาพความปลอดภัยของพนักงานและมีการจัดอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัย (PPE) ให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม

6. ด้านความเป็นผู้นำด้านความปลอดภัยในการทำงานควรมีการจัดให้มีการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงานเสมอการประชุมทุกครั้งผู้บริหารจะมีการพูดคุยถึงเรื่องความปลอดภัยในการทำงานให้พนักงานทราบมีการลงตรวจพื้นที่เดือนละ 1 ครั้ง (ตรวจ คปอ.) ผู้บริหารมีส่วนร่วมในการพิจารณาวิเคราะห์เมื่อเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน มีการจัดกิจกรรมด้านความปลอดภัยร่วมกัน

7. ด้านการควบคุมงานด้านความปลอดภัยในการทำงานควรมีการจัดอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับความปลอดภัยให้กับพนักงานและมีการนำความปลอดภัยมาเน้นย้ำในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่การจัดโครงการลดอุบัติเหตุเป็นศูนย์เพื่อกระตุ้นให้พนักงานตระหนักถึงอุบัติเหตุจากการทำงานและมีการแจกรางวัลสำหรับกิจกรรมด้านความปลอดภัยและดำเนินการสรุปสถิติอุบัติเหตุให้พนักงานทุกคนได้รับทราบ

8. ด้านการจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเพื่อลดอุบัติเหตุและความสูญเสียควรมีการกำหนดให้ทุกหน่วยงานมีการจัดทำ “คู่มือการปฏิบัติงาน” และบริษัทจัดแสดงบอร์ดสถิติการเกิดอุบัติเหตุให้พนักงานทราบเพื่อกระตุ้นให้พนักงานระมัดระวังในการทำงานระดับหัวหน้างานมีการสังเกตการปฏิบัติงานของพนักงานตาม “คู่มือการปฏิบัติงาน” และมีการวางแผนการตรวจความปลอดภัย ทุก 1 เดือนมีการสอบสวนอุบัติเหตุจากการทำงานและหาแนวทางแก้ไข

เอกสารอ้างอิง

การบริหารจัดการความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (ตามพระราชบัญญัติความปลอดภัย พ.ศ. 2554. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2560, จาก <http://www.labour.go.th>.

ข้อมูลระบบคุณภาพและความปลอดภัย: ISO 18000 (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2559). สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2560, จาก www.tisi.go.th.

ข้อมูลสถิติการประสบอันตรายจากการทำงาน พ.ศ. 2545-2557 (กองความปลอดภัยแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน, 2558). สืบค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://www.oshthai.org/>.

พระราชบัญญัติ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน. (คณะทำงานปรับปรุงคู่มือตามคำสั่งที่ 20/2556 สำนักความปลอดภัยแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน). สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2560, จาก <http://www.labour.go.th>.

รักษณิภา จิมฉวี. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้การจัดการความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานแผนกโรงงานผลิตภัณฑ์คอนกรีต การฟาส์วันภูมิภาคจังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

สรญา พุทธิชิน (2558). ทศนคติความปลอดภัย การรับรู้การปฏิบัติตามกฎหมายพฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงานและเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานในสถานประกอบการเขตนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์. ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุภาวภา ชูชื่น. (2558). การบริหารการจัดการความปลอดภัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

สุวิทย์ ใจกล้า. (2557). พฤติกรรมความปลอดภัยในการทางานของพนักงาน บริษัทเอสอีไออินเตอร์คอนเนคส์ โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. ชลบุรี: วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

NBUS015: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรกรมชลประทาน (สามเสน) FACTORS INFLUENCING THE ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF THE EMPLOYEES OF THE ROYAL IRRIGATION DEPARTMENT (SAM SEN)

ณัฐพรรณ ชาญธัญกรรม¹ รศ.ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ²

¹ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรกรมชลประทาน(สามเสน) และ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากร กรมชลประทาน(สามเสน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานกรมชลประทาน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานราชการและลูกจ้าง จำนวน 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างตามแบบวิธีของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test, F-test และ LSD

ผลการวิจัย พบว่า บุคลากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของกรมชลประทาน(สามเสน) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อันดับแรกคือปัจจัยด้านสัมพันธภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน ปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคลากรที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนบุคลากรที่มีสถานภาพและตำแหน่งงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความผูกพัน บุคลากร กรมชลประทาน (สามเสน)

Abstract

The objectives of this research were to 1) investigate the factors influencing the employees' organizational commitment of the Royal Irrigation Department (Sam Sen), and 2) compare the employees' attitudes toward the organizational commitment of the Royal Irrigation Department (Sam Sen), classifying according to their personal background. The samples of this research were four hundred employees consisted of government officers, government employees, and workers of the Royal Irrigation Department (Sam Sen). Which were sampling by Taro Yamane method. The questionnaire was used as the research tool. The data received were analyzed by descriptive statistics, these were frequency, percentage, and

standard deviation, and inferential statistics, these were t-test, F-test (One-Way ANOVA), and if the difference was found, the differences in pair were later analyzed by Least Significant Development methods (LSD).

The results found that the majority of the respondents had their overall opinion on the factors influencing the employees' organizational commitment of the Royal Irrigation Department (Sam Sen) at high level. When considering at each factor, ranging in order from the highest frequency to the lowest, it was found that the factor of relationship received the highest frequency. Next on down were the factor of achievement and recognition; responsibility and job characteristics; organizational policy and management; security and advancement; and salary and welfare, respectively. In addition, the results of the hypothetical testing revealed that the respondents who were from different gender, age group, educational background, period of employment, and average monthly income had different level of organizational commitment at statistical significance of .05. On the other hand, the respondents who had different marital status and job position had different level of organizational commitment.

Keywords: Commitment; Employees; Royal Irrigation Department (Sam Sen)

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นองค์กรในภาครัฐหรือเอกชน ต่างก็หันมาให้ความสำคัญต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อบริหารและจัดการบุคลากรขององค์กรให้มีความเหมาะสมต่อองค์กร รวมทั้งการพยายามเพิ่มคุณค่าทุนของมนุษย์อย่างต่อเนื่อง การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและการพัฒนา การประเมินผล การปฏิบัติงาน รวมทั้งค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ จึงมีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ องค์กรแต่ละแห่งจะมีลักษณะเฉพาะของตนเองไม่ว่าจะเป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย วัฒนธรรมขององค์กร รวมถึงระเบียบและกฎเกณฑ์ต่างๆ การบริหารขององค์กรจะต้องตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรขององค์กรอยู่เสมอ ดังนั้น องค์กรจึงมีหน้าที่ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้ปฏิบัติงานจนบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร รวมถึงความผูกพันต่อองค์กร เป็นสิ่งที่ผู้บริหารต้องการให้เกิดขึ้นในองค์กร เพราะความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรนั้นเป็นปัจจัยหลักที่จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรและเป็นพื้นฐานที่สร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานไม่ว่าจะเป็นการทำงานในหน้าที่บริหารหรือปฏิบัติการครอบคลุมถึงองค์กรทุกประเภท (พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ, 2552) เฮิร์ซเบิร์ก และคณะ (Herzberg; et al. 1959) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการทำงานพบว่า ความพึงพอใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ หากได้รับการตอบสนองความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความพึงพอใจนำมาซึ่งความขยันขันแข็งและเสียสละอุทิศตนเพื่อการทำงาน ผลการปฏิบัติงานที่สูงทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นด้วย ปัจจัยที่มีผลทำให้มีความสุขและทำให้บุคคลในองค์กรเกิดความรู้สึกที่ดี ได้แก่ ความสำเร็จของงาน ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้าในตำแหน่ง การได้รับการยอมรับนับถือ และกิจกรรมระหว่างการทำงาน ทั้งนี้ หากความต้องการด้านการจูงใจ (Motivator Factors) ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่มนุษย์จะรู้สึกพึงพอใจปฏิบัติงานด้วยความรักในหน้าที่ อุทิศตนเองอย่างหนัก รวมทั้งเสียสละทุ่มเท และการที่คนจะทำงานได้ดีก็ต่อเมื่อมีความพึงพอใจและขวัญกำลังใจในการทำงาน ในขณะเดียวกัน

หากบุคลากรไม่มีความผูกพันต่อองค์กรซึ่งจะนำไปสู่ การไม่ทำงานอย่างเต็มที่ การเอาเปรียบองค์กร ในทุกด้านที่จะทำได้ การสร้างบรรยากาศที่ไม่ดีในการทำงาน ขาดงานบ่อยของพนักงาน รวมไปถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดีซึ่งจะนำไปสู่การขาดความเชื่อมั่นขององค์กร ในปัจจุบันจึงได้มีการศึกษาเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์ และพฤติกรรมองค์กรเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการ การจัดการองค์กร โครงสร้างองค์กร ตลอดจนพฤติกรรมต่างๆ ของคนในองค์กรทรัพยากรมนุษย์ เพื่อมุ่งนำมาปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ในองค์กร จึงทำให้ผู้บริหารหันมาให้ความสนใจต่อความผูกพันในองค์กรมากขึ้น ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน (Satisfiers) ได้แก่ การประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน (Achievement) การได้รับการยอมรับ (Recognition) ลักษณะของงาน (Work-Itself) ความรับผิดชอบ (Responsibility) ความก้าวหน้า (Advancement) และการมีโอกาสเจริญเติบโตในการทำงาน เป็นหนทางหนึ่งในการธำรงรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญขององค์กร โดยการทำให้คนในองค์กรทำงานอย่างมีความสุขและเต็มใจที่จะปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กร (Employee Engagement) นับเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นอย่างหนึ่งของสมาชิกองค์กร เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยนำพาให้องค์กรมีประสิทธิผล นอกจากนี้ องค์กรต้องสามารถสรรหาบุคลากรที่มีคุณภาพเข้ามาเป็นสมาชิกขององค์กรแล้ว การรักษาให้บุคลากรเหล่านั้นคงอยู่กับองค์กรอย่างมีคุณค่าด้วยการพยายามสร้างทัศนคติของความผูกพันที่ดีกับองค์กรให้เกิดขึ้นกับสมาชิกแต่ละคนในองค์กรนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งด้วย เหตุผลว่าความผูกพันต่อองค์กรนั้นเป็นทัศนคติที่มีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานกับองค์กรเพื่อนำพาองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้

กรมชลประทาน เป็นหน่วยงานภาครัฐภายใต้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เริ่มก่อตั้งขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งแต่เดิมได้ชื่อว่ากรมทดน้ำ ได้รับพระบรมราชานุญาต เมื่อ พ.ศ. 2431 งานที่ปฏิบัติอยู่ในขณะนั้นมีทั้งการขุดคลอง การทดน้ำ รวมทั้งการส่งน้ำตามคลองต่างๆ อีกทั้งการสูบน้ำเพื่อช่วยเหลือการเพาะปลูกจึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่อจาก กรมทดน้ำ เป็น กรมชลประทาน เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2470 โดยให้มีหน้าที่รับผิดชอบงานการขุดคลอง การทดน้ำ การส่งน้ำ และการสูบน้ำช่วยเหลือพื้นที่เพาะปลูกอย่างทั่วถึง โดยมีพันธกิจหลักในการพัฒนาแหล่งน้ำและเพิ่มพื้นที่ชลประทานตามศักยภาพของลุ่มน้ำให้เกิดความสมดุลการบริหารจัดการน้ำอย่างบูรณาการให้เพียงพอ ทั่วถึง และเป็นธรรม ดำเนินการป้องกันและบรรเทาภัยอันเกิดจากน้ำตามภารกิจอย่างเหมาะสม และเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาแหล่งน้ำและการบริหารจัดการน้ำ (<http://www.rid.go.th/> สืบค้นวันที่ 29/06/2560) การจัดทำแผนศึกษาความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร เพื่อเป็นการปรับปรุงองค์กรให้เกิดคุณภาพ เป็นการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล ให้บุคลากรของกรมชลประทานมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีและคุณภาพการทำงานโดยเฉพาะในองค์กรที่ต้องการแรงจูงใจและรักษาทรัพยากรบุคลากรที่มีคุณค่าให้คงอยู่กับองค์กรต่อไป กรมชลประทานเขตพื้นที่สามแสนที่ทำการศึกษานั้น เป็นศูนย์กลางในการบริหารในการดำเนินงานของภารกิจต่างๆเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ การกำกับพัฒนาระบบราชการร่วมกับหน่วยงานกลางและหน่วยงานภายในกรม โดยเป็นแกนหลักในการประสานแผนปฏิบัติงานของกรมชลประทานให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนแม่บทของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดังนั้น หากบุคลากรกรมชลประทานมีความผูกพันในชีวิตการทำงาน ก็จะทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่แสดงตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กรและเต็มใจที่จะทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจในการปฏิบัติงาน จะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานให้มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรอย่างแท้จริง มุ่งเน้นความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมชลประทาน (สามแสน) เพื่อเป็นการปรับปรุงกระบวนการขององค์กรที่จะส่งผลต่อบุคลากรให้เกิดความผูกพันกับองค์กรอันจะ

นำสู่ความเชื่อมั่น และประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรและเป็นกรอบทิศทางการดำเนินงานต่อไป ซึ่งจะส่งผลกับความผูกพันองค์กรของบุคลากรนั้นๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมชลประทาน (สามเสน)
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร กรมชลประทาน (สามเสน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และรายได้ต่อเดือน

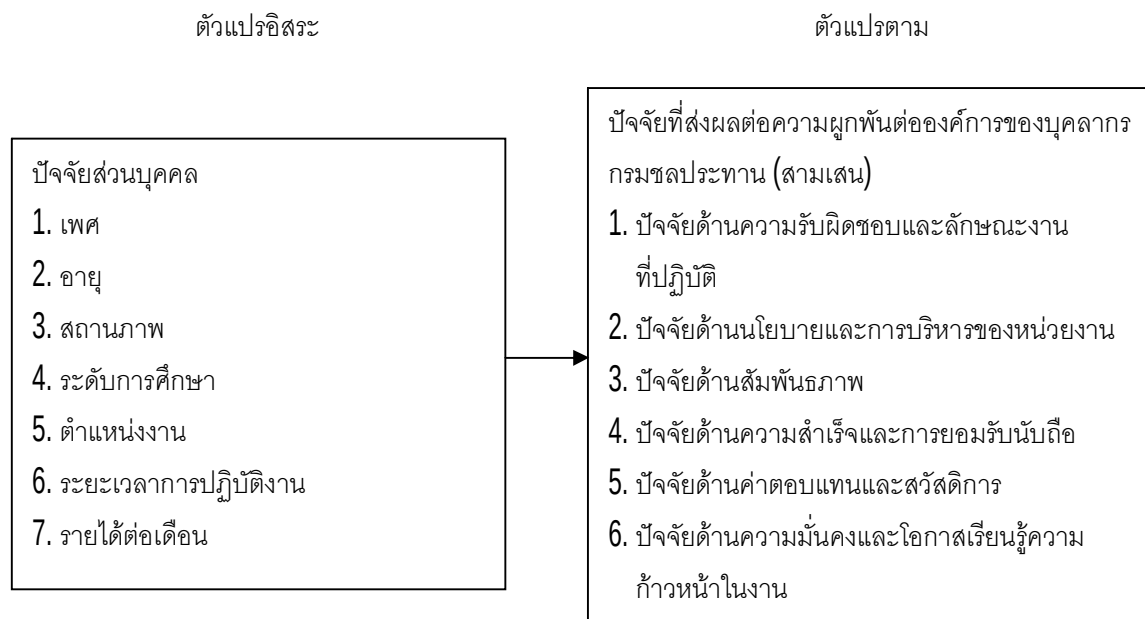
สมมติฐานในการวิจัย

1. บุคลากรที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร แตกต่างกัน
2. บุคลากรที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
3. บุคลากรที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
4. บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
5. บุคลากรที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
6. บุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
7. บุคลากรที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรโดยผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยตามทฤษฎีความต้องการ E.R.G (Alderfer, 1992) ที่อธิบายถึงความต้องการมีสัมพันธภาพกับผู้อื่นที่นำไปสู่ความพึงพอใจในด้านความต้องการเจริญก้าวหน้า และทฤษฎีสองปัจจัย Two Factors Theory (Herzberg, 1959) ที่อธิบายถึงปัจจัยจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน คือ ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติความสำเร็จและการยอมรับนับถือ โอกาสและความก้าวหน้าในตำแหน่ง และปัจจัยค่าจูนบำรุงรักษาจิตใจ ได้แก่ นโยบายและการบริหารของหน่วยงาน สัมพันธภาพภายในองค์กรและความสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานความมั่นคงในงานสวัสดิการรวมถึงค่าตอบแทนหรือเงินเดือน ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่กำหนดไว้เป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม รายละเอียดดังแสดงไว้ใน ภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากร คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานกรมชลประทาน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้าง จำนวน 24,969 คน แบ่งเป็น จำนวนบุคลากรของบุคลากรกรมชลประทาน (สามเสน) จำนวน 4,350 คน และจำนวนบุคลากรของสำนักชลประทานที่ 1-17 จำนวน 20,619 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2559 สถิติข้อมูลบุคลากรกรมชลประทาน ปีงบประมาณ 2559) โดยจะทำการศึกษานักวิชาการ กรมชลประทานที่ปฏิบัติงานในเขตพื้นที่สามเสนเท่านั้น ดังนั้น จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบ Taro Yamane (1967) โดยยอมให้มีค่าความคลาดเคลื่อนได้ 5% และความเชื่อมั่นที่ 95% และกำหนดความมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 (ธีรฤดี เอกะกุล. 2543) จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน การคำนวณหาขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตร (Taro Yamane. 1967 อ้างใน ธีรฤดี เอกะกุล. 2543)

วิธีการคำนวณหาขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตร Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร คือ บุคลากรกรมชลประทาน (สามเสน)

e = ระดับความมีนัยสำคัญ ความผิดพลาดที่ยอมรับ (กำหนดให้มีค่าเท่ากับ .05)

$$\text{แทนค่า } n = \frac{24,969}{1+24,969(0.05)^2}$$

$$= 394 \text{ คน}$$

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน ที่เป็นตัวแทนของจำนวนประชากร เพื่อป้องกันความผิดพลาดและความคลาดเคลื่อน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร กรมชลประทาน(สามเสน) จากแนวคิดในการวิจัยตามทฤษฎีความต้องการ E.R.G (Alderfer. 1992) และทฤษฎีสองปัจจัย Two Factors Theory (Herzberg. 1959) ซึ่งกล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาบุคลากรกรมชลประทานที่ปฏิบัติงานในเขตพื้นที่สามเสนเท่านั้น เนื่องจากเป็นศูนย์กลางในการบริหารในการดำเนินงานของภารกิจต่างๆเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ การกำกับพัฒนาระบบราชการร่วมกับหน่วยงานกลางและหน่วยงานภายในกรม โดยเป็นแกนหลักในการประสานแผนปฏิบัติงานของกรมชลประทานให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนแม่บทของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ เริ่มตั้งแต่เดือน 1 สิงหาคม - 26 ธันวาคม 2560

5. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

5.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล

5.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมชลประทาน ในเขตพื้นที่สามเสน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ค่า t-test และ F test (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-45 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งงานข้าราชการ มีระยะเวลาการปฏิบัติงานไม่เกิน 5 ปี และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000-0,000 บาท

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมชลประทาน (สามเสน) พบว่า บุคลากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกรมชลประทาน

(สามเสน) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า บุคลากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของกรมชลประทาน (สามเสน) อยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน ปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ตามลำดับ

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรกรมชลประทาน(สามเสน) ทั้ง 6 ด้าน โดยภาพรวม

(n = 400)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ	3.87	0.499	มาก	3
ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน	3.74	0.563	มาก	4
ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ	3.95	0.546	มาก	1
ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ	3.90	0.526	มาก	2
ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ	3.66	0.526	มาก	6
ปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน	3.73	0.562	มาก	5
รวม	3.81	0.409	มาก	-

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ตาราง 2 ค่า t-test ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของกรมชลประทาน (สามเสน) ที่จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความ ผูกพันต่อองค์การ	ชาย			หญิง			t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น		
ด้านความรับผิดชอบและ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ	3.77	0.569	มาก	3.95	0.405	มาก	-3.70	0.000*
ด้านนโยบายและการ บริหารของหน่วยงาน	3.69	0.623	มาก	3.78	0.496	มาก	-1.67	0.095
ด้านสัมพันธภาพ	3.89	0.541	มาก	4.01	0.546	มาก	-2.22	0.027*
ด้านความสำเร็จและการ ยอมรับนับถือ	3.85	0.590	มาก	3.95	0.452	มาก	-2.07	0.039*

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความ ผูกพันต่อองค์กร	ชาย			หญิง			t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น		
ด้านค่าตอบแทนและ สวัสดิการ	3.61	0.516	มาก	3.71	0.532	มาก	-1.90	.058
ด้านความมั่นคงและโอกาส								
เรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน	3.68	0.605	มาก	3.78	0.514	มาก	-1.62	0.105
รวม	3.75	0.454	มาก	3.86	0.353	มาก	-2.86	0.004*

ตาราง 3 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานจากการวิเคราะห์ค่า F test

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยอมรับ สมมติฐาน	ไม่ยอมรับ สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 บุคลากรที่มีเพศต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน		
1. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ	P	
2. ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน		P
3. ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ	P	
4. ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ	P	
5. ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ		P
6. ปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน		P
โดยรวม	P	
สมมติฐานที่ 2 บุคลากรที่มีอายุต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน		
1. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ		P
2. ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน	P	
3. ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ	P	
4. ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ	P	
5. ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ		P
6. ปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน		P
โดยรวม	P	

ตาราง 3 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยอมรับ	ไม่ยอมรับ
	สมมติฐาน	สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 บุคลากรที่มีสถานภาพต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน		
1. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ		P
2. ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน		P
3. ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ	P	
4. ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ		P
5. ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ	P	
6. ปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน	P	
โดยรวม		P
สมมติฐานที่ 4 บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน		
1. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ		P
2. ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน	P	
3. ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ		P
4. ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ	P	
5. ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ		P
6. ปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน	P	
โดยรวม	P	
สมมติฐานที่ 5 บุคลากรที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน		
1. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ	P	
2. ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน	P	
3. ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ		P
4. ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ	P	
5. ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ		P
6. ปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน	P	
โดยรวม		P

ตาราง 3 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยอมรับ	ไม่ยอมรับ
	สมมติฐาน	สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6 บุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน		
1. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ		P
2. ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน	P	
3. ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ	P	
4. ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ	P	
5. ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ	P	
6. ปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน		P
โดยรวม	P	
สมมติฐานที่ 7 บุคลากรที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน		
1. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ		P
2. ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน	P	
3. ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ	P	
4. ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ	P	
5. ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ		P
6. ปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน		P
โดยรวม	P	

สมมติฐานที่ 1 พบว่า บุคลากรที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของกรมชลประทาน (สามเสน) โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

สมมติฐานที่ 2 พบว่า บุคลากรที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของกรมชลประทาน (สามเสน) โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3 พบว่า บุคลากรที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของกรมชลประทาน (สามเสน) โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของกรมชลประทาน (สามเสน) โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 5 พบว่า บุคลากรที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์การของกรมชลประทาน (สามเสน) โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 6 พบว่า บุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์การของกรมชลประทาน (สามเสน) โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 7 พบว่า บุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์การของกรมชลประทาน (สามเสน) โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรกรมชลประทาน (สามเสน) ผู้วิจัยขอค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์การของกรมชลประทาน(สามเสน) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์การของกรมชลประทาน (สามเสน) แบ่งเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน โดยสามารถอธิบายและจำแนกได้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายหรือรับผิดชอบและรู้สึกว่าการที่ตนมีความท้าทายและช่วยให้ได้เรียนรู้และมีประสบการณ์มากขึ้น มีความสุขในการปฏิบัติภารกิจและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายหรือรับผิดชอบ หน่วยงานมีระบบการจัดการความรู้ที่ดีและส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg, 1959; อ้างถึงใน พรทิพย์ สุติยะ, 2550) กล่าวถึง ปัจจัยจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจในการทำงานโดยลักษณะงานที่ปฏิบัติ ต้องเป็นงานที่น่าสนใจ มีแรงดึงดูดหรือต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความท้าทายความสามารถให้ลงมือทำเป็นสิ่งที่จูงใจให้บุคลากรในองค์การอยากทำงานและความรับผิดชอบเป็นความพึงพอใจที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ๆ และมีอำนาจรับผิดชอบอย่างเต็มที่ ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิดเป็นปัจจัย จูงใจให้บุคลากรอยากทำงาน ซึ่งทำให้มีความภูมิใจในความรับผิดชอบและความสามารถตนเอง ที่ทำให้เพื่อนร่วมงานยอมรับและยกย่อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรกฤษณ์ อัคคไพฑูริ (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานกรณีศึกษาบริษัทจัดการข้อมูลแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นด้านความรับผิดชอบในงานอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบแผนการปฏิบัติงานขององค์การและผู้บังคับบัญชามีการชี้แจงให้ผู้ปฏิบัติหรือผู้ใต้บังคับบัญชาเข้าใจในนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานต่างๆ อย่างชัดเจน องค์การของมีนโยบายในการบริหารงานที่ชัดเจนและองค์การมีนโยบายในการบริหารงานที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัยของ เฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg, 1959; อ้างถึงใน พรทิพย์ สุติยะ, 2550) กล่าวถึง ปัจจัยค้ำจุนด้านนโยบายและบริหารของหน่วยงานเป็นการจัดการและการ

บริหารงานขององค์การ การติดต่อสื่อสารภายในองค์การ ดังนั้น องค์การที่มีการกำหนดหลักวิธีและทิศทางหรือเป้าหมายในการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในการบริหารงานขององค์การและการจัดทำวิธีหรือแนวทางในการทำงานเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามนโยบายที่กำหนดไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวรวิทน เลิศสุวรรณเสรี (2555) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยราชพฤกษ์ประจำปีการศึกษา 2555 จากการศึกษาและเปรียบเทียบศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยราชพฤกษ์ พบว่าบุคลากรวิทยาลัยราชพฤกษ์มีความพึงพอใจในด้านนโยบาย/แผนและการบริหารงาน อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเพื่อนร่วมงานให้ความสนิทสนม ให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุนในการปฏิบัติภารกิจ หน้าที่และผลงาน สามารถทำงานเป็นทีมเพื่อให้เกิดความร่วมมือ และการทำงานที่มีคุณภาพและผู้บังคับบัญชาให้ความเสมอภาคต่อบุคลากรภายในองค์การ ยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี E.R.G ของ แอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer. 1972; อ้างถึงใน สมจิตร จันทรพิทย. 2557) กล่าวถึง สภาวะทางอารมณ์ที่อยู่ภายในของแต่ละบุคคลที่นำไปสู่ความพึงพอใจ ซึ่งแต่ละบุคคลมีความต้องการด้านความสัมพันธ์หรือสัมพันธภาพทางสังคม ซึ่งเป็นความต้องการที่สามารถตอบสนองได้ด้วยการสื่อสารอย่างเปิดเผยและการได้แลกเปลี่ยนความคิดและความรู้สึกกับคนอื่น เพื่อนร่วมงานในองค์การ จึงเป็นระดับความต้องการอย่างเปิดเผยถูกต้องและมีความซื่อสัตย์ต่อกัน มีความเห็นอกเห็นใจ ช่วยเหลือเกื้อกูลกันโดยไม่ได้หวังสิ่งตอบแทนกลับมา ซึ่งสามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรวัฒน์ ธนอมธรรม (2559) ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการ สำนักงานเลขานุการ สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ผลการวิจัย พบว่า ข้าราชการมีความผูกพันต่อองค์การ ด้านสัมพันธภาพ อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลสำเร็จจากการปฏิบัติงานทำให้เกิดกำลังใจที่จะพัฒนางานให้ดีขึ้น ทำงานที่ได้รับมอบหมายแล้วเสร็จตามกำหนดเวลาและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในแผนงาน และรู้สึกว่าการปฏิบัติงานอยู่ช่วยให้อยู่ภายใต้การยอมรับนับถือและได้รับการยอมรับจากสังคม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ มาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs theory) มาสโลว์ (Maslow. 1970; อ้างถึงใน รังสรรค์ ประเสริฐศรี. 2548) ได้กล่าวถึง ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์มีความต้องการความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการของแต่ละบุคคลที่ต้องการจะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง รวมถึงการได้รับความต้องการการยกย่องจากบุคคลรอบข้าง เพื่อนร่วมงานหรือสถานะจากสังคม ต้องการมีชื่อเสียงในสังคม ได้รับความเคารพนับถือหรือความต้องการมีความรู้ความสามารถ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัตรปรี อยู่เย็น (2554) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์การของบุคลากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการวิจัยพบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในการทำงานและด้านการได้รับการยอมรับนับถือ อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยคุณภาพผลงาน (ปริมาณงาน ความรับผิดชอบ ความสามารถเฉพาะ) มีส่วนสำคัญต่อค่าตอบแทน มีความคิดเห็นว่ารระดับค่าตอบแทนอยู่ในเกณฑ์ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานหรือบริษัทอื่น และนโยบายจ่ายค่าตอบแทนและการให้สวัสดิการต่างๆ มีความเหมาะสมและชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy theory) ของ วรูม (Vroom. 1964) กล่าวถึง พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกมานั้นเป็นผลจากการที่บุคคลได้ทำการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล และพยายามที่จะแสดงพฤติกรรมที่นำไปสู่รางวัลที่ต้องการ คาดหวังว่าจะได้รับผลตอบแทนแบบใด มากน้อยเพียงใด และผลที่ได้รับนั้นเป็นที่พอใจหรือไม่ โดยส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งที่องค์กรจัดหาให้กับพนักงาน เช่น เงินเดือนและสวัสดิการต่าง การเลื่อน

ขึ้นเลื่อนตำแหน่ง วันหยุดพักผ่อน ค่ารักษาพยาบาล เป็นต้น ดังนั้น ซึ่งอาจจะรวมถึงสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตา ต้องใช้สัมผัสด้วยความรู้สึกที่ได้รับการยอมรับหรือความสำเร็จจากการทำงานอย่างมุ่งมั่นและตั้งใจ มีความตั้งใจหรือความพึงพอใจตามที่ได้คาดหวัง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ แม้นศิริ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากร สังกัด สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยการพัฒนาและการเรียนรู้ส่งผลต่อความ ก้าวหน้าในสายอาชีพ มีโอกาสพัฒนาความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน โดยการเข้ารับการฝึกอบรม/สัมมนาหรือกิจกรรมการจัดการความรู้และการประเมินความรู้ ความสามารถ เพื่อเข้าสู่ตำแหน่งต่างๆอยู่บนพื้นฐานแห่งความถูกต้องเหมาะสม มีความยุติธรรม และสามารถเชื่อมั่นในเกณฑ์การประเมินได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัยของ เฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg, 1959 อ้างถึงใน พรทิพย์ สุติยะ, 2550) กล่าวถึง ปัจจัย คำจูงใจรักษาจิตใจ ความมั่นคงในงาน เป็นความรู้สึกของบุคลากรที่มีต่อความมั่นคงในการทำงานหรือความมั่นคงขององค์การย่อมมีผลต่อการปฏิบัติงาน และปัจจัยจูงใจความก้าวหน้า การได้รับการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้นของบุคลากรในองค์การ หรือได้รับการฝึกอบรมจะเป็นสิ่งจูงใจให้บุคลากรอยากทำงานอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ในองค์การเป็นอย่างดีซึ่งเกิดจากความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์การ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรปารี อยู่เย็น (2554) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์การของบุคลากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการวิจัยพบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ละด้านความมั่นคงในการทำงานอยู่ในระดับมาก

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ หน่วยงานควรมีระบบการจัดการความรู้ที่ดีและส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ กำหนดขอบเขตและหน้าที่ที่รับผิดชอบถูกระบุไว้อย่างชัดเจน งานที่ได้รับมอบหมายหรือรับผิดชอบมีความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถและความถนัด มีความท้าทาย และช่วยให้ได้เรียนรู้และมีประสบการณ์มากขึ้น
2. ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน องค์การควรมีนโยบายในการบริหาร งานที่ชัดเจน มีระบบแผนการปฏิบัติงานขององค์การ กระบวนการบริหารงานของผู้บังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชามีการชี้แจงให้ผู้ปฏิบัติหรือผู้ใต้บังคับบัญชาเข้าใจในนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานต่างๆ อย่างชัดเจน รวมถึงกระบวนการพิจารณาผลการปฏิบัติงานอย่างยุติธรรมและมีกฎระเบียบและข้อบังคับขององค์การมีความเหมาะสม
3. ปัจจัยด้านสัมพันธภาพ องค์การควรมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชาให้ความเสมอภาคต่อบุคลากรภายในองค์การ ยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของบุคลากร เพื่อนร่วมงานให้ความสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุนในการปฏิบัติภารกิจ หน้าที่และผลงาน เมื่อเกิดปัญหาจากการทำงานในองค์การได้รับการช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากเพื่อนร่วมงานสามารถทำงานเป็นทีม เพื่อให้เกิดความร่วมมือ และการทำงานที่มีคุณภาพ
4. ปัจจัยด้านความสำเร็จและการยอมรับนับถือ องค์การควรสนับสนุนบุคลากรที่ทำงานที่ได้รับมอบหมายแล้วเสร็จตามกำหนดเวลาและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในแผนงาน ควรได้รับการยอมรับ นับถือในความรู้

ผลงาน และความสามารถในการปฏิบัติงานภารกิจและหน้าที่ จากบุคคลากรภายในหน่วยงาน ได้รับการแสดงยินดีจากเพื่อนร่วมงานเมื่อท่านปฏิบัติภารกิจสำเร็จลุล่วง ได้รับความไว้วางใจจากผู้บังคับบัญชาและเป็นที่ปรึกษาจากผู้ร่วมงานในงานที่รับผิดชอบ ทำให้รู้สึกว่าการปฏิบัติงานที่ปฏิบัติอยู่ ช่วยให้มีเกียรติและได้รับการยอมรับจากสังคม ซึ่งผลสำเร็จจากการปฏิบัติงานทำให้เกิดกำลังใจที่จะพัฒนางานให้ดีขึ้น

5. ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ องค์การควรมีการปรับปรุงและจัดนโยบายจ่ายค่าตอบแทนและการให้สวัสดิการต่างๆ มีความเหมาะสมและชัดเจน เพื่อให้ค่าตอบแทนที่ได้รับอยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถและอายุปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร และคุณภาพผลงาน (ปริมาณงาน ความรับผิดชอบ ความสามารถเฉพาะ) มีส่วนสำคัญต่อค่าตอบแทนควรอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานหรือบริษัทอื่น ดังนั้นองค์การควรมีการจัดสวัสดิการต่างๆ เช่น ค่าครองชีพ ค่ารักษาพยาบาล ตรวจสุขภาพประจำปี ค่าเล่าเรียนบุตร ประกันสุขภาพ เป็นต้น ที่จัดให้มีความยุติธรรมและเหมาะสม

6. ปัจจัยด้านความมั่นคงและโอกาสเรียนรู้ความก้าวหน้าในงาน องค์การควรมีจัดทำนโยบายเกี่ยวกับการประเมินความรู้ ความสามารถ เพื่อเข้าสู่ตำแหน่งต่างๆ อยู่บนพื้นฐานแห่งความถูกต้อง เหมาะสมมีความยุติธรรม และสามารถเชื่อมั่นในเกณฑ์การประเมินได้ การประเมินที่มีประสิทธิภาพ ผลงาน ความสามารถ และความดีความชอบของบุคลากรในหน่วยงาน อยู่บนพื้นฐานแห่งความถูกต้อง เหมาะสม มีความยุติธรรม และสามารถเชื่อมั่นในเกณฑ์การประเมินได้ ซึ่งจะทำให้บุคลากรมีความรู้สึกรู้สึกว่ามีความมั่นคงกับงานที่ทำอยู่ในขณะนี้ รวมถึงมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่/การผลิตผลงานทางวิชาการ/เอกสาร/งานวิจัย/สิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมใหม่ๆ มีโอกาสพัฒนาความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน โดยการเข้ารับการฝึกอบรม/สัมมนาหรือกิจกรรมการจัดการความรู้ และ การพัฒนาและการเรียนรู้ส่งผลต่อความก้าวหน้าในสายอาชีพ และนำมาใช้ในองค์กร เพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรมีระบบการจัดการความรู้ที่ดี โดยกำหนดขอบเขตและหน้าที่ที่รับผิดชอบให้มีความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ ซึ่งจะส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีนโยบายในการบริหารงานที่ชัดเจนในระบบแผนการปฏิบัติงานขององค์กร รวมถึงกระบวนการพิจารณาผลการปฏิบัติงานอย่างยุติธรรม และมีกฎระเบียบและข้อบังคับขององค์กรให้มีความเหมาะสม
3. ควรมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุนในการปฏิบัติภารกิจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือและการทำงานที่มีคุณภาพ
4. ควรสนับสนุนสร้างขวัญกำลังใจและความยอมรับนับถือ พร้อมทั้งจัดนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ ให้มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของบุคลากรที่ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายแล้วเสร็จตามกำหนดเวลาและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในแผนงาน ซึ่งผลสำเร็จจากการปฏิบัติงานทำให้เกิดกำลังใจที่จะพัฒนางานให้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ควรศึกษาถึงคุณลักษณะที่จำเป็นของบุคลากรในองค์กรอื่นๆ เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กร
2. ควรศึกษาแนวทางการสร้างความผูกพันต่อองค์กรในทัศนคติของบุคลากร เพื่อให้ทราบความต้องการของบุคลากรได้อย่างลึกซึ้ง อันจะส่งผลให้เสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรที่เหมาะสมกับความต้องการของบุคลากร

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมชลประทานในโครงการส่วนภูมิภาคทั้ง 17 แห่ง
2. ควรศึกษาโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกในแต่ละตำแหน่งหน้าที่หรือสัมภาษณ์แบบกลุ่ม เพื่อข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับมุมมองหรือทัศนคติต่อความผูกพันของบุคลากรและปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในด้านต่างๆ เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของบุคลากรหรือความผูกพันต่อองค์กรในแต่ละด้านอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

ข้อมูลกรมชลประทาน. (2560). สืบค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.rid.go.th/>.

จักรกฤษณ์ อัคคไพฑูริ. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัทจัดการข้อมูลแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จิรวัดณ์ ถนอมธรรม. (2559). ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการ สำนักงานเลขานุการ สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.

ฉัตรปารี อยู่เย็น. (2554). แรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ปทุมธานี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

ปวรรัตน์ เลิศสุวรรณเสรี. (2555). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยราชพฤกษ์ประจำปีการศึกษา 2555. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยราชพฤกษ์.

พนิดา กิตติอร่ามพงศ์. (2555). ความผูกพันต่อองค์กรของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

พรทิพย์ สุตริยะ. (2550). ปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ. (2552). ความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร ความหมาย ทฤษฎี วิธีวิจัย การวัดและงานวิจัย. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.

รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ศิริวรรณ แม่นศิริ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร สังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต. ฉะเชิงเทรา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.

สมจิตร จันทรพิญ. (2557). ความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Herzberg, F. (1959). The Motivation of Work. New York: John Wiley & Sons.

Vroom, H Victor. (1964). Work and Motivation. Now York: Wiley and Sons Inc.

NBUS016: ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ ภาคอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี

FACTORS AFFECTING HEALTHY ORGANIZATION (HAPPY 8) BEHAVIOR OF INDUSTRIES SECTOR, PHATHUMTHANI PROVINCE

ภูษิสส์ ศรีเจริญ¹ ดร.ชัยวุฒิ จันมา² ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย²

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ ภาคอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยข้อมูลทั่วไปขององค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ สถานประกอบการกิจการภาคอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีการคำนวณของ เครจซี่ และ มอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970) โดยทำการสำรวจแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ซึ่งสถิติที่ใช้ คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทุนจดทะเบียน น้อยกว่า 100 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 43.00 จำนวนบุคลากรน้อยกว่า 500 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 ประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมโลหะ/ชิ้นส่วนยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 65.00 สถานที่ตั้งนอกเขตนิคมอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 89.00 และผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นปัจจัยที่เป็นสาเหตุ ประกอบด้วย ด้านนโยบายและกฎระเบียบ ด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านสวัสดิการและสิ่งจูงใจ ด้านพฤติกรรมส่วนบุคคลและด้านทัศนคติ ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ ด้านกิจกรรม ประกอบด้วย Happy Body, Happy Heart, Happy Relax, Happy Brain, Happy Soul, Happy Money, Happy Family และ Happy Society ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการอยู่ร่วมกัน ประกอบด้วย การปรับตัว ความพึงพอใจในการทำงาน คนทำงานมีความสุข ที่ทำงานน่าอยู่ และชุมชนสมานฉันท์ ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยข้อมูลทั่วไปขององค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: องค์กรแห่งความสุข, ภาคอุตสาหกรรม, จังหวัดปทุมธานี

Abstract

Factors Affecting Healthy Organization (Happy 8) Behavior of Industries Sectors, Phathumthani Province. The purpose of the study was 1) Factors of general-information company Affecting Healthy

Organization (Happy 8) behavior. The sample size was determined by using the calculation method proposed by Krejcie & Morgan (1970). A questionnaire was used to collect the data 400 set. The statistics for data analysis were frequency, percentage, mean, Standard Deviation, and Pearson's correlation.

Most of the respondents were fund less than 100 Million Baht (43.00%) Employee's less than 500 (81.00%) auto part business (65.00%) Out Industrial Estates (89.00%), and most of the respondents were Cause factors the policy-rules, responsibility, security-working environment, benefit-incentives, personal behavior and attitude were found to be at a high level. The consensus to the Affecting Healthy Organization (Happy 8) behavior. Activities that Happy Body Happy Heart, Happy Relax, Happy Brain, Happy Soul, Happy Money, Happy Family and Happy Society were found to be at a high level. Coexistence that adaptation, satisfaction, happy people, happy home and happy teamwork were found to be at a high level.

When the hypotheses were tested, Factors of general-information Company Affecting Healthy Organization (Happy 8) behavior were found to be significantly at the .01 level.

Keywords: Happy Workplace, Industries Sector, Phatumthani Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) ได้ระบุผลสำรวจว่า ประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีแนวโน้มที่จะกำหนดเพดานการทำงานของคนไว้ไม่เกินสัปดาห์ละ 40 ชั่วโมง แต่ก็ยังมีประเทศ กำลังพัฒนาที่ยังมีปัญหาคนทำงานหนักเกินไป มีสาเหตุ เช่น บุคคลต้องการทำงานจำนวนชั่วโมงมากขึ้น เพื่อให้มีรายได้พอเพียงต่อการเลี้ยงชีพ หรือการที่นายจ้างขอให้ลูกจ้างทำงานล่วงเวลาเป็นประจำเพื่อเพิ่มการผลิตให้กับธุรกิจ ซึ่งประเทศไทยมีสัดส่วนคนทำงานจำนวนชั่วโมงมากที่สุดในโลกเป็นอันดับที่ 3 ของโลก โดยร้อยละ 46.7 ทำงานมากกว่า 48 ชั่วโมง/สัปดาห์ และประเทศไทยมีวันหยุดประจำปีขั้นต่ำน้อยมากในเอเชีย ซึ่งน้อยกว่าประเทศกัมพูชา อินโดนีเซีย และเวียดนาม (ภาณุภาคย์ พงศ์ดิชาติ. 2550) ประเทศไทยก็มีแนวคิดการสร้างองค์การแห่งความสุข โดยสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยได้ริเริ่มโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานในสถานประกอบการ เพื่อสร้างเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนทำงานในสถานประกอบการที่จะเกิดความมั่นคงยั่งยืน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยการสนับสนุนในด้านงบประมาณของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 โดยจัดตั้งเป็นมาตรฐานระบบบริหารจัดการคุณภาพชีวิตการทำงานในสถานประกอบการ (Management System of Quality of Work Life: MS-QWL) โดยครอบคลุมสุขภาวะทั้ง 4 ด้าน คือ สุขภาวะกาย สุขภาวะอารมณ์ สุขภาวะทางสังคม และสุขภาวะทางจิตวิญญาณ มีผลวิจัยว่ามาตรฐาน MS-QWL ช่วยลดอัตราการลาป่วยได้ร้อยละ 17.13% และอัตราการลาและการขาดงานลดลงร้อยละ 42.89% (ประชาชาติธุรกิจ. 2552) ต่อมา แผนงานสุขภาวะองค์กรภาคเอกชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้นำเสนอแนวทางการสร้างองค์การแห่งความสุข (Happy Workplace) โดยประกอบไปด้วยความสุข 8 ประการ คือ การมีสุขภาพดี การมีน้ำใจงาม การผ่อนคลาย การใฝ่หาความรู้ การมีคุณธรรม การปลอดหนี้ การมีครอบครัวที่ดี และ

การมีสังคมดี ซึ่งจะก่อให้เกิดสุขภาวะที่ดี 4 มิติ คือ กาย ใจ สังคม และจิตวิญญาณ ซึ่งการสร้างความสุขในที่ทำงาน จะทำให้พนักงานมีความสุขดำรงชีวิตอย่างเหมาะสม มีความสัมพันธ์ที่ดีในหมู่เพื่อนร่วมงาน เกิดบรรยากาศในการทำงานที่ดี มีแรงจูงใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น องค์กรเองจะได้รับประโยชน์จากการมีบุคลากรที่กระตือรือร้น เปี่ยมไปด้วยพลังแห่งความคิดและการเพิ่มผลการปฏิบัติงาน (แผนงานสุขภาวะองค์กรภาคเอกชน. 2552)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าปัจจุบันการทำงานเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิต แต่สถานการณ์ในปัจจุบัน แสดงให้เห็นว่า บุคคลขาดความสุขในการทำงาน เนื่องมาจากการแข่งขันที่สูงขึ้น ชั่วโมงการทำงานยาวนานมากขึ้น เทคโนโลยีที่ทันสมัย สิ่งเหล่านี้ทำให้บุคคลขาดความสุขในการทำงาน ส่งผลต่อองค์การทั้งในด้านอัตราการลาออก ประสิทธิภาพการทำงานลดลง ขวัญกำลังใจตกต่ำลง รวมทั้งความเจ็บป่วยและความไม่ปลอดภัยในการทำงานที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มคนทำงาน ในภาคอุตสาหกรรม และจากการที่ผู้วิจัยได้ร่วมดำเนินโครงการในการสร้างเสริม สุขภาวะองค์กร ระยะที่ 2 โดยสภาอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานีร่วมกับแผนงานสุขภาวะองค์กรภาคเอกชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริม สุขภาวะองค์กร 8 ประการ ภาคอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้บริหารองค์การได้นำไปเป็นแนวทางในการพัฒนา การวางแผนกลยุทธ์และนโยบาย ในการบริหารจัดการองค์การให้เป็นองค์การแห่งความสุขต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยข้อมูลทั่วไปขององค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ

สมมติฐานของงานวิจัย

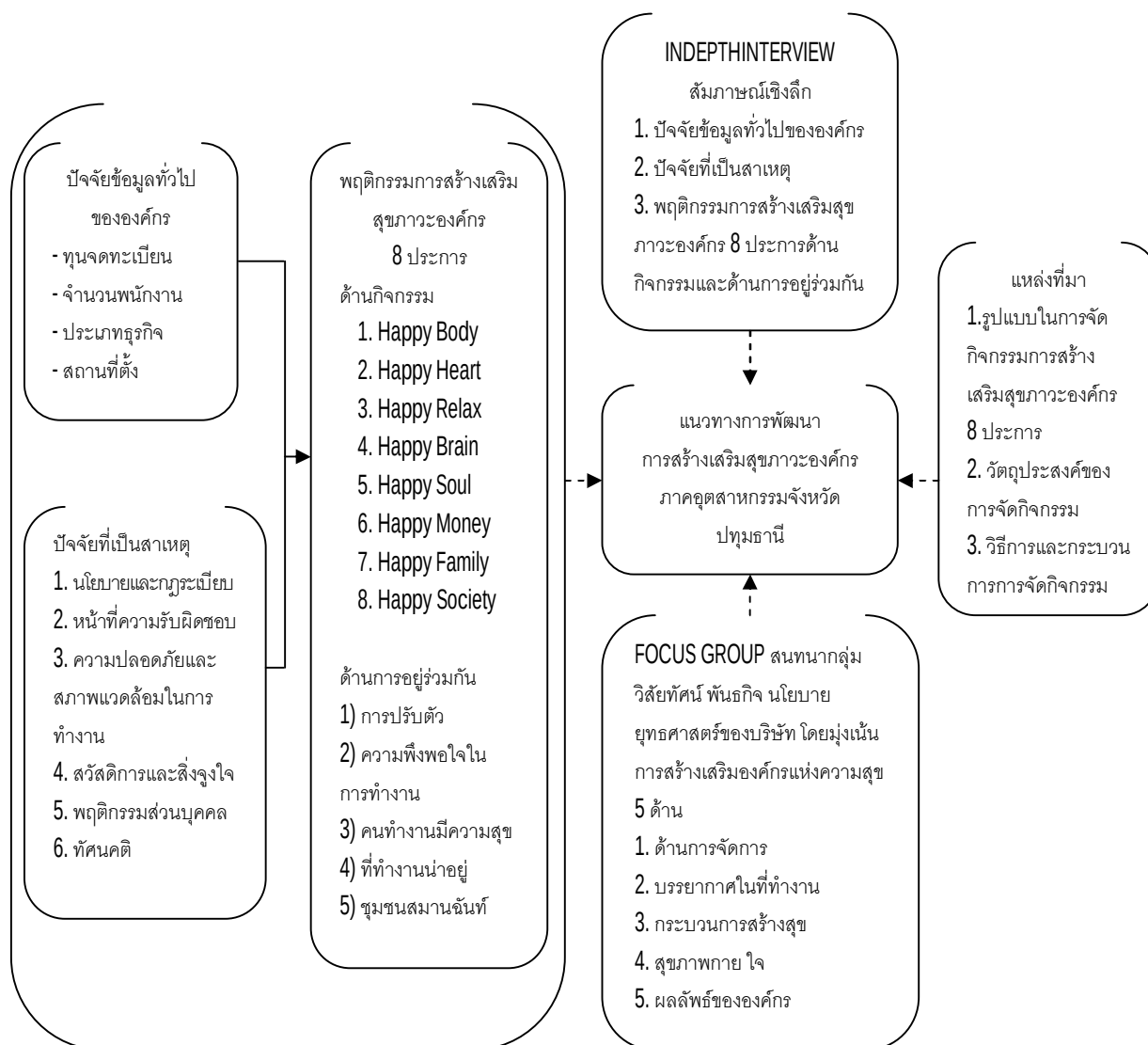
1. ปัจจัยข้อมูลทั่วไปขององค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นต้นแบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาระบบการโดยผ่านรูปแบบการพัฒนาศักยภาพหลากหลายรูปแบบและพัฒนาด้านต่างๆ ของบุคคลให้สอดคล้องและมีทิศทางเดียวกันกับความต้องการขององค์กร และสังคม โดยปรับสภาพแวดล้อมให้มีความสะดวก สะอาด สบายและส่งเสริมการทำกิจกรรมร่วมกันในทุกวัน ทุกสัปดาห์ และทุกเดือน
2. เป็นต้นแบบกำหนดนโยบาย ได้แก่ สร้างวัฒนธรรมการทำงานแบบครอบครัว มีความรักความสามัคคีระหว่างคนในองค์กร ส่งเสริมให้บุคคลแสดงความคิดเห็นความสามารถตนเองได้อย่างเต็มที่ และส่งเสริมให้พนักงานทำกิจกรรมร่วมกัน
3. เป็นต้นแบบด้านการบริหาร ด้านความสัมพันธ์ของเพื่อนร่วมงาน ด้านรายได้
4. เป็นต้นแบบการทำสถานที่ทำงานให้เป็นเสมือนบ้านหลังที่สอง การให้ทั้งความสุขทางกายและความสุขทางใจ รวมทั้งจิตวิญญาณ มีความเอื้ออาทรกันความอบอุ่นดุจสมาชิกในครอบครัว เป็นที่ปรึกษาและดูแลพนักงานอย่างถ้อยทีถ้อยอาศัยระหว่างกัน มีอิสระในการแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ ส่งเสริมการทำงานด้วยความรู้ความสามารถอย่างเต็มศักยภาพ มีระบบสอนงานจากรุ่นพี่ ถ่ายทอดประสบการณ์การทำงาน รวมทั้งดูแล

สวัสดิการรายได้เพียงพอ ลดภาระค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อให้พนักงานคลายความกังวลและสามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดองค์กรแห่งความสุขภาคอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี

ความสุข 8 ประการ จึงหมายถึง การจัดสมดุลชีวิตมนุษย์ผ่านความสุขในโลก 3 โลกที่ทับซ้อนกัน คือ ความสุขของตนเอง ครอบครัว และองค์กร สังคม การบริหารองค์กรสมัยใหม่มีแนวโน้มเป็นการบริหารองค์กรแบบองค์รวม (Holistic Management) มากยิ่งขึ้น และเน้นการเติบโตอย่างยั่งยืน (Sustainable Growth) การมีคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ เน้นการเพิ่มผลผลิต (High Performance Organization) ขณะเดียวกันก็เน้นการปรับตัว (Adaptive Organization) เป็นองค์กรที่พนักงาน ชุมชน และภาคส่วนมีความสุข (Living Organization) แนวทางการบริหาร

เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดจากวิกฤตต่างๆ และทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน โดยได้ทั้งผลผลิต และพนักงานมีความสุขรวมเรียกว่า “องค์กรสุขภาวะ” (Healthy Organization) นอกจาก “องค์กรสุขภาพดี” แล้ว ยังมีการบริหารจัดการที่มีรูปแบบคล้ายกัน หรือมีลักษณะอย่างเดียวกัน ซึ่งถูกเรียกชื่อแตกต่างกันออกไป เช่น จิตวิญญาณแห่งองค์กร (Spirituality Organization) องค์กรแห่งความเบิกบานใจ (Joyful Organization) องค์กรที่มีความยืดหยุ่น (Flexible Organization) บริษัทสุขภาพดี (Healthy Companies) สถานที่ทำงานที่ดี (Healthy Workplace) องค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) เป็นต้น การนำเสนอกรอบความคิดเรื่ององค์กรแห่งความสุขของประเทศไทย ซึ่งสำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพจะให้ความหมายองค์กรแห่งความสุข (ชาญวิทย์ วสันต์ธนารัตน์, จุลยวรรณ ดวงโคตะ, และ นพพร ทิแก้วศรี. 2556) ประกอบด้วย 2 มุมมอง

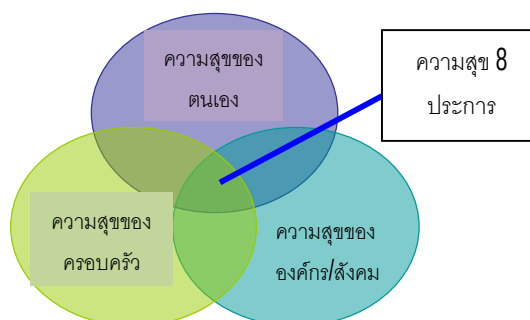
1. การอธิบายองค์กรแห่งความสุข ที่เน้นกระบวนการ ซึ่งองค์กรแห่งความสุข หมายถึง กระบวนการพัฒนาคนในองค์กรอย่างมีเป้าหมาย และยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อให้้องค์กรมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง นำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

2. การอธิบายองค์กรแห่งความสุข ที่เน้นลักษณะขององค์กรแห่งความสุข ซึ่งองค์กรแห่งความสุข หมายถึง องค์กรที่คนทำงานมีความสุข ที่ทำงานน่าอยู่ ชุมชนสมานฉันท์

2.1 คนทำงานมีความสุข (Happy People) หมายถึง พนักงานตระหนักว่าตนเองเป็นบุคคลที่มีความสำคัญขององค์กร มีความเป็นมืออาชีพ มีความจำเป็นอยู่ มีครอบครัวที่อบอุ่น มีศีลธรรมอันดีงาม และเอื้ออาทรต่อตนเองและสังคม

2.2 ที่ทำงานน่าอยู่ (Happy Home) พนักงานต้องรู้สึกที่ทำงานคือบ้านหลังที่ 2 ของพนักงาน มีความรัก ความสามัคคีในองค์กร โดยที่ทำงานน่าอยู่นี้ ประกอบด้วย ความอบอุ่นของบ้าน (House) คนในองค์กร (Human) และความสุข (Happy)

2.3 ชุมชนสมานฉันท์ (Happy Team Work) ชุมชนต้องมีความสามัคคี มีการทำงานเป็นทีม มีการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกัน และเอื้ออาทรกับสังคมรอบข้างชุมชนสมานฉันท์ หมายความว่า ลูกค้าหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร รวมถึงชุมชน สังคมพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานขององค์กร



ภาพประกอบ 2

ที่มา: ชาญวิทย์ วสันต์ธนารัตน์ และคณะ (2556)

แนวคิดความสุข 8 ประการ

ประกอบด้วย เป็นผู้ที่มีสุขภาพดี ดูแลตนเองไม่ให้เป็นภาระของผู้อื่น (Happy Body) เป็นผู้ที่ไม่นำใจช่วยเหลือผู้อื่น (Happy Heart) เป็นผู้ที่สามารถจัดการกับอารมณ์ของตนเอง (Happy Relax) เป็นผู้รักการเรียนรู้และเป็นมืออาชีพในงานของตนเอง (Happy Brain) เป็นผู้ที่มีคุณธรรมและความกตัญญู (Happy Soul) เป็นผู้ใช้เงินเป็น (Happy Money) เป็นผู้ที่รักและดูแลครอบครัวตนเองได้ (HAPPY Family) เป็นผู้ที่รักและดูแลองค์กร/สังคมของตนเองได้ (Happy Society) ดังนี้



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ชาญวิทย์ วสันต์ธนารัตน์ และคณะ (2556)

1. เป็นผู้ที่มีสุขภาพดี ดูแลตนเองไม่ให้เป็นภาระของผู้อื่น (Happy Body) คือ มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและจิตใจ ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ซึ่งเกิดจากการรู้จักใช้ชีวิต รู้จักกิน รู้จักนอน
2. เป็นผู้ที่ไม่นำใจช่วยเหลือผู้อื่น (Happy Heart) คือ การมีน้ำใจ การคิดถึงคนอื่น มีน้ำใจเอื้ออาทรต่อกันและกัน การรับทราบของเจ้านาย ลูกน้อง บทบาทของคุณพ่อ บทบาทของคุณแม่ และผลของการกระทำของตนเองต่อสิ่งต่างๆ
3. เป็นผู้ที่สามารถจัดการกับอารมณ์ของตนเอง (Happy Relax) คือ การรู้จักผ่อนคลายกับสิ่งต่างๆ ในการดำเนินชีวิต เมื่อชีวิตในการทำงาน และ/หรือการดำเนินชีวิตประจำวันมีความเครียด ต้องหาวิธีผ่อนคลาย เพื่อรักษาสมดุลของชีวิตไว้
4. เป็นผู้รักการเรียนรู้และเป็นมืออาชีพในงานของตนเอง (Happy Brain) คือ การศึกษาหาความรู้ การพัฒนาตัวเองตลอดเวลา เพื่อให้เป็นมืออาชีพ และเพื่อให้เกิดความมั่นคงก้าวหน้าในหน้าที่ การงาน
5. เป็นผู้ที่มีคุณธรรมและความกตัญญู (Happy Soul) คือ การเป็นผู้ที่มีคุณธรรม โดยเฉพาะหิริ โศดำปปะ (ความละอาย และเกรงกลัวต่อการกระทำของตนเอง) ซึ่งเป็นคุณธรรมเบื้องต้นพื้นฐานของการอยู่ร่วมกันของสังคมมนุษย์ และเป็นคุณธรรมที่สำคัญต่อการทำงานเป็นทีม นอกจากนี้ควรมีคุณธรรมอื่น ๆ เช่น การเป็นคนดี มีศรัทธาต่อศาสนา มีศีลธรรมในการดำเนินชีวิต มีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ มีระเบียบวินัยตรงต่อเวลา เป็นต้น

6. เป็นผู้ใช้เงินเป็น (HAPPY Money) คือ เป็นผู้ใช้เงินเป็น มีเงินเก็บ รู้จักใช้ เป็นหนึ่อย่างมีเหตุผล มีชีวิตที่เหมาะสมกับตนเอง หรืออาจกล่าวว่า เป็นบุคคลที่สามารถจัดการรายรับรายจ่ายของตนเองได้ ทั้งนี้ต้องบริหารจัดการรายรับและรายจ่ายของตนเองและครอบครัว โดยอาจทำบัญชีรายรับ รายจ่าย

7. เป็นผู้ที่รักและดูแลครอบครัวตนเองได้ (HAPPY Family) คือ การมีครอบครัวที่อบอุ่นและมั่นคง ให้ความสำคัญต่อครอบครัว และครอบครัวเป็นกำลังใจที่ดีในการทำงาน เพราะครอบครัวเป็นเหมือนภูมิคุ้มกัน เป็นกำลังใจเมื่อต้องเผชิญกับอนาคตหรืออุปสรรคในชีวิต การมีครอบครัวเข้มแข็งจะทำให้สังคมมั่นคงด้วย

8. เป็นผู้ที่รักและดูแลองค์กร/สังคมของตนเองได้ (HAPPY Society) คือ การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและสังคม โดยสังคมมี 2 ระดับ คือ สังคมในที่ทำงานกับสังคมนอกที่ทำงาน

ความสุข 8 ประการ เป็นแนวคิดของการจัดสมดุลชีวิต เพื่อให้มีความสุข ดังนั้น การจัดสมดุลของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกัน ตามต้นทุนและบริบทของตนเอง ครอบครัว และองค์กร/ชุมชน ดังนั้น ความสุขของแต่ละบุคคลจึงแตกต่างกัน เช่น ก มีความสุขที่ได้ผ่อนคลายความเครียดด้วยการไปเที่ยวต่างประเทศ เพราะมีความพร้อมเรื่องการเงินและภาษา แต่ ข ซึ่งเพิ่งมีลูก มีความสุขที่ได้อยู่ร่วมกับครอบครัว หรือ ค ซึ่งเพิ่งจบการศึกษาและเริ่มทำงาน เลือกวิธีการผ่อนคลายด้วยการดูภาพยนตร์ เป็นต้น

สรุปได้ว่า แนวความคิดความสุข 8 ประการ คือ การสังเคราะห์ขึ้นมาจากพื้นฐานของความต้องการให้เกิดความสุขที่สมดุล และยั่งยืนโดยเป็นความสุขที่สมดุลของโลก 3 ใบที่ทับซ้อนกัน ได้แก่ 1)ความสุขของตนเอง 2)ความสุขของครอบครัว และ 3)ความสุขขององค์กร/สังคม การมีส่วนร่วมจากพนักงานทุกคน รวมทั้ง ผู้บริหาร หัวหน้างานเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการอยู่ร่วมกันของคนในองค์กร นำไปสู่การเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจขององค์กร ทำให้องค์กรมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง มีความยั่งยืน เป็นองค์กรที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเป็นองค์กรแห่งความสุขต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษา

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ สถานประกอบการกิจการภาคอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ สถานประกอบการกิจการภาคอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี โดยอาศัยข้อมูลจำนวน สถานประกอบการกิจการในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 3,682 บริษัท (อ้างอิงที่มาจากข้อมูลสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี พ.ศ. 2559) ดังนั้นจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง แบบ เครจซี่ และ มอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970) โดยยอมให้มีค่าความคลาดเคลื่อนได้ 5% และความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 351 ชุด โดยผู้วิจัยได้จัดทำกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเพิ่มอีก 49 ชุด รวมเป็นจำนวน 400 ชุด
3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปขององค์กรและปัจจัยที่เป็นสาเหตุ

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการใช้อยู่ข้อมูลทาง

คณิตศาสตร์และสถิติมาช่วยในการตอบคำถามการวิจัย แบบสอบถามจึงสร้างจากกรอบตัวแปรในการศึกษา ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสำรวจความคิดเห็นแบบ Rating scale (อารยา เป๊ะปอง. 2557) กระทำโดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง และแนะนำการตอบแบบสอบถามอย่างถูกวิธี จากนั้นนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาได้ นำไปประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงพรรณนาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ทุนจดทะเบียน น้อยกว่า 100 ล้านบาท จำนวนบุคลากรน้อยกว่า 500 คน ประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมโลหะ/ชิ้นส่วนยานยนต์ สถานที่ตั้งนอกเขตนิคมอุตสาหกรรม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่เป็นสาเหตุ ประกอบด้วย ด้านนโยบายและกฎระเบียบ ด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านสวัสดิการและสิ่งจูงใจ ด้านพฤติกรรมส่วนบุคคลและด้านทัศนคติ ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ

ด้านกิจกรรม ประกอบด้วย Happy Body Happy Heart Happy Relax Happy Brain Happy Soul Happy Money Happy Family และ Happy Society ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการอยู่ร่วมกัน ประกอบด้วย การปรับตัว ความพึงพอใจในการทำงาน คนทำงานมีความสุขที่ทำงานน้อย และชุมชนสมานฉันท์ ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1. ปัจจัยข้อมูลทั่วไปมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่เป็นสาเหตุ โดยภาพรวม

ปัจจัยที่เป็นสาเหตุ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านนโยบายและกฎระเบียบ	4.0100	0.62664	มาก
2. ด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ	3.9285	0.67745	มาก
3. ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน	3.7600	0.70544	มาก
4. ด้านสวัสดิการและสิ่งจูงใจ	3.6860	0.86120	มาก
5. ด้านพฤติกรรมส่วนบุคคล	3.8565	0.68034	มาก
6. ด้านทัศนคติ	3.9345	0.66416	มาก
รวม	3.8625	0.70253	มาก

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นต่อ ปัจจัยที่เป็นสาเหตุ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.8625 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยที่เป็นสาเหตุ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านนโยบายและกฎระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 4.0100 รองลงมาปัจจัยด้านทัศนคติ มีค่าเฉลี่ย 3.9345 ปัจจัยด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ย 3.9285 ปัจจัยด้านพฤติกรรมส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.8565 ปัจจัยด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.7600 และปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านสวัสดิการและสิ่งจูงใจ มีค่าเฉลี่ย 3.6860 ตามลำดับ

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ ด้านกิจกรรม โดยภาพรวม

ด้านกิจกรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. Happy Body	3.7335	0.68619	มาก
2. Happy Heart	3.7995	0.66136	มาก
3. Happy Relax	3.5995	0.74741	มาก
4. Happy Brain	3.6895	0.95297	มาก
5. Happy Soul	3.7480	0.71538	มาก
6. Happy Money	3.5540	0.86600	มาก
7. Happy Family	3.5270	0.86565	มาก
8. Happy Society	3.7340	0.72495	มาก
รวม	3.6731	0.77746	มาก

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ ด้านกิจกรรมโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.9345 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ด้านกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ Happy Heart มีค่าเฉลี่ย 3.7995 รองลงมา Happy Soul มีค่าเฉลี่ย 3.7480 Happy Society มีค่าเฉลี่ย 3.7340 Happy Body มีค่าเฉลี่ย 3.7335 Happy Brain มีค่าเฉลี่ย 3.6895 Happy Relax มีค่าเฉลี่ย 3.5995 Happy Money มีค่าเฉลี่ย 3.5540 และ Happy Family มีค่าเฉลี่ย 3.5270 ตามลำดับ

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพองค์กร 8 ประการ ด้านการอยู่ร่วมกัน โดยภาพรวม

ด้านการอยู่ร่วมกัน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การปรับตัว	3.7870	0.69226	มาก
2. ความพึงพอใจในการทำงาน	3.6805	0.65152	มาก
3. คนทำงานมีความสุข	3.7400	0.91460	มาก
4. ที่ทำงานน่าอยู่	3.7480	0.08010	มาก
5. ชุมชนสมานฉันท์	3.8140	0.69658	มาก
รวม	3.7539	0.60701	มาก

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นต่อการอยู่ร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 3.7539 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ด้านการอยู่ร่วมกัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ชุมชนสมานฉันท์ มีค่าเฉลี่ย 3.8140 รองลงมาการปรับตัว มีค่าเฉลี่ย 3.7870 ที่ทำงานน่าอยู่ มีค่าเฉลี่ย 3.7480 คนทำงานมีความสุข มีค่าเฉลี่ย 3.7400 และความพึงพอใจในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.6805 ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าสหสัมพันธ์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลทั่วไปขององค์กรกับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพองค์กร 8 ประการ

ปัจจัยข้อมูลทั่วไปขององค์กร	Pearson Correlation (r)	พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพองค์กร 8 ประการ Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ทุนจดทะเบียน	1.000	0.000	ระดับสูงมาก
2. จำนวนบุคลากร	0.588**	0.000	ระดับปานกลาง
3. ประเภทธุรกิจ	0.177**	0.000	ระดับน้อยมาก
4. สถานที่ตั้ง	0.559**	0.000	ระดับปานกลาง
รวม	0.581**	0.000	ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4 ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า โดยภาพรวม ปัจจัยข้อมูลทั่วไปขององค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพองค์กร 8 ประการ ($r = 0.581^{**}$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยข้อมูลทั่วไปขององค์กรด้านทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก ($r = 1.000$) ด้านจำนวนบุคลากร มีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.588^{**}$) ด้านสถานที่ตั้ง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.559^{**}$) และด้านประเภทธุรกิจ มีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยมาก ($r = 0.177^{**}$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ จำนวน 400 ชุด ดังนี้

ปัจจัยข้อมูลทั่วไปขององค์กร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็น พนักงานประจำ น้อยกว่า 100 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 43.00 จำนวนบุคลากรน้อยกว่า 500 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 ประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมโลหะ/ชิ้นส่วนยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 65.00 สถานที่ตั้งนอกเขตนิคม อุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 89.00

ปัจจัยที่เป็นสาเหตุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นต่อ ปัจจัยที่เป็น สาเหตุ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.8625 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยที่เป็นสาเหตุ ที่ผู้ตอบ แบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านนโยบายและกฎระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 4.0100 รองลงมา ปัจจัยด้านทัศนคติ มีค่าเฉลี่ย 3.9345 ปัจจัยด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ย 3.9285 ปัจจัยด้านพฤติกรรมส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.8565 ปัจจัยด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.7600 และปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านสวัสดิการและสิ่งจูงใจ มีค่าเฉลี่ย 3.6860 ตามลำดับ

พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ

ด้านกิจกรรม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรม การสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ ด้านกิจกรรมโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.9345 เมื่อพิจารณา รายข้อพบว่าด้านกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ Happy Heart มีค่าเฉลี่ย 3.7995 รองลงมา Happy Soul มีค่าเฉลี่ย 3.7480 Happy Society มีค่าเฉลี่ย 3.7340 Happy Body มีค่าเฉลี่ย 3.7335 Happy Brain มีค่าเฉลี่ย 3.6895 Happy Relax มีค่าเฉลี่ย 3.5995 Happy Money มีค่าเฉลี่ย 3.5540 และ Happy Family มีค่าเฉลี่ย 3.5270 ตามลำดับ

ด้านการอยู่ร่วมกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นต่อการ อยู่ร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 3.7539 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ด้านการอยู่ร่วมกัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ทีมชนสมานฉันท์ มีค่าเฉลี่ย 3.8140 รองลงมาการปรับตัว มีค่าเฉลี่ย 3.7870 ที่ทำงานน่า อยู่ มีค่าเฉลี่ย 3.7480 คนทำงานมีความสุข มีค่าเฉลี่ย 3.7400 และความพึงพอใจในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.6805 ตามลำดับ

ปัจจัยข้อมูลทั่วไปขององค์กรกับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวม ปัจจัย ข้อมูลทั่วไปขององค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ ($r = 0.581^{**}$) และเมื่อ พิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยข้อมูลทั่วไปขององค์กรด้านทุนจดทะเบียน มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก ($r = 1.000$) ด้านจำนวนบุคลากร มีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.588^{**}$) ด้านสถานที่ตั้ง มีความสัมพันธ์

อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.559^{**}$) และด้านประภทธุรกิจ มีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยมาก ($r = 0.177^{**}$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ด้านปัจจัยที่เป็นสาเหตุ

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นต่อ ปัจจัยที่เป็นสาเหตุ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.8625 เนื่องจาก ด้านนโยบายและกฎระเบียบ ด้านทัศนคติ ด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ ด้านพฤติกรรมส่วนบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สิรินทร แซ่จั่ว (2553) ศึกษา ความสุขในการทำงานของบุคลากรเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์กลุ่มสื่อและกลุ่มงานสร้างสรรค์เพื่อการใช้งาน พบว่า บุคลากรเชิงสร้างสรรค์มีความสุขในการทำงานและมีสุขภาพอยู่ในระดับมาก ปัจจัยสุขภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงานในระดับปานกลาง ส่วนความสุขอันเกิดจากปัจจัยภายในองค์การอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ซึ่งเรียงปัจจัยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ คุณลักษณะของงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผลลัพธ์ที่คาดหวัง และสภาพแวดล้อมในงาน ซึ่งปัจจัยภายในองค์การทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงานในระดับปานกลาง นอกจากนี้ ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่า บุคลากรเชิงสร้างสรรค์มีความสุขจากการได้ทำงานที่ตนเองรัก งานมีความอิสระและมีเอกลักษณ์ของงาน กฎระเบียบและเวลางานที่ยืดหยุ่น การได้ลาพักผ่อนติดต่อกัน การได้รับคำชมเชยและการยอมรับ มีความสัมพันธ์อันดีกับหัวหน้างาน เป็นสิ่งสำคัญมากต่อความสุขในการทำงาน ในขณะที่การจ่ายค่าตอบแทน ความมั่นคงในงาน ความสมดุลในชีวิตการทำงาน และปริมาณงานยังมีในระดับที่ค่อนข้างน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นนอกจากนี้ ก็มีการศึกษาด้านการสร้างบรรยากาศการทำงานที่เต็มไปด้วยความไว้วางใจ เชื่อมั่น มีชีวิตชีวา และผลการวิจัยของ นันทธนาดา สวามิวัศสุกิจ.(2558)ผลการศึกษาพบว่า 1) พนักงานระดับปฏิบัติในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ย่านศูนย์กลางธุรกิจมีความคาดหวังต่อการธำรงรักษาคนเก่ง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ลักษณะของหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานมีสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางกับความคาดหวังในการธำรงรักษาคนเก่งของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) แรงจูงใจในงานในภาพรวมมีสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางกับความคาดหวังในการธำรงรักษาคนเก่งของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 4) สภาพแวดล้อมในการทำงานในภาพรวมมีสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับต่ำกับความคาดหวังในการธำรงรักษาคนเก่งของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพองค์กร 8 ประการ

2.1 ด้านกิจกรรม กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพองค์กร 8 ประการ ด้านกิจกรรมโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.9345 เนื่องจาก Happy Heart Happy Soul Happy Society Happy Body Happy Brain ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Heylighen (1999) นอกจากนี้การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสุข พบว่ามี 8 ปัจจัย ดังนี้

2.1.1 ความมั่งคั่ง (Wealth) โดยวัดจากกำลังซื้อและความสามารถในการครอบครองวัตถุที่ตอบสนองความต้องการทางพื้นฐานได้ แต่ความมั่งคั่งช่วยเพิ่มความสุขได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

2.2.2 การเข้าถึงความรู้ (Access to Knowledge) วัดได้จากการอ่านออกเขียนได้ การสื่อสาร และการตอบสนองจากความสามารถทางสติปัญญาของตนเอง

2.2.3 การมีอิสระส่วนบุคคล (Personal Freedom) บุคคลจะพึงพอใจน้อยลงในสภาพสังคมที่จำกัดอิสรภาพในการทำงานหรือใช้ชีวิต และจะมีความสุขในสถานที่ที่สามารถควบคุมได้มากกว่าถูกควบคุม แต่เมื่อรู้สึกถูกควบคุมก็จะกลับสู่ความต้องการทางวัตถุขึ้นมาแทน

2.2.4 ความเสมอภาค (Equality) กล่าวคือ ผู้ที่มีตำแหน่งต่ำกว่าจะมีสิทธิในการควบคุมสิ่งต่างๆ ได้น้อยกว่าผู้ที่มีตำแหน่งสูงซึ่งจะมีสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่า

2.2.5 สุขภาพแข็งแรง (Health) กล่าวคือ บุคคลที่มีความสุขมักจะไม่ค่อยเจ็บป่วย และมีชีวิตที่ยืนยาวมากกว่าผู้ที่ไร้ความสุข และพบถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความสุขกับสุขภาพกาย

2.2.6 สุขภาพจิตดี (Psychological Characterized) กล่าวคือ บุคคลที่มีความสุขจะเชื่อว่าตนเองสามารถกำหนดชีวิตของตนได้ ส่วนบุคคลที่ไม่มีความสุขจะเชื่อว่าตนเองถูกบังคับให้กระทำตาม และบุคคลที่มีความสุขจะสามารถฟื้นฟูสภาพจิตใจได้เร็ว ใส่ใจความรู้สึกผู้อื่น เปิดเผยและต้องการตอบสนองความต้องการในระดับประจักษ์ในตนเอง (Self - Actualization)

2.2.7 ตำแหน่งทางสังคม (Social Position) ซึ่งเป็นความสุขที่เกิดจากความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ การมีส่วนช่วยสนับสนุนผู้อื่น บุคคลที่มีความสุขในการทำงานจะมีตำแหน่งสูงเป็นส่วนใหญ่ เช่น ผู้เชี่ยวชาญและผู้จัดการ เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มีความสามารถในการควบคุมชิ้นงานที่ทำได้มากกว่าการถูกสั่งการจากหัวหน้างานเพียงอย่างเดียว

2.2.8 เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิต (Life Event) คือ ความสุขเกิดจากเหตุการณ์ในชีวิตที่น่ายินดี เช่น การแต่งงาน การได้เลื่อนตำแหน่งงาน และไม่มีเหตุการณ์เลวร้ายเข้ามาในชีวิต เช่น อุบัติเหตุ การให้ออกจากงาน เป็นต้น บุคคลที่มีความสุขจะเชื่อว่าตนเองสามารถกำหนดชีวิตหรือเป้าหมายในชีวิตได้ แม้เกิดความล้มเหลวขึ้นก็ตาม โดยเชื่อว่าตนเองสามารถตัดสินใจและควบคุมเหตุการณ์ต่างๆ ได้ ส่วนความสุขในการทำงาน เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลที่ตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในการทำงาน หรือประสบการณ์ของบุคคลในการทำงาน และผลการวิจัยของ ศศิริ เหล่าเที่ยง และ วิโรจน์ เจษฎากษณ์. (2557) ผลการวิจัยพบว่า 1) กิจกรรมสร้างสุขในองค์กรตามแนวทางความสุข 8 ประการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความสุขในการทำงาน กิจกรรม Happy Body (สุขภาพดี), Happy Heart(น้ำใจงาม), Happy Relax (ผ่อนคลาย), Happy Brain (หาความรู้), Happy Soul (มีคุณธรรม), Happy Money (ใช้เงินเป็น), Happy Family (ครอบครัวที่ดี) และ Happy Society (สังคมดี) 2) ความสุขในการทำงานมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงาน 3) ความสุขในการทำงานไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการลาออก และ 4) ประสิทธิภาพการทำงานไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการลาออก ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยนี้ จะทำให้ตัวพนักงานเองทราบถึงผลลัพธ์ที่แท้จริงที่ได้จากการดำเนินการตามกิจกรรมสร้างสุขทั้ง 8 ประการ อีกทั้งยังเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารเพื่อกำหนดแผนในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพ ตลอดจนพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งความสุขอย่างยั่งยืนต่อไป

2.2 ด้านการอยู่ร่วมกัน กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นต่อการอยู่ร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 3.7539 เนื่องจาก ชุมชนสมานฉันท์ การปรับตัว ที่ทำงานน่าอยู่ คนทำงานมีความสุข ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Warr (1990) กล่าวไว้ดังนี้คือ 1) ความรื่นรมย์ในงาน เป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นในขณะที่ทำงาน โดยเกิดความรู้สึกสนุกกับการทำงาน และไม่มีความรู้สึกวิตกกังวลใดๆ ในการทำงาน 2) ความพึงพอใจในงาน เป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นในขณะที่ทำงานโดยเกิดความรู้สึกเพลิดเพลิน ชอบ สนใจ พอใจ เต็มใจ และยินดีในการปฏิบัติงานของตน และ 3) ความกระตือรือร้นในการทำงาน เป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นในขณะที่ทำงานโดยเกิด

ความรู้สึกว่าอยากทำงาน มีความตื่นตัวทำงานได้อย่างคล่องแคล่ว รวดเร็วกระฉับกระเฉง มีชีวิตชีวาในการทำงาน ปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่ก่อให้เกิดความสุข และผลการวิจัยของ อรสุดา ดุสิตรัตนกุล (2557) ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคคล ด้านความผูกพันกับหน่วยงาน ด้านการทำงานเป็นทีม และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน อยู่ในระดับดีมาก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานอยู่ในระดับดี มีระดับประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านความขยันหมั่นเพียร ความรับผิดชอบและเอาใจใส่ในงาน และความซื่อสัตย์และภักดีต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง ปัจจัยในการปฏิบัติงานด้านบุคคลของบุคลากรของสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับ ระดับประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยในการปฏิบัติงานด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานของบุคลากรของสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านความผูกพันกับหน่วยงานของบุคลากรของสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับประสิทธิภาพในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านการทำงานเป็นทีมของบุคลากรของสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับระดับประสิทธิภาพในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของบุคลากรของสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับระดับประสิทธิภาพในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ ภาคอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยขอเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ด้านปัจจัยที่เป็นสาเหตุ สถานประกอบการควรเพิ่มการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และด้านสวัสดิการและสิ่งจูงใจ
2. พฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะองค์กร 8 ประการ
 - 2.1 ด้านกิจกรรม สถานประกอบการควรเพิ่มกิจกรรม Happy Relax ให้มีการผ่อนคลายจากการทำงานมากขึ้น Happy Money ควรส่งเสริมการออมทรัพย์ในรูปแบบต่างๆ เพิ่มขึ้น Happy Family ส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องถึงครอบครัวของพนักงานมากขึ้น
 - 2.2 ด้านการอยู่ร่วมกัน สถานประกอบการควรสร้างและสำรวจความพึงพอใจในการทำงาน เป็นระยะเพื่อเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ในการบริหารจัดการองค์กร ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ ในปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการสร้างองค์กรแห่งความสุข รวมทั้งปัจจัยที่ทำให้คนทำงานมีความสุขในการทำงาน มากยิ่งขึ้น
4. การที่จะเป็นองค์กรแห่งความสุขในภาคอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี ได้นั้นควรจะต้องได้รับนโยบายจากผู้บริหารระดับสูงในการดำเนินการ โดยมีการมอบหมายงานอย่างชัดเจน มีการแต่งตั้งคณะทำงานมีผู้รับผิดชอบในกิจกรรมต่างๆ มีตัวชี้วัดผลงานปฏิบัติงานเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาองค์การอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมด้วยกระบวนการความคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ มีการทำงานเป็นทีม ส่งการ มอบหมายงาน มุ่งเน้นผลลัพธ์สอดคล้องต่อวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ แผนงานนโยบายโครงการขององค์กรแห่งความสุขในภาคอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี และจังหวัดอื่นๆ ทั่วประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (2560-2579), ตุลาคม 2559. กรุงเทพฯ: กระทรวงฯ.
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2555). การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานการวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- จามะรี พัทธวงศ์. (2529). การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชนินทร์ ชุนพันธ์รักษ์. (2550). แนวคิดการจัดการสมัยใหม่. ใน การจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชาญวิทย์ วสันต์ธนารัตน์. (2551). 123 สู่การเป็นองค์กรแห่งความสุข. นนทบุรี: สองขาครีเอชั่น.
- โชติกา ภาชีผล. (2555). องค์กรแห่งความสุขที่มีคุณภาพของ ส.ส.ท.:การพัฒนาตัวบ่งชี้และโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ. วารสารวิธีวิทยาการวิจัย. 25(2): 143-162.
- นันทธาดา สวามิวัสถุกิจ. (2558). หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน และแรงจูงใจในงานที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการดำรงรักษาคนเก่งของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประทุมทิพย์ เกตุแก้ว. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคกับความสุขในการทำงานของพยาบาล งานการพยาบาลผดุงครรภ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประเวศ วะสี (2543). สุขภาพในฐานะอุดมการณ์ของมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- แผนงานสุขภาวะองค์กรภาคเอกชน. (2552). องค์กรแห่งความสุข. กรุงเทพฯ: แผนงานสุขภาวะองค์กร ภาคเอกชน.
- ภาณุภาคย์ พงศ์อดิชาติ. (2550). สมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน (Work life Balance). ใน การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและการทำงาน กระแสใหม่ของการบริหารทรัพยากรบุคคล. กรุงเทพฯ: สำนักงาน ก.พ. ศศทริ เหล่าทัพ; และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2557, พฤษภาคม-สิงหาคม). อิทธิพลของกิจกรรมสร้างสุขในองค์กรตามแนวทางความสุข 8 ประการ ที่มีต่อความสุขในการทำงาน ประสิทธิภาพการทำงาน และความตั้งใจในการลาออกของพนักงานบริษัทเอกชน. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 7, 2): 988-1006.
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี. (2559). รายงานวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ปี 2559 (มกราคม-มิถุนายน 2559). หน้า 1-5.
- สิรินทร แซ่ฉั่ว. (2553). ความสุขในการทำงานของบุคลากรเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์กลุ่มสื่อและกลุ่มงานสร้างสรรค์เพื่อการใช้งาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ. กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อรสุดา ดุสิตรัตน์กุล.(2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เฉพาะกรณีของบุคลากรส่วนกลาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อารยา แป๊ะปอง. (2557). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล การประเมินองค์การแบบสมดุล (Balanced Scorecard) และการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตย่านธุรกิจการค้าสีลม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Heylighen, F. (1999). Selection Criteria for the Evolution of Knowledge Congress on Cybernetics. Association International. 5(9): 524-528.

Warr, P. (1990). The Measurement of Well-being and Other Aspects of Mental Health. Journal of Occupation Psychology. 63: 193-210.

NBUS017: ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

FACTORS INFLUENCING THE WORK STRESS OF THE PERSONNEL IN THE MINISTRY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY

นิลยา สุกรินทร์¹ รศ.ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ²

¹ นักศึกษามหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีตามตัวแปรอิสระ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 400 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติอ้างอิง ได้แก่ t-test, F test และ LSD

ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรมีความเครียดในการทำงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า บุคลากรมีความเครียดในการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน รองลงมาคือ ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านบทบาทภายในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคลากรที่มีอายุต่างกัน มีความเครียดในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนบุคลากรที่มีเพศ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษาต่างกัน มีความเครียดในการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความเครียดในการทำงาน กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

Abstract

The objectives of this research were to 1) analyze the factors influencing the work stress of the personnel in the Ministry of Science and Technology, according to the independent variables. Four hundred personnel of the Ministry of Science and Technology were used as the sample of this research by sampling the questionnaire was the research tool. The data received were analyzed by descriptive statistics, including: frequencies, percentage, mean, Standard Deviation and inferential statistic t-test, F test and LSD.

The results revealed that the majority of the respondents had overall work stress at a high level. When considering at each factor from the highest mean to the lowest, the study revealed that the factor of

work-family relationship received the highest mean. Next on down respectively were the factors of career planning and development, and the role of inter-organizational system which were at moderate level. In addition, the results of the hypothetical testing showed that the respondents who were from different age group had different level of work stress at statistical significance of .05 on the other hand, the respondents who were from different gender, marital status, average monthly income, and educational background had different level of work stress at no statistical significance of .05.

Keywords: Work Stress; Ministry of Science and Technology

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรในทุกวันนี้จำเป็นต้องได้รับอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง ทำให้ทั้งองค์กรทั้งในภาครัฐและเอกชนต้องเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดขององค์กรซึ่งบางองค์กรต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับปัจจุบันมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารระดับสูงจนถึงผู้ปฏิบัติงานระดับล่างต่างก็มีส่วนช่วยขับเคลื่อนองค์กรทั้งนั้น ในการทำงานร่วมกันกับคนจำนวนมากที่มาจากต่างสถานที่ที่แตกต่างกัน ทั้งด้านครอบครัว ด้านจิตใจ ด้านความรู้สึก ด้านความรู้ความสามารถ ด้านอายุ และด้านประสบการณ์การทำงาน

อภิชัย มงคล และคณะ (2552) ได้กล่าวว่า สภาพะด้านการแข่งขันในปัจจุบันทวีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องเผชิญแรงกดดันจากประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบทางโครงสร้างและการผลิตต้นทุนที่ต่ำ ดังนั้นการสร้างเสริมศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้มีความแข็งแกร่งมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของบุคลากร เกิดความเครียดในการทำงานมากขึ้น วิธีการกำจัดกับความเครียดของบุคคลแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน เช่นหลีกเลี่ยงความเครียดที่ไม่จำเป็น เรียนรู้ที่จะปฏิเสธ โดยเฉพาะเมื่อถูกบังคับให้ทำในสิ่งที่เกินกว่าความสามารถ ผันทำในสิ่งที่ล้มเหลวได้ง่าย จึงทำให้เกิดความเครียดตามมา ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่สร้างความเครียด นอกจากนี้ควรหมั่นให้กำลังใจกับตัวเอง แบ่งเวลาไว้เที่ยวและใช้ชีวิตให้สนุกสนาน กำหนดเวลาการพักผ่อนท่องเที่ยวและดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง เพื่อต่อสู้กับความเครียดต่อไป

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการวางแผน ส่งเสริม และพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยใช้องค์ความรู้เพื่อเป็นพื้นฐานในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมต่างๆ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับด้านเกษตร อาหารและพลังงานทดแทน อีกทั้งนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีถ่ายทอดไปสู่โรงเรียน ชุมชนทั้งในชนบทและจังหวัด

บุคลากรในกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีความกดดันและแนวโน้มที่จะเกิดความเครียดในการทำงานได้ง่าย สนใจศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดของบุคลากรในองค์กร เพื่อที่จะได้ทราบถึงสาเหตุของความเครียดใน ด้านปัจจัยต่าง ๆ ในองค์การของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์การและศึกษาค้นคว้าต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีตามตัวแปรอิสระ

สมมติฐานในการวิจัย

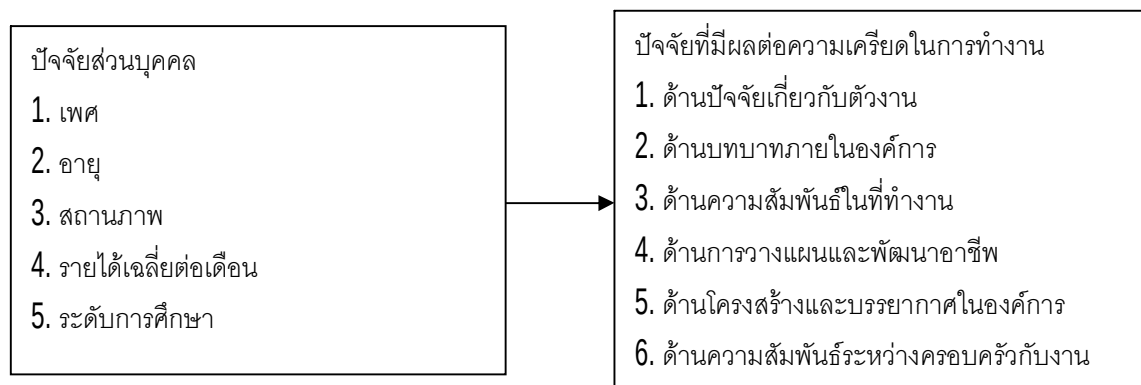
1. บุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานแตกต่างกัน
2. บุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานแตกต่างกัน
3. บุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานแตกต่างกัน
4. บุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานแตกต่างกัน
5. บุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานแตกต่างกัน

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทฤษฎีที่นำมาศึกษา ประกอบด้วย ทฤษฎีของ คาร์ทไวท์ และ คูเปอร์ (Cartwright; & Cooper. 1997; อ้างใน แนวสุดา ดวงมณี. 2550) ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงาน ได้แก่ ด้านปัจจัยเกี่ยวกับตัวงาน ด้านบทบาทภายในองค์การด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ ด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์การและด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากร คือ กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ ประกอบด้วย 4 ส่วนราชการ 3 หน่วยงานในกำกับ 6 องค์กรมหาชน 2 รัฐวิสาหกิจ ดังนี้ ส่วนงานราชการ ได้แก่ สำนักงานรัฐมนตรีกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, สำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, กรมวิทยาศาสตร์บริการ, สำนักงานปรมาณูเพื่อสันติหน่วยงานในกำกับ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติสถาบันมาตรวิทยาแห่งชาติ, องค์การมหาชน ได้แก่ สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิภาครวมทั้งประเทศไทย สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ, สถาบันวิจัยแชนโครตรอน, สถาบันวิจัยดาราศาสตร์แห่งชาติ, สถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร, สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแจกแบบสอบถามกับบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเท่านั้น โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบ ยามาเน (Yamane. 1967) จากสูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ทั้งหมด 378 คน ผู้วิจัยต้องการเก็บข้อมูลตัวอย่างเพิ่มอีก 22 คน เพื่อลดการคาดเคลื่อนรวมทั้งสิ้นได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ เริ่มตั้งแต่ เดือน สิงหาคม-ธันวาคม 2560

4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา

4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ด้านปัจจัยเกี่ยวกับตัวงาน ด้านบทบาทภายในองค์กร ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ ด้านโครงสร้างและด้านบรรยากาศในองค์กรและ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ค่า t-test และ F test (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ใช้ในการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยคะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้ ค่าเฉลี่ย ความหมาย

4.21-5.00 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอยู่ในระดับ มากที่สุด

3.41-4.20 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอยู่ในระดับ มาก

2.61-3.40 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากร
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอยู่ในระดับ ปานกลาง

1.81-2.60 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากร
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอยู่ในระดับ น้อย

1.00-1.80 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากร
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท และระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พบว่า บุคลากรมีความเครียดในการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า บุคลากรมีความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน รองลงมาคือ ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ ส่วนด้านโครงสร้างบรรยากาศในองค์กร ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านเกี่ยวกับตัวงาน และอันดับสุดท้าย คือ ด้านบทบาทภายในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานทั้ง 6 ด้าน โดยภาพรวม

(n = 400)

ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเครียด	อันดับ
ด้านเกี่ยวกับตัวงาน	2.81	0.866	ปานกลาง	5
ด้านบทบาทภายในองค์กร	2.77	0.781	ปานกลาง	6
ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน	3.88	0.534	มาก	4
ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ	4.33	0.533	มากที่สุด	2
ด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร	4.13	0.491	มาก	3
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน	4.34	0.478	มากที่สุด	1
รวม	3.71	0.259	มาก	-

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ตาราง 2 ค่า t-test ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากร
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียด ในการทำงาน	ชาย			หญิง			t	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความเครียด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความเครียด		
ด้านปัจจัยเกี่ยวกับตัวงาน	2.90	0.878	ปานกลาง	2.76	0.855	ปานกลาง	1.56	0.120
ด้านบทบาทภายในองค์กร	2.75	0.801	ปานกลาง	2.78	0.769	ปานกลาง	-0.37	0.710
ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน	3.90	0.567	มาก	3.88	0.511	มาก	0.37	0.710
ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ	4.34	0.510	มากที่สุด	4.32	0.549	มากที่สุด	0.31	0.760
ด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร	4.13	0.496	มาก	4.12	0.488	มาก	0.08	0.934
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน	4.34	0.489	มากที่สุด	4.33	0.471	มากที่สุด	0.03	0.974
รวม	3.72	0.274	มาก	3.70	0.249	มาก	0.95	0.344

ตาราง 3 ผลสรุปการทดลองสมมติฐานจากการวิเคราะห์ค่า F test

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยอมรับ	ไม่ยอมรับ
	สมมติฐาน	สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 บุคลากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีความเครียดในการทำงานแตกต่างกัน		
1. ด้านปัจจัยเกี่ยวกับตัวงาน		P
2. ด้านบทบาทภายในองค์กร		P
3. ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน		P
4. ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ		P
5. ด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร		P
6. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน		P
โดยรวม		P

ตาราง 3 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยอมรับ	ไม่ยอมรับ
	สมมติฐาน	สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกัน มีความเครียดในการทำงานแตกต่างกัน		
1. ด้านปัจจัยเกี่ยวกับตัวงาน	P	
2. ด้านบทบาทภายในองค์กร	P	
3. ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน	P	
4. ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ	P	
5. ด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร	P	
6. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน	P	
โดยรวม	P	
สมมติฐานที่ 3 บุคลากรที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความเครียดในการทำงานแตกต่างกัน		
1. ด้านปัจจัยเกี่ยวกับตัวงาน	P	
2. ด้านบทบาทภายในองค์กร	P	
3. ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน		P
4. ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ	P	
5. ด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร	P	
6. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน	P	
โดยรวม		P
สมมติฐานที่ 4 บุคลากรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความเครียดในการทำงานแตกต่างกัน		
1. ด้านปัจจัยเกี่ยวกับตัวงาน		P
2. ด้านบทบาทภายในองค์กร	P	
3. ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน		P
4. ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ	P	
5. ด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร	P	
6. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน	P	

ตาราง 3 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยอมรับ	ไม่ยอมรับ
	สมมติฐาน	สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 บุคลากรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความเครียดในการทำงานแตกต่างกัน		
1. ด้านปัจจัยเกี่ยวกับตัวงาน	P	
2. ด้านบทบาทภายในองค์กร	P	
3. ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน		P
4. ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ	P	
5. ด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร	P	
6. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน	P	
โดยรวม		P

สมมติฐานข้อที่ 1 บุคลากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงาน โดยภาพรวมและรายได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงาน โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 3 บุคลากรที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงาน โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า บุคลากรที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงาน ด้านเกี่ยวกับตัวงาน ด้านบทบาทภายในองค์กร ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ ด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร และด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 4 บุคลากรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความเครียดในการทำงาน โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า บุคลากรที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงาน ด้านบทบาทภายในองค์กร ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ ด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร และด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

สมมติฐานข้อที่ 5 บุคลากรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงาน โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงาน ด้านเกี่ยวกับตัวงาน ด้านบทบาทภายในองค์กร ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กรและด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

บุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี มีสถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท และระดับการศึกษาปริญญาตรี พบว่า บุคลากรมีความเครียดในการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน รองลงมาคือ ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ ส่วนด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงานอยู่ในระดับมาก ด้านเกี่ยวกับตัวงาน และอันดับสุดท้าย คือ ด้านบทบาทภายในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

อภิปรายผล

ความเครียดเป็นปฏิสัมพันธ์ ระหว่างสภาพการทำงานและการรับรู้ว่าทักษะเหมาะสมกับงานหรือไม่ ดังนั้น สาเหตุของความเครียดในการทำงานในที่นี้ จึงไม่ใช่ สาเหตุที่ทำให้เกิดความเครียด ดังนั้น การกล่าวถึงความเครียด จึงต้องพิจารณาบุคลิกภาพและการรับรู้ของผู้ที่ทำงาน ซึ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเครียดในที่ทำงาน ทั้งสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ แสงมากแสงน้อย เสียง กลิ่น อุณหภูมิ และตัวกระตุ้นความรู้สึกต่างๆ ในการปฏิบัติงานนั้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งต้องเผชิญกับสิ่งต่างๆ รอบด้าน ที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียด โดยความเครียดในการทำงานเกิดจากสาเหตุที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับการรับรู้ ระดับความเครียด และการจัดการความเครียด ความเครียดจึงเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างสภาพการทำงานและการรับรู้ว่าทักษะเหมาะสมกับงานหรือไม่ ดังนั้น สาเหตุของความเครียดในการทำงานนี้ จึงไม่ใช่สาเหตุเดียวที่ทำให้เกิดความเครียด การกล่าวถึงความเครียดจึงต้องพิจารณาบุคลิกภาพและการรับรู้ของผู้ที่ทำงาน Cartwright and Cooper (1997; อ้างถึงใน แวสุดา ดวงมณี. 2550)

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงาน แบ่งเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเกี่ยวกับตัวงาน ด้านบทบาทภายในองค์กร ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ ด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน โดยสามารถอภิปรายผลดังต่อไปนี้

ด้านเกี่ยวกับตัวงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จากการศึกษาพบว่า งานที่ได้รับมอบหมายมีความท้าทายและน่าสนใจช่วยได้เรียนรู้และเพิ่มประสบการณ์มากขึ้น โดยงานที่ปฏิบัตินั้น มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถและให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอย่างสมเกียรติสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร อมรวิมานกุล (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้น บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ลักษณะงานที่ทำภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา กสนร (2559) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พบว่า ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายมีความท้าทายและน่าสนใจ ลักษณะงานมีความเหมาะสม ตรงกับความถนัด ความรู้ความสามารถ และปริมาณงานเหมาะสมกับตำแหน่ง

ด้านบทบาทภายในองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จากการศึกษาพบว่า บุคลากรที่เพิ่งสำเร็จการศึกษาเพิ่งเริ่มต้นการทำงานในอาชีพทำให้บทบาทภายในองค์กรยังไม่เป็นที่ยอมรับจากผู้บังคับบัญชา ซึ่งบทบาทน้อยกว่าผู้ที่มีอายุงานมากกว่า โดยสังเกตจากอายุและรายได้ของบุคลากรที่มีความเครียดสูงกว่านั้นแสดงถึง

ประสบการณ์ทำงานสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา จันทรเสถียร (2559) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานราชการ สถาบันสุขภาพสัตว์แห่งชาติ พบว่า

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบในงานภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีความเครียดในการทำงานด้านความสัมพันธ์ในที่ทำงาน มากกว่าบุคลากรที่มีอายุมากกว่า เนื่องจากอายุอาจจะน้อยกว่า เพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาจึงทำให้เกิดอาการเกร็งในการใช้ชีวิตในที่ทำงานร่วมกับผู้ที่มีอายุมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิจิตตรา ปานดี (2558) ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอไทรงาม จังหวัดกำแพงเพชร ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการวางแผนและพัฒนาอาชีพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จากการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีความเครียดในการทำงาน น้อยกว่าบุคลากรที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันออกไป เนื่องจากเป็นบุคลากรใหม่จึงต้องการเรียนรู้งานให้เกิดทักษะและความชำนาญในสายอาชีพตนเอง โดยการเข้าฝึกอบรม/สัมมนาหรือทำกิจกรรม เพื่อประเมินความรู้ ความสามารถเสียก่อนเพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์ เพื่อเข้าสู่ตำแหน่งต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา กิตติอร่ามพงศ์, ชัยสิทธิ์ ทองบริสุทธิ์ และณัฐวุฒิ โรจน์นิตติกุล (2555) ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของตัวแทนประกันชีวิตบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชันแนล แอสซัวร์นส์ จำกัด ในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า มีความเครียดในการทำงานเนื่องจาก โครงสร้างและบรรยากาศภายในองค์กรนั้นมีรูปแบบมาจากกลุ่มคนแต่กลุ่มที่สังกัดอยู่ในองค์กรโดยมีวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างกันออกไปเมื่ออยู่ร่วมกันจึงเกิดเป็นพฤติกรรมองค์กรที่เหนียวแน่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร อมรวิธานรกุล (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้น บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าเมื่อเห็นเพื่อนร่วมงานที่ไม่ชอบจะเกิดความไม่พอใจ แต่เมื่อประสบปัญหาเพื่อนร่วมงานจะให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ให้ความร่วมมือแก้วัฒนธรรมองค์กรเป็นอย่างดีสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งโรจน์ ชาญมานิต (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของฝ่ายบริการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคกลาง) จังหวัดชลบุรี พบว่า พนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานมีความรู้สึกว่าเป็นเพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน ยอมรับฟังความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงาน มีกิจกรรมที่จัดภายในหน่วยงานได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จากการศึกษาพบว่า เนื่องจาก ครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย จึงทำให้คนไทยทุกคนล้วนให้ความสำคัญให้เวลากับครอบครัวมากในการทำงานงานก็อาจจะล่วงเลยเวลาในการใช้ชีวิตร่วมกันกับครอบครัวบ้าง เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิบตำรวจหญิงจรสศรี จิระประวัติตระกูล (2557) ได้ทำการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดของข้าราชการตำรวจ สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 7 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต ได้แก่ ปัญหาสุขภาพตัวเอง ปัญหาเรื่องสุขภาพของสมาชิกในครอบครัว ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในครอบครัว ปัญหาเรื่องหนี้สินที่ต้องรับผิดชอบ ปัญหาเรื่องไม่มีเวลาให้กับครอบครัวเท่าที่ควร

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ในหน่วยงานกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีนำไปปรับปรุงแก้ไขระเบียบระเบียบภายในองค์กร
2. สามารถนำผลการวิจัยที่ได้มา นำไปใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นให้แก่ผู้บริหารองค์กร เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข หรือลดปัญหาความเครียด ที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากรกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์บุคลากรที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก
2. ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความเครียดในการทำงาน เช่น ทัศนคติ พฤติกรรมองค์กร เป็นต้น เพื่อให้ครอบคลุมปัญหาในวงกว้าง
3. ควรทำการเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นๆ เพื่อสามารถนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบแผนในการพัฒนาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
4. นอกจากปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยควรควรศึกษาแนวคิดอื่นๆ เพื่อที่จะกำหนดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรมีการจัดระบบออกแบบแผนการดำเนินงานหรือพัฒนารูปแบบงานให้แก่บุคลากร ซึ่งจะส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ควรสร้างเสริมให้บุคลากรให้มีบทบาทหน้าที่ ที่ต้องรับผิดชอบในการดำเนินงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อเพิ่มความรับผิดชอบและความเป็นผู้นำให้แก่บุคลากรให้มีความเหมาะสม
3. ควรจะมีการจัดกิจกรรมสนทนาร่วมกันในโอกาสต่างๆ เพื่อที่จะได้มีโอกาสได้พบปะกันระหว่างผู้บังคับบัญชาและบุคลากรที่ทำงานร่วมกันเพื่อสร้างความสามัคคีในการทำงานอีกด้วย
4. ควรจัดอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรให้เกิดความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างเป็นรูปธรรมและสามารถประเมินผลของบุคลากรได้ โดยการกำหนดดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการดำเนินงาน เป็นการแก้ไขปัญหาย่างเป็นระบบเพื่อสามารถพัฒนาบุคลากรภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ควรศึกษาโดยการสัมภาษณ์กับบุคลากรที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำงานเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก
2. ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความเครียดในการทำงาน เช่น ทัศนคติ พฤติกรรมองค์กร เป็นต้น เพื่อให้เกิดการครอบคลุมปัญหาในวงกว้าง
3. ควรทำการเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นๆ เพื่อสามารถนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบแผนในการพัฒนาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จรัสศรี จิระประวัติตระกูล (สืบตำรวจเอกหญิง). (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดของข้าราชการตำรวจสังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 7**. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารรัฐกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิตยา จันทรเสถียร. (2559). **แรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานราชการ สถาบันสัตว์แห่งชาติ**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2556). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: วี.พริ้น (1991).
- ปวีณา กสนรณ. (2559). **แรงงูใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- พนิดา กิตติอ่วมพงศ์; ชัยสิทธิ์ ทองบริสทธิ์; และณัฐวดี โรจนันิรุตติกุล. (2555). **ความผูกพันต่อองค์การของตัวแทนประกันชีวิตบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชันแนล แอสซัวรันส์ จำกัด ในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.
- รุ่งโรจน์ ชาญมานิต. (2553). **แรงงูใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายบริการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคกลาง) จังหวัดชลบุรี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- วิจิตตรา ปานดี. (2558). **ความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการสำนักงานเลขานุการ สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- แววสุดา ดวงมณี. (2550). **ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเผชิญความเครียด ความเครียดทั่วไปและความเครียดในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ: กรณีศึกษาเฉพาะธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาพร อมรวิวานกุล. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง
- อภิชัย มงคล; และคณะ. (2552). **การพัฒนาและทดสอบดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตคนไทย**. นนทบุรี: กรมสุขภาพจิต.
- Cartwright, Susan; & Cooper, Cary L. (1997). **Managing Workplace Stress**. London New Delhi: SAGE Publications.

NBUS018: ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร THE MARKETING-MIX FACTORS INFLUENCING THE DECISION-MAKING IN PURCHASING THE FRESH SEAFOOD IN BANGKOK

ชนม์ภัสสณต์ อภิเศกตกานต์¹

¹ นักศึกษาด้านการจัดการทั่วไปมหาวิทยาลัยเกริก

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลสดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้ออาหารทะเลสดที่พักราคาหรือทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ค่า t-test และ F test (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ ด้านอาหารทะเลสด รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้าย คือ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากตามลำดับ 2) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลสดประเภทกุ้งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 500 บาท โดยซื้อเฉลี่ยต่อเดือน 3-4 ครั้ง ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อคือความสดใหม่ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ ตัวเอง มีเหตุผลหรือโอกาสในการเลือกซื้อเพื่อรับประทานกับครอบครัว และส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลสดที่ตลาด

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมการตลาด การตัดสินใจซื้อ อาหารทะเลสด

Abstract

The objectives of this research were to 1) analyze the marketing-mix factors influencing the decision-making in purchasing fresh seafood in Bangkok, 2) analyze the marketing-mix factors

influencing the decision-making in purchasing the fresh seafood in Bangkok, classifying according to their personal background, and 3) analyze the customer behavior in decision making to purchase fresh seafood in Bangkok. Four hundred fresh seafood consumers who live or used to buy fresh seafood in Bangkok were the samples for this research and sampling by Convenience Sampling. The questionnaire was the research tool. The data received were analyzed by descriptive statistics; these were frequency, percentage, and Standard Deviation, and inferential statistics which included t-test, and F test (one-way ANOVA), if the difference with pair-wise comparisons at .05 were found, the Least Significant Difference (LSD) were used to determine the difference.

The results were 1) the majority of the respondents considered marketing-mix factors influencing their overall decision-making in purchasing fresh seafood at high level. When considering at each factor, the majority of the respondents stated that the factor of seafood freshness was the most influence. Next on down from the highest frequency to the lowest were: physical characteristic presentation, service, personnel, price, marketing promotion and the lowest were place and channel of distribution, respectively. The above mentioned factors were also found at high level. 2) The results of the hypothetical testing revealed that the respondents who were from different occupation had different marketing-mix factors influencing their decision-making at statistical significance of .05. On the other hand, the respondents who were from different gender, age group, educational background and average monthly income had no different marketing-mix factors influencing their decision-making at statistical significance of .05, and 3) In terms of the respondents' behavior, it was found that as for the type of fresh seafood, the majority of the respondents bought prawn at the highest level. They spent not more than 500 baht per purchase, and the frequency of their purchasing was 3-4 times per month. The major factor of their decision in purchasing the seafood was the freshness of the product. The persons who had the most influence in their decision-making were the respondents themselves. The reason for their purchasing was for the family cooking and eating. In addition, as for the channel of purchasing, the majority of the respondents went to the market to purchase the fresh seafood.

Keywords: Marketing-Mix Factors; Decision-Making for Buying; Fresh Seafood

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหาร คือ สิ่งที่ทานเข้าไปแล้วสามารถให้ประโยชน์แก่ร่างกาย ใช้ในการเจริญเติบโต สร้างพลังงาน และสารที่จำเป็นในการทำงานของร่างกาย และยังช่วยซ่อมแซมเนื้อเยื่อของร่างกายในส่วนที่สึกหรบ อาหารยังเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่ประกอบไปด้วย อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ซึ่งปัจจัยสี่เหล่านี้มีความสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนเราและยังถือเป็นอีกหนึ่งเรื่องที่สำคัญสำหรับหลายคนอีกด้วย อาหารทะเลหรือคำว่า “ซีฟู้ด” เป็นศัพท์บัญญัติในสมัยศตวรรษที่ 19 ในอเมริกา หมายถึง สัตว์ที่นำมาจากทะเลที่สามารถทานได้ อาทิเช่น ปลา กุ้ง หอย ปู เป็นต้น

ปัจจุบันการบริโภคอาหารทะเลในคนไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ดูได้จากเทรนด์การทานอาหารซีฟู้ดสไตล์ต่างชาติที่เข้ามาเปิดในประเทศไทย เอาใจคนรักซีฟู้ดและชอบความแปลกใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอยู่ในขณะนี้ เช่น กุ้งกัง หรือการกินอาหารทะเลด้วยการใช้มือถือบิสเตอร์และหอยนางรมและซีฟู้ดปิ้งย่างเป็นต้น ตามที่ได้กล่าวมา ทำให้การบริโภคอาหารทะเลของคนไทยมีจำนวนมากขึ้น ความต้องการอาหารทะเลสดจึงมีมากขึ้นตามไปด้วยดูได้จากสถิติปริมาณสินค้าสัตว์น้ำผ่านสะพานปลากรุงเทพที่จำหน่ายโดยแพปลาทะเล ปี พ.ศ. 2557-2559 ที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น

สถิติปริมาณสินค้าสัตว์น้ำผ่านสะพานปลากรุงเทพ พ.ศ. 2550 - 2559

Quantities of fresh fish traded at Bangkok Fish Market, 2007 - 2016

หน่วย (UNIT) : เมตริกตัน (METRIC TONS)

ปี YEAR	ปริมาณสัตว์น้ำประมูล Auctioned fish			ปริมาณสัตว์น้ำไม่ประมูล Non Auctioned fish			รวมทั้งสิ้น Total
	จำหน่ายโดย แพปลาทะเล Fish Agents	จำหน่ายโดย แพปลาน้ำจืด Fish Agents	รวม Sub-Total	สัตว์น้ำทะเลสด Fresh Marine fish	สัตว์น้ำจืดสด Fresh Water fish	รวม Sub-Total	
2557 (2014)	13,619	6,955	20,574	1,597	356	1,953	22,527
2558 (2015)	13,989	5,981	19,970	1,374	304	1,678	21,648
2559 (2016)	14,228	5,031	19,259	847	255	1,102	20,361

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญและมีความสนใจศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และอัตราการเติบโตของธุรกิจจำหน่ายอาหารทะเลสด จึงเป็นที่มาของการค้นคว้าวิจัยอิสระในครั้งนี้ (http://fishmarket.co.th/index.php?option=com_content&view=category&id=44)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารทะเลสดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

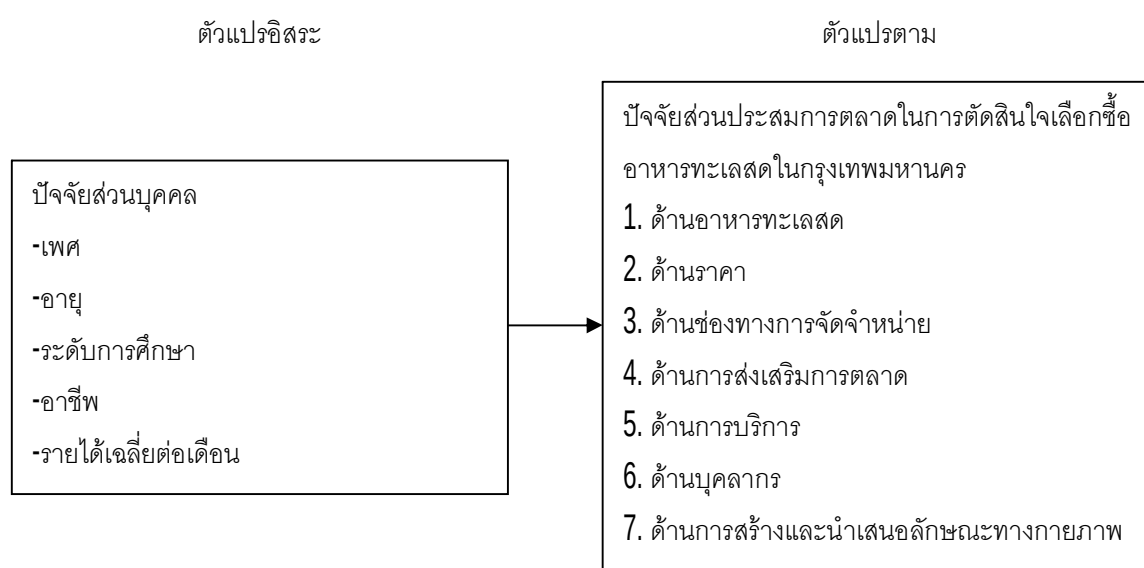
สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

กรอบแนวคิด

จากการศึกษาแนวคิดทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลพื้นฐานสามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยโดยผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดของ Phillip Kotler อ้างใน อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2552) กล่าวถึง แนวคิดส่วนประสมการตลาดว่า เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (7P's) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์(Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การบริการ (Process) บุคลากร (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรที่ใช้ประกอบในการวิจัย ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาทำการศึกษารื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยกันทั้งหมด 7 ด้าน ดังนี้

- 1.1 ด้านอาหารทะเลสด
- 1.2 ด้านราคา
- 1.3 ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย
- 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 1.5 ด้านการบริการ
- 1.6 ด้านบุคลากร
- 1.7 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่เลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้ออาหารทะเลสดที่พักรอหรือทำงานในกรุงเทพมหานคร

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย ทำการศึกษาระหว่างเดือน ตุลาคม 2560 จนถึง มกราคม 2561

4.1 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้ออาหารทะเลสดที่พักรอหรือทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

4.2 ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก(Convenience Sampling) จากผู้บริโภคที่ซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานครซึ่งมีจำนวนมากและไม่สามารถระบุจำนวนที่ชัดเจนได้ ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรโดยเลือกมาจากเขตที่ผู้วิจัยมีความสะดวกในการเก็บแบบสอบถามได้ ทั้งหมด 8 เขต เขตละ 50 คน ดังนี้ 1) สายไหม 2) บางเขน 3) บางแค 4) ดอนเมือง 5) จตุจักร 6) มีนบุรี 7) คลองเตย และ 8) สัมพันธวงศ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องแรงจูงใจและความต้องการ เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและได้กำหนดเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน คือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปจำนวน 5 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลสดในเขต กทม. (6W1H) ส่วนที่ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับจำนวน 35 ข้อ ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านอาหารทะเลสด ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยมีลำดับขั้นการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้ศึกษาวิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบ แบบสอบถามแต่ละฉบับ

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า แยกแบบสอบถามให้เป็นหมวดหมู่ ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3. การประมวลผลข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้บริโภคนั้นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร

ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ด้านอาหารทะเลสด รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้าย คือ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากตามลำดับสรุปได้ดังนี้

ด้านอาหารทะเลสด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ด้านอาหารทะเลสด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายข้อ คือ อาหารทะเลสดมีความสดใหม่ รองลงมาคือ อาหารทะเลสด มีความอร่อย ถัดมาอาหารทะเลสดมีความสะอาด ส่วนอาหารทะเลสด มีความหลากหลาย และอันดับสุดท้าย คือ อาหารทะเลสดมีคุณค่าทางโภชนาการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายข้อ คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีให้เลือกในระดับราคาขาย ตามคุณภาพสินค้า ถัดมามีป้ายราคาที่เห็นได้ชัดสามารถต่อรองราคาได้ และอันดับสุดท้าย คือ ลดราคาตามเทศกาลตามลำดับ

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายข้อ คือ สถานที่จัดจำหน่ายสามารถเดินทางได้สะดวก รองลงมาคือ การจัดวางมีความเหมาะสมสะดวกต่อการเลือกซื้อ ถัดมามีความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่าย มีตัวแทนจำหน่ายหลายสาขา และอันดับสุดท้าย คือ สามารถสั่งซื้อ online อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้

เมื่อพิจารณารายข้อ คือ การมีสินค้าจำหน่ายในช่วงเทศกาลต่างๆ รองลงมาคือ มีการให้ส่วนลดสินค้าเมื่อซื้อในปริมาณมาก ถัดมาเมื่อสินค้ามีปัญหาสามารถนำมาเปลี่ยนได้เมื่อซื้อครบยอดจะมีของสมนาคุณแถมลูกค้า และอันดับสุดท้าย คือ มีบริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตตามลำดับ

ด้านการบริการ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ด้านบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายข้อ คือ ความถูกต้องและความรวดเร็วในการชำระเงิน รองลงมาคือ อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ใช้บริการมีมาตรฐานการบริหารจัดการร้านอย่างเป็นระบบและมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาทันทีเมื่อเกิดความผิดพลาด และอันดับสุดท้าย คือ ความรวดเร็วในการให้บริการตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายข้อ คือ การให้บริการของพนักงาน รองลงมาคือ ความมีอัธยาศัยไมตรีของพนักงาน พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับอาหารทะเลสดได้ มีความใส่ใจและกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน และอันดับสุดท้าย คือ ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงานตามลำดับ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ บรรยากาศโดยรวมภายในร้าน รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่ายการจัดสินค้า มีความเหมาะสมสะดวกในการเลือกซื้อและมีภาพลักษณ์ของร้านที่ดี และอันดับสุดท้าย คือ ความกว้างของพื้นที่ภายในร้าน อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 5 พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลสดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลสดประเภทกุ้ง มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 500 บาท โดยซื้อเฉลี่ยต่อเดือน 3-4 ครั้ง ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อ คือ ความสดใหม่ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก คือ ตัวเอง มีเหตุผลหรือโอกาสในการเลือกซื้อ เพราะทานกับครอบครัว และช่องทางการซื้ออาหารทะเลสดที่ตลาด

อภิปรายผล

จากสรุปผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ด้านอาหารทะเลสด รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้าย คือ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากตามลำดับ

ด้านอาหารทะเลสด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทนา สังวรโยธิน (2556) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลกระป๋องของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลกระป๋องของผู้บริโภคจะให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนรี ชูถม (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ (คลีนฟู้ดส์) ของผู้บริโภคในเขตนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาของกลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ด้านความสะอาดมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Services Marketing Mix-7Ps) ของ อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2552) กล่าวถึง ผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่นำเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นการสร้างบริการเพื่อให้บริการที่ทรงคุณค่า ผู้ประกอบการต้องปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นด้วยซึ่งทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ อาหารทะเลสดต้องมีความสดใหม่ มีคุณค่าทางโภชนาการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร แก้วจันทร์มา (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อและเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลแช่แข็งของผู้ประกอบการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านราคาอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุบล ชื่นสำราญ (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคอาหารแช่แข็งประเภทอาหารสำเร็จรูปในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด การแจกเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิศา ภู่วิจิตรวรารณ (2559) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสม

การตลาดด้านราคาอยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Services Marketing Mix -7Ps) ของ อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2552) กล่าวถึง ราคา (Price) เป็นต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีตั้งราคาอาหารทะเลสดที่เหมาะสมกับคุณภาพมีป้ายราคาที่เห็นได้ชัดอาหารทะเลสดมีให้เลือกในระดับราคาขายตามคุณภาพสินค้า และอาจจะมีการลดราคาตามเทศกาลเพื่อสร้างความสนใจให้กับลูกค้า

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร แก้วจันทร์มา (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อและเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลแช่แข็งของผู้ประกอบการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมพร บุญธรรม (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคย่านรัชพล เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิศา ภูจิตรวรารักษ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมการตลาด ด้านราคาอยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมพร บุญธรรม (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคย่านรัชพล เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุบล ชื่นสำราญ (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคอาหารแช่แข็งประเภทอาหารสำเร็จรูปในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด การแจกเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรุตม์ ประไพศักดิ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก

ด้านการบริการ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พันธุ์ทิพย์ ดีประเสริฐดำรง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าร้าน LOFT ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านการบริการอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิลเนตร ภิญโญสิริพันธ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของฝากจากร้านสุเมธอาหารทะเลแห่งในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อของฝากจากร้านสุเมธอาหารทะเลแห่ง ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดาพร ธรรมวิริยานนท์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและการใช้บัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้า ณ ศูนย์กระจายสินค้าบริษัทผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจำกัด ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และปริมาณผล ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญของบัณฑิตส่วนประสมต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านบุคคลหรือพนักงานผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พันธุ์ทิพย์ ดีประเสริฐดำรง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าร้าน LOFT ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาของกลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิลเนตร ภิญญศิริพันธุ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่องบัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของฝากจากร้านสุเมธอาหารทะเลแห้งในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อของฝากจากร้านสุเมธอาหารทะเลแห้ง ด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดาพร ธรรมวิริยานนท์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและการใช้บัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้า ณ ศูนย์กระจายสินค้าบริษัทผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจำกัด ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และปริมาณผล ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญของบัณฑิตส่วนประสมต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนรี ชูถม (2559) ได้ศึกษาเรื่อง บัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ (คลีนฟู้ดส์) ของผู้บริโภคในเขตนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาของกลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการสร้างการนำเสนอ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในร้านสะอาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกันและสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิลเนตร ภิญญศิริพันธุ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่องบัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของฝากจากร้านสุเมธอาหารทะเลแห้งในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อของฝากจากร้านสุเมธอาหารทะเลแห้ง ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงพัฒนา ดังนี้

1. ควรจำหน่ายอาหารทะเลสดที่มีความสดใหม่ สะอาด หลากหลาย เพื่อให้สอดคล้องกับบัณฑิตส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสด
2. ควรจัดตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมีป้ายราคาที่เห็นได้ชัดมีให้เลือกระดับราคาขายตามคุณภาพสินค้าลูกค้าสามารถต่อรองราคาได้ และจัดให้มีโปรโมชั่นลดราคาตามเทศกาล
3. ควรอยู่ในที่ที่ลูกค้าสะดวกในการเดินทาง ควรจัดสถานที่ให้มีความเหมาะสมสะดวกต่อการเลือกซื้อเพิ่มช่องทางความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่ายเช่น มีตัวแทนจำหน่ายหลายสาขาหรือ สามารถสั่งซื้อ online ได้เพื่อความรวดเร็ว สะดวกสบายในการใช้บริการสั่งซื้อสินค้า

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดควรเพิ่มจำนวนอาหารทะเลสดให้มากขึ้น สำหรับการจำหน่ายในช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีมากขึ้น ควรมีการจัดโปรโมชั่นให้ส่วนลดสินค้าเมื่อซื้อในปริมาณมากเมื่อซื้อครบยอดจะมีของสมนาคุณแก่ลูกค้าและบริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต และเมื่อสินค้ามีปัญหาลูกค้าสามารถนำมาเปลี่ยนได้

5. ด้านการบริการควรมีมาตรฐานการบริหารจัดการร้านอย่างเป็นระบบ เพื่อความถูกต้องและความรวดเร็วในการชำระเงินและการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ใช้บริการรวมถึงมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาทันทีเมื่อเกิดความผิดพลาดเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจแล้วกลับมาใช้บริการอีก

6. ด้านบุคลากรควรมีการจัดอบรมให้พนักงานในด้านการให้บริการ และให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับอาหารทะเลสดได้ด้านการให้บริการของพนักงานมีความใส่ใจและกระตือรือร้นในการให้บริการและมีความมีอัธยาศัยไมตรีของพนักงาน รวมถึงความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงานเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพควรสร้างบรรยากาศโดยรวมภายในร้านให้ดึงดูดต่อผู้บริโภคในการซื้ออาหารทะเลสด ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย จัดสินค้ามีความเหมาะสมสะดวกในการเลือกซื้อ ความกว้างของพื้นที่ภายในร้านอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของร้านที่ดี

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยขอเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลของการวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร จึงควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพิ่มเติมควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ที่จะทำให้สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตอื่นๆ และในต่างจังหวัด เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภค เพื่อที่จะเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลในเขตพื้นที่แตกต่างกัน

3. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเพิ่มเติม เช่น แรงจูงใจ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาขยายฐานลูกค้าให้กว้างยิ่งขึ้น ตรงกับความต้องการที่แท้จริงยิ่งขึ้น และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

กรชนิศา ภูวิจิตรวรารมณ (2559). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็ง. เชียงใหม่: วารสารบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
ข้อมูลสถิติปริมาณสินค้าสัตว์น้ำผ่านสะพานปลากรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550-2559. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2560, จาก http://fishmarket.co.th/index.php?option=com_content&view=category&id=44. หน้า 12.

- จันทนา สังวรโยธิน (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลกระป๋องของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ณัฐนรี ชูถม (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ (คลีนฟู้ดส์) ของผู้บริโภคในเขตนครมอตะนกร จังหวัดชลบุรี. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิลเนตร ภิญญศิริพันธ์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของฝากจากร้านสุเมธอาหารทะเลแห่งในเขตอำเภอบ้านบึงจังหวัดชลบุรี. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พันธุ์ทิพย์ ดีประเสริฐดำรง. (2559). ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าร้าน LOFT ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรุตม์ ประไพพัตร์. (2556). ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริพร แก้วจันทร์มา. (2555). พฤติกรรมการเลือกซื้อและเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลแช่แข็งของผู้ประกอบการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ศิววรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- _____. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สุดาพร ธรรมวิริยานนท์. (2554). พฤติกรรมและการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้า ศูนย์กระจายสินค้าบริษัทผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจำกัด ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- อุบล ชื่นสำราญ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคอาหารแช่แข็งประเภทอาหารสำเร็จรูปในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- อุมาพร บุญธรรม. (2559). การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคย่านวัชรพล เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- Kotler, Philip; & Keller, Kevin Lane. (2012). Marketing Management. 12th ed., Edinburgh Gate: Pearson Education Limited

S019: จรรยาบรรณ และทักษะทางวิชาชีพ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี ในจังหวัดนนทบุรี

PROFESSIONAL ETHICS AND SKILLS AFFECTING THE EFFICIENT PERFORMANCE OF ACCOUNTANTS IN NONGTHABURI PROVINCE

ศุภานัน ศรีวิราช¹ รองศาสตราจารย์สุภา สุธาทิเกียรติ²

¹ นักศึกษา สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยนนทบุรี

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาจรรยาบรรณ ทักษะทางวิชาชีพ และประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี และ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณ และทักษะทางวิชาชีพบัญชี กับประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี ในจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ทำบัญชี ที่ปฏิบัติงานในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 384 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน

ผลการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์การทำงานอยู่ระหว่าง 6 - 10 ปี จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน โดยจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ความสามารถมีความสัมพันธ์ทางบวก กับประสิทธิภาพในการทำงาน อยู่ในระดับสูงมาก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.827 รองลงมาเป็น ด้านความโปร่งใส ด้านความเที่ยงธรรม และด้านการรักษาความลับ ความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.610 , 0.556 และ 0.667 ตามลำดับ ส่วนด้านทักษะทางวิชาชีพบัญชีทุกด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับสูงมากกับ ประสิทธิภาพในการทำงาน โดยพบว่าด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยสัมประสิทธิ์เพียร์สัน เท่ากับ 0.868

คำสำคัญ: จรรยาบรรณ, ทักษะทางวิชาชีพ, ประสิทธิภาพในการทำงาน

Abstract

The objectives of this research were: (1) to study the professional ethics, professional skills, and the efficient working performance of accountants, and (2) to study the relationship between professional ethics and professional skills together with efficient working performance of accountants in Nonthaburi Province. The research samples were composed of 384 accountants who were working in the above-mentioned province. The research data was analyzed using statistical software packages which included percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, and standard regression coefficient.

The findings of the research revealed that most of the respondents were women aged between 25 – 35, whose marital status were singles; their educational attainment was undergraduate, and with years of working experience between 6 – 10 years; the accounting ethics had relationship with efficient working performance; knowledge can have a positive relation with efficient working performance at a very high level according to Pearson correlation coefficient which was equal to 0.827. Secondly, the transparency, neutrality, and confidentiality aspects had a positive relation according to Pearson correlation coefficient which is equal to 0.610, 0.556, and 0.667 respectively. Thirdly, there was a high level of positive relationship in terms of accounting professional skills and efficient working performance. Fourthly, it was also found that the interpersonal and communication skills had a relationship with efficient working performance at the highest level according to Pearson correlation coefficient which was 0.868 with professional ethics, professional skills, and efficient working performance respectively.

Keywords: Professional Ethics , Professional Skills , Performance of Accountants

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันผู้บริหาร และผู้ประกอบการ ต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทั้งทางด้านการบริหารงาน และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงเทคนิคและแนวคิดต่าง ๆ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม จึงทำให้มีการแข่งขันกันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน ผู้บริหารจำเป็นต้องใช้ข้อมูลทางการบัญชี มาช่วยในการตัดสินใจ และเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ข้อมูลทางการบัญชีที่ปรากฏในรูปของงบการเงิน ต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง และเชื่อถือได้ เพราะถ้ามีข้อมูลที่บิดเบือน หรือไม่ถูกต้อง ผู้บริหาร อาจจะตัดสินใจผิดพลาดได้ (ณภัทรวิญญู ไชยสุราช, 2558: 1418-1419)

ในอดีตมีเหตุการณ์ที่เกิดจากความไม่โปร่งใสและขาดจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี มีหลายบริษัทที่เกิดการล้มละลาย เนื่องจากนักวิชาชีพบัญชีขาดจรรยาบรรณ ทำให้เกิดความเสียหายและมีผลเสียต่อเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ดังตัวอย่างเช่น กรณีของบริษัท Enron, บริษัท Sunbeam, บริษัท World com จากการล้มละลายของบริษัทขนาดใหญ่นี้ได้ปรากฏออกมาให้เห็นถึงความไม่โปร่งใสในงบการเงินของบริษัท การตกแต่งงบการเงิน เพื่อให้ราคาหุ้นของบริษัทเพิ่มสูงขึ้น เพื่อสร้างความมั่งคั่งให้กับฝ่ายบริหาร และบริษัทในประเทศไทย ก็มีปัญหาในการตกแต่งงบการเงินด้วยเช่นกัน เช่น บริษัท สิงห์ พาราเทค จำกัด (มหาชน), บริษัท ปิคนิค คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), บริษัท เพาเวอร์ – พี จำกัด (มหาชน) ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัญหาที่เกิดขึ้น มีผลมาจากการขาดจรรยาบรรณ ทั้งฝ่ายบริหาร ผู้ตรวจสอบบัญชี และผู้ทำบัญชี (ฐิตาภรณ์ สินจรรย์ศักดิ์, 2556) ในปัจจุบันทุกหน่วยงานจึงให้ความสำคัญกับจรรยาบรรณเป็นอันดับแรกๆ

นอกจากจรรยาบรรณแล้ว ทักษะทางวิชาชีพบัญชีก็มีความสำคัญตั้งแต่จุดเริ่มต้น คือ ตั้งแต่การผลิตผู้ทำบัญชีที่ดีหรือนักวิชาชีพบัญชีที่ดี มีคุณภาพ มีมาตรฐานสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ในปัจจุบันสภาวิชาชีพบัญชี (FAP) มีการปรับเลขมาตรฐานบัญชีให้สอดคล้องและนำมาตราฐานรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ (International Financial Reporting Standard - IFRS) มาใช้อย่างเต็มรูปแบบพร้อมทั้งจัดทำแนวทางการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี เพื่อความพร้อมต่อการปฏิบัติตามข้อกำหนดของมาตรฐานการบัญชีฉบับใหม่ (สภาวิชาชีพบัญชีไทย, 2555) ซึ่งการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทางด้านวิชาชีพบัญชีมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการวิชาชีพ

บัญชีจะต้องพัฒนาทักษะทางด้านวิชาชีพให้มีความพร้อมซึ่งมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี (International Education Standards for Professional Accountants : IES) มีจำนวน 8 ฉบับ ซึ่งฉบับที่ 3 เกี่ยวข้องกับเรื่องทักษะวิชาชีพ กำหนดไว้ว่าทักษะทางวิชาชีพ แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและ หน้าที่งาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการสื่อสาร และทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ (สภาวิชาชีพบัญชี, 2556) ซึ่งเมื่อผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีพื้นฐานทักษะทางวิชาชีพดังกล่าว จะส่งผลให้การปฏิบัติงานในสาขาวิชาชีพบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่อง จรรยาบรรณ และทักษะทางวิชาชีพ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี ในจังหวัดนนทบุรี เพราะจังหวัดนนทบุรี มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง การวิจัยในครั้งนี้ยังเป็นแนวทางในการวางแผนของหน่วยงานทางการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน รวมถึงผู้บริหารในสถานประกอบการด้วย เพื่อใช้ในการเสริมสร้างความรู้ และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาจรรยาบรรณ ทักษะทางวิชาชีพ และประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชีในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี และทักษะทางวิชาชีพบัญชี กับประสิทธิภาพการทำงานของผู้ทำบัญชี ในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานในการวิจัย

1. จรรยาบรรณ และทักษะทางวิชาชีพ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี ในจังหวัดนนทบุรี แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. จรรยาบรรณ และทักษะทางวิชาชีพ มีความสัมพันธ์ และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี ในจังหวัดนนทบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้บริหารและเจ้าของธุรกิจ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงในเรื่องของหลักจรรยาบรรณ เพื่อให้เป็นองค์กรที่มีการกำกับดูแลที่ดี ซึ่งจะส่งผลเป็นประโยชน์ต่อสังคม และประเทศชาติโดยรวม
2. ผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าในเรื่องจรรยาบรรณ และทักษะทางวิชาชีพบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี สามารถนำผลการวิจัยมาใช้ในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ความมุ่งมั่น ในการขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวสู่ความเป็นเลิศ

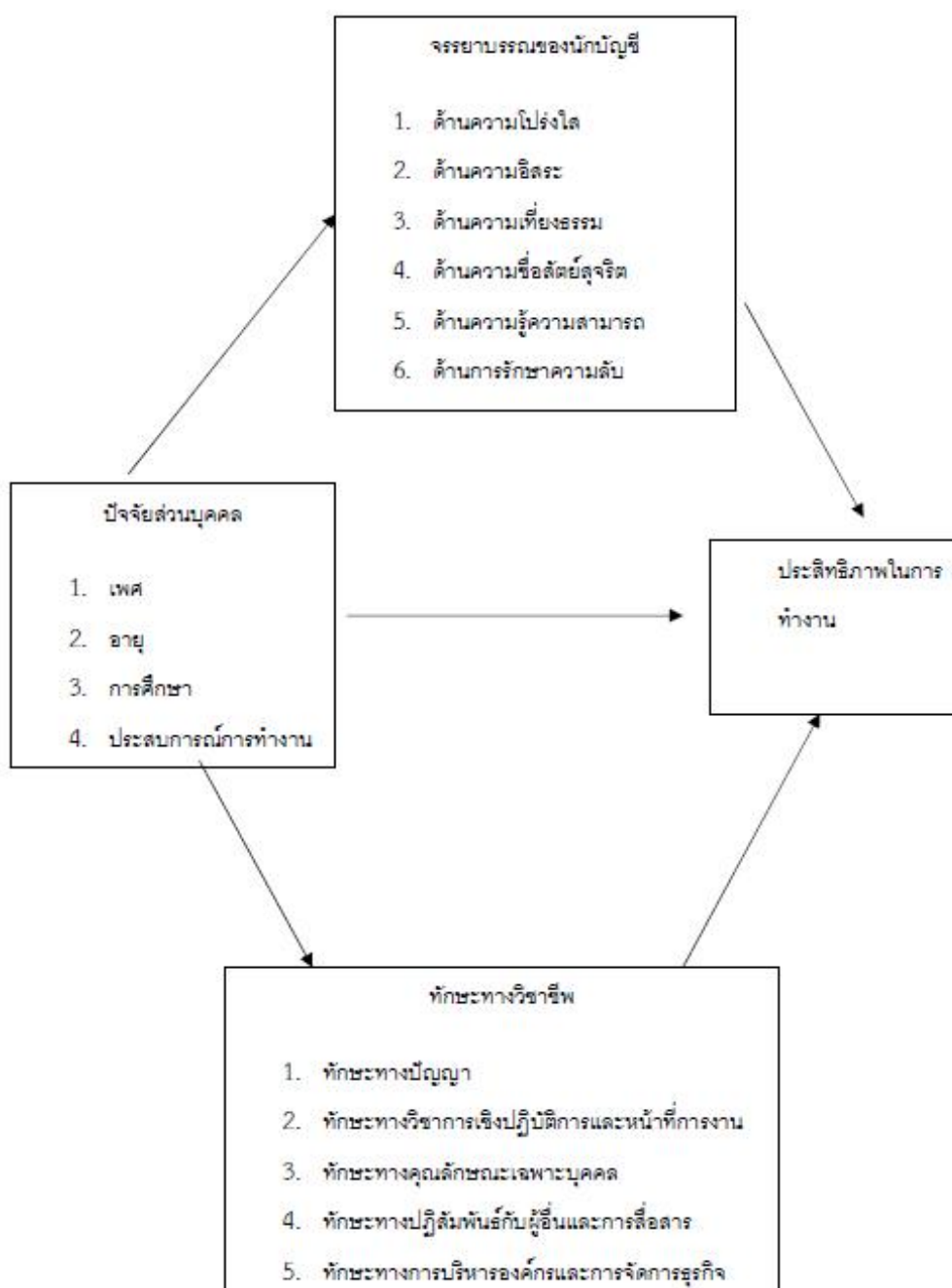
การวิจัยเรื่อง “จรรยาบรรณ และทักษะวิชาชีพบัญชี ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี ในเขตจังหวัดนนทบุรี” ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาตามแนวคิด และทฤษฎีต่าง ๆ โดยได้กำหนดกรอบแนวคิด ดังต่อไปนี้

1. จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี โดยประยุกต์จากแนวคิดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ตามพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ.2547 มาตรา 47 ได้แก่ ด้านความโปร่งใส ด้านความเป็นอิสระ ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ความสามารถ ด้านการรักษาความลับ

2. ทักษะทางวิชาชีพ คณะกรรมการวิชาชีพบัญชีด้านการศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชีสภาวิชาชีพบัญชี, 2550 มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี (International Education Standards for Professional Accountants : IES) ฉบับที่ 3 เรื่องทักษะทางวิชาชีพบัญชีต้องมีทักษะ 5 ด้าน ได้แก่ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติการแลหน้าที่การงาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารและ ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ

3. ประสิทธิภาพการทำงาน (ประชุม รอดประเสริฐ. 2545: 332 – 333)

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรในการศึกษา ได้แก่ ผู้ทำบัญชีที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการ จังหวัดนนทบุรี
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ผู้ทำบัญชีที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการจังหวัดนนทบุรี จำนวน 384 คน
คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธี ของคอคแรน (Cochran , 1977 อ้างใน ธีรฤดี เอกะกุล , 2543) ซึ่งได้กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ได้จำนวน 384 คน

3. ตัวแปรในการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- 3.1.1 เพศ
- 3.1.2 อายุ
- 3.1.3 สถานภาพ
- 3.1.4 ระดับการศึกษา
- 3.1.5 ประสบการณ์ในการทำงาน

3.2 ตัวแปรตาม แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

3.2.1 จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี มี 6 ด้าน ได้แก่

- 3.2.1.1 ด้านความโปร่งใส
- 3.2.1.2 ด้านความเป็นอิสระ
- 3.2.1.3 ด้านความเที่ยงธรรม
- 3.2.1.4 ด้านความซื่อสัตย์สุจริต
- 3.2.1.5 ด้านความรู้ความสามารถ
- 3.2.1.6 ด้านการรักษาความลับ

3.2.2 ทักษะวิชาชีพบัญชี มี 5 ด้าน ได้แก่

- 3.2.2.1 ทักษะทางปัญญา
- 3.2.2.2 ทักษะวิชาการเชิงปฏิบัติการและหน้าที่การงาน
- 3.2.2.3 ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล
- 3.2.2.4 ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร
- 3.2.2.5 ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ

3.2.3 ประสิทธิภาพในการทำงาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยอาศัยแนวทางที่ได้ศึกษาจากทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน คำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list) แบบให้เลือกตอบจากคำตอบที่กำหนดให้ มีจำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

2.1 ด้านความโปร่งใส จำนวน 3 ข้อ

2.2 ด้านความอิสระ จำนวน 3 ข้อ

2.3 ด้านความเที่ยงตรง จำนวน 4 ข้อ

2.4 ด้านความซื่อสัตย์สุจริต จำนวน 4 ข้อ

2.5 ด้านความรู้ความสามารถ จำนวน 4 ข้อ

2.6 ด้านการรักษาความลับ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 ทักษะวิชาชีพบัญชี ได้แก่

3.1 ทักษะด้านปัญญา จำนวน 3 ข้อ

3.2 ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติการและหน้าที่การงาน จำนวน 5 ข้อ

3.3 ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล จำนวน 6 ข้อ

3.4 ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร จำนวน 6 ข้อ

3.5 ทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 4 ประสิทธิภาพในการทำงาน จำนวน 6 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ถึง 4 ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ตามแนวความคิดของลิเคิร์ต (Likert) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้ (บุญชม ศรีสะอาด , 2553 : 200)

5 คะแนน หมายถึง ระดับมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง ระดับมาก

3 คะแนน หมายถึง ระดับปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ระดับน้อย

1 คะแนน หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่ได้ แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ประเมินค่าคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 คำถามปลายเปิดเป็นข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณ และทักษะวิชาชีพบัญชี

การสร้างและทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามโดยมีวิธีการสร้างแบบสอบถามและวิธีการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร บทความ หนังสือ ทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ทักษะวิชาชีพบัญชี ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี และทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อตอบคำถามตามกรอบแนวคิดที่วางไว้

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอกับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) และข้อบกพร่องของข้อคำถาม เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยทำการหาค่า IOC (Item Objective Congruence) และพบว่าข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.67 (รายละเอียดดังภาคผนวก ค) ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่ค่า IOC ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ ไปทดลองทำ pre-test ใช้นักบัญชีในสถานประกอบการ จังหวัดราชบุรี จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability test) ตามวิธีการของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นของจรรยาบรรณ ทักษะทางวิชาชีพบัญชี และประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี เท่ากับ 0.78, 0.88 และ 0.96 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่ค่าความเชื่อมั่นต้องไม่น้อยกว่า 0.7

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการติดต่อและประสานงานกับผู้ทำบัญชีในสถานประกอบการ ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง ได้แบบสอบถามตอบกลับจำนวน 390 ชุด จาก 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 97.5 อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไว้จำนวน 385 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูล

1.2 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้

1.3 นำแบบสอบถามที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้วมาทำการบันทึกและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่

2.1.1 ร้อยละ (Percentage)

2.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

2.1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

2.2.1 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม แบบเป็นอิสระต่อกัน (Independent t - test)

2.2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe'

2.2.3 การหาค่าสหสัมพันธ์อย่างง่าย (Correlation coefficient: r)

2.2.4 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Beta Weight)

2.2.5 ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (Coefficient Of Determination)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงพรรณนาเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามผลการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-35 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์การทำงานอยู่ระหว่าง 6 – 10 ปี

ส่วนที่ 2 จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ได้แก่ ด้านความโปร่งใส ด้านความเป็นอิสระ ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ความสามารถ และด้านการรักษาความลับ พบว่าผู้ทำบัญชีมีจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีในทุกๆ ด้านอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ทักษะทางวิชาชีพบัญชี ได้แก่ .ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติการและหน้าที่การทำงาน ทักษะด้านคุณลักษณะเฉพาะบุคคล และทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารพบว่า ผู้ทำบัญชีมีทักษะทางวิชาชีพทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ประสิทธิภาพในการทำงานรายด้าน ได้แก่ ผู้ทำบัญชีทำงานโดยยึดหลักความถูกต้อง แม่นยำ สามารถเปรียบเทียบได้ งานของผู้ทำบัญชีเป็นงานที่มีคุณภาพ เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับได้เป็นอย่างดี ผู้ทำบัญชีมีการพัฒนางานให้ดีขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ผู้ทำบัญชีสามารถแก้ไขข้อบกพร่องในการทำงานให้ผิดพลาดน้อยที่สุด งานของผู้ทำบัญชีต้องมีคุณภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ และผู้ทำบัญชีพร้อมนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนตามที่ได้รับมอบหมาย อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี กับประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี

จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี	ค่าสัมประสิทธิ์		ระดับความสัมพันธ์
	สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)		
	r	p-value	
1) ด้านความโปร่งใส	.610**	0	ระดับสูง
2) ด้านความเป็นอิสระ	.371*	0	ระดับปานกลาง
3) ด้านความเที่ยงธรรม	.556**	0	ระดับสูง
4) ด้านความซื่อสัตย์สุจริต	.410*	0	ระดับปานกลาง
5) ด้านความรู้ความสามารถ	.827**	0	ระดับสูงมาก
6) ด้านการรักษาความลับ	.667**	0	ระดับสูง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 1 พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับต่อประสิทธิภาพในการทำงาน โดยจรรยาบรรณทางวิชาชีพ ด้านความรู้ความสามารถมีความสัมพันธ์ทางบวก กับประสิทธิภาพในการทำงาน อยู่ในระดับสูงมาก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.827 รองลงมาเป็น ด้านความโปร่งใส ด้านความเที่ยงธรรม และด้านการรักษาความลับ ความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.610 , 0.556 และ 0.667 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม จรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต มีความสัมพันธ์ทางบวก ระดับปานกลาง กับประสิทธิภาพในการทำงาน ($r = .410$)

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (Beta) ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี

จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี	Beta	t	p-value
1) ด้านความโปร่งใส	0.089	0.665	0.513
2) ด้านความเป็นอิสระ	-0.322	-1.907	0.069
3) ด้านความเที่ยงธรรม	0.190	1.171	0.253
4) ด้านความซื่อสัตย์สุจริต	0.041	0.238	0.814
5) ด้านความรู้ความสามารถ	0.804*	4.449	0.000
6) ด้านการรักษาความลับ	0.102	0.753	0.459

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ความสามารถ มีอิทธิพล ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ทำบัญชีมากที่สุดเพียงด้านเดียว มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.804

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) ระหว่างทักษะทางวิชาชีพบัญชี กับประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี

ทักษะวิชาชีพบัญชี	ค่าสัมประสิทธิ์		ระดับความสัมพันธ์
	สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)		
	r	p-value	
1) ด้านทักษะทางปัญญา	.740**	0.000	ระดับสูงมาก
2) ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติ และหน้าที่การงาน	.711**	0.000	ระดับสูงมาก
3) ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล	.748**	0.000	ระดับสูงมาก
4) ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและการสื่อสาร	.868**	0.000	ระดับสูงมาก
5) ด้านทักษะการบริหารองค์กรและ การจัดการทางธุรกิจ	.720**	0.000	ระดับสูงมาก

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ทักษะทางวิชาชีพบัญชีทุกด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับสูงมากกับ ประสิทธิภาพในการทำงาน โดยพบว่าด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยสหสัมพันธ์เพียร์สัน เท่ากับ 0.868 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (Beta) ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี กับประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี

ทักษะทางวิชาชีพบัญชี	Beta	t	p-value
1) ด้านทักษะทางปัญญา	0.004	0.024	0.981
2) ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การทำงาน	0.174	1.087	0.288
3) ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล	0.235	1.782	0.087
4) ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	0.606*	3.458	0.002
5) ด้านทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ	0.013	0.093	0.927

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ทักษะทางวิชาชีพบัญชี ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีอิทธิพลส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ทำบัญชีมากที่สุดเพียงด้านเดียว มีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน เท่ากับ 0.606

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง จรรยาบรรณ และทักษะวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี ในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยขอค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

จากผลการวิจัยข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าผู้ทำบัญชีส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์การทำงานอยู่ระหว่าง 6 - 10 ปี

จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ความสามารถ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี กล่าวคือ ผู้ทำบัญชีปฏิบัติงานด้วยความเอาใจใส่อย่างเต็มความสามารถ มีการจัดทำบัญชีตามหลักการบัญชี ที่รับรองโดยทั่วไปมาใช้ในการทำงาน ได้แก่ การนำมาใช้กับบัญชีบริหาร บัญชีการเงิน บัญชีภาษีอากร โดยผู้ทำบัญชีต้องปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง มีการวางแผนและควบคุมงาน จนสามารถรวบรวมข้อมูล และหลักฐานให้เพียงพอในการปฏิบัติงาน ผู้ทำบัญชีต้องมีความระมัดระวัง รอบคอบ ตามมาตรฐานในการปฏิบัติงาน

และยังต้องนำความรู้ความสามารถมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการปฏิบัติงานที่ปฏิบัติอยู่ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คุณโคมทอง ถานอาดนา (2548:108-109) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีธุรกิจ SMEs พบว่า นักบัญชีที่ปฏิบัติงาน และจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง โดยยึดหลักความเป็นมืออาชีพ และรู้จักการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางด้านบัญชีและด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผลงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเป้าหมายของกิจการที่ได้วางไว้

จรรยาบรรณด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี กล่าวคือ ถ้าผู้ทำบัญชีมีการจัดทำบัญชีตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป ด้วยความถูกต้อง มีความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งจะส่งผลให้ข้อมูลและผลงานที่ได้ เป็นผลงานที่มีคุณภาพ สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานของ คุณปวีณา สุดลาภา (2553 :108) พบว่านักบัญชีที่ปฏิบัติงานอย่างมีจรรยาบรรณ ด้วยความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต จะทำให้ผลงานที่ได้ นั้น เป็นข้อมูลที่มีคุณภาพมากขึ้น และสามารถตรวจสอบได้

จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านการรักษาความลับ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี กล่าวคือ ผู้ทำบัญชีที่ดีต้องไม่นำข้อมูลภายในองค์กรไปใช้ประโยชน์ส่วนตน หรือนุเคราะห์คนอื่น โดยที่องค์กรไม่เปิดเผยต่อสาธารณชน เว้นแต่ในกรณี ที่เป็นการเปิดเผยข้อมูลตามสิทธิหรือหน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎหมาย หรือในฐานะผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี องค์กรอาจเกิดความเสียหายได้ ถ้าผู้ทำบัญชีไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ข้อนี้อย่างเคร่งครัด เนื่องจากคู่แข่งขององค์กรรู้ทันว่าองค์กรจะวางแผนอะไรต่อไป นักบัญชีจึงต้องสร้างความไว้วางใจ และความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คุณวันวิสา เนื่องสมศรี (2551:159-160) ได้กล่าวไว้ว่า การรักษาความลับ โดยคำนึงถึงผลเสียที่เกิดขึ้น ในการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งเป็นความรับผิดชอบของนักบัญชีที่มีต่อการให้บริการลูกค้าและองค์กร

ทักษะทางวิชาชีพ ด้านทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ ด้านทักษะทางด้านปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติการและหน้าที่การงาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสาร และทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลนิชา หอมสุวรรณ(2557) ที่ได้ศึกษาเรื่องการบริหารจัดการและทักษะการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี ในมุมมองของนักบริหารงานการคลัง องค์กรบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ทักษะการทำงานด้านทักษะการบริหารองค์กร และด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีขององค์กรบริหารส่วนตำบลเช่นกัน และงานวิจัยของสรศักดิ์ ธนันทไชย (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การวัดทักษะทางวิชาชีพของนักบัญชีในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าพนักงานบัญชีในกิจการมีทักษะทางวิชาชีพโดยรวมในระดับมาก โดยมีความเห็นต่อทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ทักษะปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน อยู่ในระดับมาก ส่วนทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลางสำหรับทักษะย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแต่ละทักษะทางวิชาชีพของพนักงานบัญชีในกิจการ ประกอบด้วย ด้านทักษะทางปัญญา คือ มีความสามารถตัดสินใจใช้แหล่งข้อมูลต่าง ๆ (ระดับมาก) ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติ หน้าที่การงาน คือ มีความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ระดับมาก) ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

และการสื่อสาร คือ มีความสามารถทำงานเป็นทีม (ระดับมาก) แล้วด้านทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ คือ มีความสามารถตัดสินใจได้อย่างผู้มีวิชาชีพบัญชี (ระดับมาก)

สรุปผล

ผลการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์การทำงานอยู่ระหว่าง 6 - 10 ปี จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน โดยจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ความสามารถมีความสัมพันธ์ทางบวก กับประสิทธิภาพในการทำงาน อยู่ในระดับสูงมาก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.827 รองลงมาเป็น ด้านความโปร่งใส ด้านความเที่ยงธรรม และด้านการรักษาความลับ ความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.610 , 0.556 และ 0.667 ตามลำดับ ส่วนด้านทักษะทางวิชาชีพบัญชีทุกด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับสูงมากกับ ประสิทธิภาพในการทำงาน โดยพบว่าด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เท่ากับ 0.868

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จรรยาบรรณ ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต พบว่าถ้าผู้ทำบัญชีมีการจัดทำบัญชีตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป จะทำให้ผลงานที่ได้นั้น เป็นข้อมูลที่มีคุณภาพมากขึ้น และสามารถตรวจสอบได้
2. จรรยาบรรณ ด้านความรู้ความสามารถ พบว่า ผู้ทำบัญชีปฏิบัติงานด้วยความเอาใจใส่ มีความระมัดระวังรอบคอบ ตามมาตรฐานในการปฏิบัติงาน นำความรู้ความสามารถมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการปฏิบัติงานที่ปฏิบัติอยู่ และพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง จะทำให้ทั้งผู้ทำบัญชีและองค์กรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องไปพร้อมๆ กัน
3. ทักษะทางวิชาชีพ พบว่า นักบัญชีจะใช้ทักษะวิชาชีพบัญชีทุกๆ ด้าน มาประยุกต์ เพื่อใช้ในการพัฒนาตนเอง เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการทำงานให้สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง จรรยาบรรณ ทักษะทางวิชาชีพที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี ในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยขอเสนอแนะผลที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่าจรรยาบรรณของนักบัญชีในด้านความรู้ความสามารถ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านการรักษาความลับ และด้านความโปร่งใส มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี ในจังหวัดนนทบุรี ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้

- 1.1 ด้านความรู้ความสามารถ ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้นักบัญชีได้มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้ โดยให้มีการอบรมสัมมนาเกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชีที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้การทำงานถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

- 1.2 ด้านความซื่อสัตย์สุจริต นักบัญชีควรปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อตรง จริงใจ ไม่คดโกง ไม่หลอกลวง มีเจตนาที่บริสุทธิ์ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น รายงานข้อมูลตามความจริง ถูกต้อง เชื่อถือได้และตรวจสอบได้เสมอ เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายองค์กร

1.3 ด้านการรักษาความลับ นักบัญชีควรเก็บรักษาข้อมูลขององค์กรไว้เป็นอย่างดีและปฏิบัติหน้าที่ตามสิทธิและหน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎหมาย เว้นแต่กรณีเปิดเผยข้อมูลตามสิทธิในฐานะ ผู้ประกอบวิชาชีพ ไม่เปิดเผยข้อมูลเพื่อประโยชน์ส่วนตน

1.4 ด้านความโปร่งใส ควรมีการตรวจสอบข้อมูลในการปฏิบัติงานของนักบัญชีเสมอว่านักบัญชีปฏิบัติหน้าที่ตามข้อมูลที่ได้รับมาอย่างถูกต้อง ครบถ้วนตามความเป็นจริงหรือไม่ นอกจากนั้นนักบัญชีควรปฏิบัติหน้าที่โดยไม่ปกปิด และบิดเบือนข้อมูลไปจากความจริง โดยยึดหลักพิทักษ์ผลประโยชน์และชื่อเสียงขององค์กร

1.5 ด้านความเป็นอิสระมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกแต่ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี จากการที่ทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง พบว่านักบัญชีต้องทำบัญชีตามคำสั่งของผู้ที่มีอำนาจสูงกว่า นักบัญชีส่วนใหญ่ไม่มีอำนาจในการตัดสินใจ จึงอาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ด้านความเป็นอิสระไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี ดังนั้น องค์กรจึงควรให้นักบัญชีปฏิบัติงานด้วยความอิสระ ไม่เข้าไปแทรกแซงการปฏิบัติงาน ให้นักบัญชีปฏิบัติหน้าที่อย่างตรงไปตรงมาตามความเป็นจริง

2. จากผลการวิจัยพบว่าทักษะทางวิชาชีพของนักบัญชีในด้านทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ด้านทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสาร และด้านทักษะทางปัญญามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้

2.1 ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล นักบัญชีควรรู้จักปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทันต่อเหตุการณ์บ้านเมือง นอกจากนั้นนักบัญชียังต้องมีความระมัดระวังและมีความสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

2.3 ด้านทักษะปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ในการทำงานจำเป็นต้องมีการติดต่อประสานงานระหว่างบุคคลหรือระหว่างหน่วยงาน ดังนั้นนักบัญชีควรมีการฝึกทักษะการนำเสนอรายงานผ่านการเขียน การพูดทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

2.4 ด้านทักษะทางปัญญา นักบัญชีควรมีการเฝ้าหาความรู้อย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มประสบการณ์ เมื่อมีปัญหาในการทำงานเกิดขึ้นจะสามารถใช้ดุลยพินิจในการแก้สถานการณ์ที่ไม่เคยเจอมาก่อนหรือปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทัน่วงที

2.5 ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกแต่ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี ซึ่งจากการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง พบว่าองค์กรส่วนใหญ่ส่งหัวหน้างานหรือเจ้าของเข้าอบรมเพื่อหาความรู้เพิ่ม ทำให้พนักงานส่วนที่ไม่ได้เข้ารับการอบรมยังขาดความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการบัญชี ความรู้ทางด้านกฎหมายและด้านภาษีอากร ซึ่งในปัจจุบันพบว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก ดังนั้น องค์กรจึงควรส่งนักบัญชีเข้ารับการอบรมโดยทั่วถึง หรือเมื่อส่งหัวหน้าไปเข้ารับการอบรมแล้ว จะต้องสามารถนำความรู้ที่ได้มาถ่ายทอดให้ความรู้กับพนักงานส่วนที่ไม่ได้เข้ารับการอบรมได้

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2558). ประกาศเรื่อง กำหนด หลักเกณฑ์ วิธีการ และระยะเวลาในการพัฒนาความรู้ต่อเนื่อง ทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชี พ.ศ. 2547. ค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2560. จาก <https://www.dbd.th>

กรรณิการ์ ลำลือ. (2553). คุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการในการจังหวัดเชียงใหม่. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี (ฉบับที่ 19) เรื่อง จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553 สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ ธันวาคม 2556.

ไฉไล พงศ์อุดมกุล. (2551). การจัดทำบัญชีของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ มหาวิทยาลัยสารคาม.

ชลนิชา หอมสุวรรณ (2557) การบริหารจัดการและทักษะการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี ในมุมมองของนักบริหารงานการคลังองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนครราชสีมา.วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

จิตาภรณ์ สินจรรณศักดิ์. (2549) ผลกระทบของทักษะ และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานตรวจสอบที่มีต่อคุณภาพของรายงานการตรวจสอบและรองรับบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย. วารสารวิจัยและพัฒนาโดยลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 11(3),57-66

ณัฐธัญ ถนัดรบ. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานการเดินรถการรถไฟแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

โดมทอง ถานอาดนา. (2548) ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ดิน ปรัชญพฤทธิ (2542) ทฤษฎีองค์การ. (พิมพ์ครั้งที่ 4).กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์

ทิพาดี เมฆสุวรรณ (2538) การส่งเสริมประสิทธิภาพในส่วนราชการ.กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน

ธีรภูมิ เอกะกุล.(2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อปฉราธานี.สถาบัน ราชภัฏอุบลราชธานี

บุญยัง สหเทวสุนทร. (2553) การปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชีในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย

ปรีศณีย์ กายพันธ์ ,นธิ เหมมันต์ (2557) นักบัญชีไทยกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.วารสาร คณะการจัดการ . มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

ปวีณา สุดลาภา. (2553). ปัจจัยด้านจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพบัญชีที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ทำบัญชีในสถานประกอบการนิคมอุตสาหกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุวรรณภูมิ.พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ 2547. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน2560,
http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=1103&filename=law

พงศ์ศิริภพ ทองศิริวิสุรเกตุ. (2555). สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชี : มุมมองของผู้บริหารสายบัญชีในเขตนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

พิชัย ไชยสงคราม (2546) ความเป็นครู . อุบลราชธานี : คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี

พิภพ วังเงิน (2548) จริยธรรมวิชาชีพ. กรุงเทพฯ : รวมสาส์น

- เพ็ญธิดา พงษ์ธานี. (2552). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต .ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2560,<http://libdoc.dpu.ac.th/research/115611.pdf>
- รุ่งทิพย์ ไชยเจริญ. (2551). ความคิดเห็นของนักบัญชี ในอำเภอเมืองพิษณุโลก ที่มีต่อการปฏิบัติงานวิชาชีพอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิทยา ด้านธำรงกุล (2546) การบริหาร (Management) . กรุงเทพฯ : เฮอร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น
- วันวิสา เนื่องสมศรี (2551) ผลกระทบของสภาพแวดล้อมธุรกิจและความคาดหวังในการทำงานที่มีต่อจรรยาบรรณวิชาชีพและความน่าเชื่อถือในการทำงานของนักบัญชีธุรกิจ SMES ภาคตะวันออก เชียงใหม่ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บชม. มหาสารคาม , มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- สงกรานต์ ไกรวงษ์. (2553) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทักษะความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีวิชาชีพ ในบริบทของผู้สอบบัญชีภาษีอากร และผู้ตรวจสอบบัญชีอนุญาต กรุงเทพฯ: คณะการบัญชีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สุภาณี อินทจันทร์. (2550). ทรรศนะของผู้ให้บริการที่มีต่อประเด็นทางจรรยาบรรณของนักบัญชีในจังหวัดนครปฐม. สยามวิชาการ, 2550,78-83.
- สุภาพร พิศาลบุตร. (2545). จริยธรรมทางธุรกิจอุตสาหกรรม เรื่อง จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี. พ.ศ. 2553 ข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 19. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการบริการสถาบันราชภัฏสวนดุสิต
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2544) ทฤษฎีองค์การประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- โสภาพรรณ ไชยพัฒน์. (2555). เรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการธุรกิจ ในจังหวัดภูเก็ต . ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2560,จาก <https://www.slideshare.net/preechanapao/2554-puket-sopapun>
- สรศักดิ์ ธีรนัยชัย. (2551). การวัดทักษะทางวิชาชีพของนักบัญชีในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือจังหวัดลำพูน. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรม. ประกาศเรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์วิธีการ และระยะเวลาในการพัฒนาความรู้ต่อเนื่อง ทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชี พ.ศ. 2547 ลงวันที่ 5 สิงหาคม 2547

NBUS021: การศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการปฏิบัติกรรมฐานของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อ
 วิริยงค์ สิรินฺทโร) กับหลวงพ่อเทียน จิตตสุโก หลวงพ่อจรัญ ฐิตธมฺโม และท่านติช นัท ฮันท์
 COMPARATIVE STUDY OF MEDITATION PRACTICE OF PHRADHAMMONGKOLYARN
 (LUANGPHOR VIRIYANG SIRINTHARO) WITH LUANGPHOR THIAN CITASUBHO,
 LUANGPHOR JARUN THITADHAMMO, AND THICH NHAT HANHT

พระเอกลักษณ์ มั่นอาษา¹ ดร.ชุลีรัตน์ เจริญพร²

¹ นักศึกษาหลักสูตรผู้นำสังคม ธุรกิจ และการเมือง มหาวิทยาลัยรังสิต

² อาจารย์ประจำหลักสูตรผู้นำสังคม ธุรกิจ และการเมือง มหาวิทยาลัยรังสิต

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษารูปแบบ ขั้นตอน วิธีการ และผลการปฏิบัติกรรมฐาน
 ในแนวคิดหลักคำสอนของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อวิริยงค์ สิรินฺทโร) หลวงพ่อเทียน จิตตสุโก หลวงพ่อจรัญ
 ฐิตธมฺโม และท่านติช นัท ฮันท์ และ 2) เพื่อเปรียบเทียบการปฏิบัติกรรมฐานตามแนวทางของพระธรรมมงคลญาณ
 (หลวงพ่อวิริยงค์ สิรินฺทโร) กับหลวงพ่อเทียน จิตตสุโก หลวงพ่อจรัญ ฐิตธมฺโม และท่านติช นัท ฮันท์ โดยใช้ระเบียบวิธี
 วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นผู้ศึกษาและ
 ปฏิบัติกรรมฐาน จำนวน 8 คน

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการปฏิบัติกรรมฐานของหลวงพ่อวิริยงค์ สิรินฺทโร มีหลักสูตร “ครูสมาธิ” เป็น
 การทำสมาธิเพื่อสะสมพลังจิต โดยการเดินจงกรมและนั่งสมาธิ ใช้คำบริกรรม “พุทโธ” หลวงพ่อเทียน จิตตสุโก เป็น
 การใช้สติจับความเคลื่อนไหว ไม่เน้นคำบริกรรม ให้มีสติรู้เท่าทันความคิด ซึ่งเกิดจากการปรุงแต่งเป็น โลภะ โทสะ
 กิเลส ตัณหา อุปาทาน หลวงพ่อจรัญ ฐิตธมฺโม เป็นการเจริญสติปัฏฐาน 4 แบบพองหนอ-ยุบหนอ ซึ่งเน้นหนักคำสอน
 ในเรื่องกฎแห่งกรรม และท่านติช นัทฮันท์ เป็นชุมชนแห่งการปฏิบัติ หรือ “สังฆะ” ใช้การฝึกเจริญสติแบบอานาปาน
 สติ และการประยุกต์ธรรมให้สมสมัย โดยอิงอาศัยหลักไตรสิกขา

คำสำคัญ: การปฏิบัติกรรมฐาน, รูปแบบ, ขั้นตอน วิธีการ, ผลการปฏิบัติกรรมฐาน

Abstract

The objective of this research shows as following; 1) to study format, instruction, procedure, and the result of meditation as well as the way of thinking of Phradhammongkolyarn (Luangphor Viriyang Sirintharo) with Luangphor Thian Citasubho, Luangphor Jarun Thitadhammo, and Thich Nhat Hanht. 2) To study the comparative procedure of four master Phradhammongkolyarn (Luangphor Viriyang Sirintharo) With Luangphor Thian Citasubho, Luangphor Jaran Thitadhammo, and Thich Nhat Hanht. By using Qualitative Research with documenting and interviewing 8 volunteers.

The result shows that Luangphor Viriyang Sirintharo has established “Meditation Instructor Course” in order to increase the mind power of practitioner by using the silent recitation technique with is

doing the word “Buddho” while walking and sitting meditation. Luangphor Thian Citasubho applies the mindfulness following the physical movement especially to practitioner hands without silent recitation. His method allows the mindfulness closely following the thought which is come from greed (Lopa), angry (Tosa), passion (Moha), and Upatana. Luangphor Jarun Thitadhammo emphasizes on Satipatan 4 (tummy movement, You Nor-Pong Nor) and also teaches Law of Karma., and Thich Nhat Hanht is the core of practicing or Sangka. He applies Anapanasati meditation technique and Dhamma to the modern era which refers to trisikka.

Keywords: The Practice of Meditation, Forms, Procedures, Methods, Results of Meditation Practice

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและเชื่อมโยงใกล้ชิดมากขึ้นเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วส่งผลต่อกระทบชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมาก มีการพัฒนาพร้อมทั้งลงทุนอย่างมหาศาลในด้านความสะดวกสบายทางด้านร่างกาย ส่วนทางด้านจิตใจมีการพัฒนาอยู่ในวงจำกัด ประชาชนถูกรอบล้อมด้วยวัตถุนิยม (Materialism) เป็นจุดนำไปสู่ความขัดแย้ง ขาดเมตตาธรรม ดังนั้น การพัฒนาทางด้านจิตใจ (Mentalism) จึงจำเป็นต้องพัฒนาให้กับประชาชนให้มากที่สุดควบคู่กันไปด้วย (หลวงพ่อวิริยงค์ สิรินุโร. 2558)

วัดเป็นองค์กรย่อยของคณะสงฆ์ไทยทำหน้าที่ในการเผยแผ่หลักธรรมคำสอนผ่านปริยัติและการปฏิบัติกรรมฐาน ส่งเสริมการพัฒนาตนเองและสังคมเน้นการยกระดับจิตใจและปัญญาสร้างความสุข มีสติรู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงตื่นรู้จากสิ่งที่ไม่รู้ความหลงมกมายหรือการประทุติในทางที่ผิดและจัดการคุ้มครองชีวิตที่ดีด้วยกายสุจริต วชิสุจริตและมโนสุจริต ซึ่งเป็นความสุขที่เกิดขึ้นในระดับจิตใจและปัญญาจากการรู้และเห็นสัจธรรมอย่างแท้จริง ก่อให้เกิดความสุขที่สัมพันธ์กับปัจจัยในการดำรงชีวิตใช้ชีวิตที่ถูกต้องพอเพียงมีครอบครัวที่อบอุ่นและมีชุมชนเข้มแข็ง (ณัฏฐิ์ ศรีดี. 2556)

ปัจจุบันได้มีแนวทางการปฏิบัติกรรมฐานหลากหลายโดยแบ่งออกเป็นสายหรือสำนักต่างๆ แต่ละสายแต่ละสำนักก็มีวิธีปฏิบัติกรรมฐานที่เป็นแบบฉบับเฉพาะตน ซึ่งได้รับสืบทอดมาจากบูรพาจารย์วิธีการปฏิบัติกรรมฐานของบูรพาจารย์ผู้เป็นต้นแบบแต่ละท่านก็มีความโดดเด่นแตกต่างกันออกไป บรรดาบูรพาจารย์ผู้เป็นต้นแบบแห่งการสอนกรรมฐานคือ หลวงพ่อวิริยงค์ สิรินุโร วัดธรรมมงคล หลวงพ่อเทียน จิตตสุโภ วัดสนามใน หลวงพ่อจรัญ ฐิตธมฺโม วัดอัมพวัน และท่านดิช นัท ธน เป็นพระภิกษุในพระพุทธศาสนาหายาน นิกายเซน

ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาแนวทางการปฏิบัติกรรมฐานของท่านทั้ง 4 จึงต้องการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบ ขั้นตอน วิธีการปฏิบัติกรรมฐาน และผลที่ได้รับจากการปฏิบัติกรรมฐานตามแนวทางของท่านทั้ง 4 เป็นอย่างไร ซึ่งจะเป็นแนวทางให้ผู้ปฏิบัติสามารถแสวงหาสำนักสอนกรรมฐานซึ่งเกิดขึ้นมากมายในปัจจุบัน และเลือกแนวทางการปฏิบัติที่เหมาะสมแก่จริตแต่ละบุคคลได้ ตลอดจนทั้งเป็นการเผยแผ่พุทธธรรมและจรรโลงหลักคำสอนที่งดงามในพระพุทธศาสนาให้สังคมไทยและพุทธบริษัททุกหมู่เหล่าที่สนใจ ได้น้อมนำไปประยุกต์สู่การปฏิบัติจริงในชีวิตประจำวัน เกิดการพัฒนาที่เป็นไปเพื่อความสุข สงบเย็นและเป็นประโยชน์แก่ตนเอง ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติสืบต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบ ขั้นตอน วิธีการ และผลการปฏิบัติกรรมฐานและแนวคิดหลักคำสอนของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อดาวรุ่ง สิริธโร) หลวงพ่อเทียน จิตตสุโก หลวงพ่อจรัญ ฐิตธมฺโม และท่านดิช นัท ธันท์
2. เพื่อเปรียบเทียบการปฏิบัติกรรมฐานตามแนวทางของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อดาวรุ่ง สิริธโร) กับหลวงพ่อเทียน จิตตสุโก หลวงพ่อจรัญ ฐิตธมฺโม และท่านดิช นัท ธันท์

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีทางจิต

1.1 แนวคิดกลุ่มจิตวิทยาผ่านตัวตน (Transpersonal Psychology) ลักษณะและแนวคิดสำคัญของจิตวิทยาผ่านตัวตนตั้งอยู่บนความเชื่อเบื้องต้นว่า ความเจริญงอกงามทางร่างกายอารมณ์ สติปัญญาและจิตตปัญญาเชิงคุณธรรมมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันและพยายามที่จะเพิ่มการศึกษาในเรื่องความตระหนักรู้ในตนเอง (Awareness) หรือความมีความรู้สึกตัวหรือสติในการรับรู้ เพื่อศึกษาส่วนของจิตที่รู้สึกตัว ทั้งนี้เป็นการขยายประสบการณ์ของบุคคล เพื่อที่จะนำให้รู้วิธีที่จะผสมผสานความเป็นเนื้อเดียวกันกับประสบการณ์ต่างๆ ทุกสภาวะอย่างสมบูรณ์ ตามความคิดของจิตวิทยาผ่านตัวตน เชื่อว่าการหยั่งรู้หรือการรับรู้ที่เกิดขึ้นเองในใจของบุคคล (Intuition) จินตนาการ (imagination) ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะมีสติในระดับต่างๆ เช่น ขณะฝัน ขณะทำสมาธิ ขณะที่ได้รับสารกระตุ้นต่างๆ เป็นประสบการณ์ของมนุษย์ และควรได้รับการศึกษาพิจารณา กลุ่มจิตวิทยาผ่านตัวตนจึงพยายามที่จะศึกษาการพัฒนาทุกองค์ประกอบของบุคคลทั้งร่างกาย อารมณ์ ความคิด การหยั่งรู้ พลังลึกลับที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวบุคคล (ESP) และพลังจิต (Psycho Kinesis) (พระครูปลัดมาตุ ธรรมคุณ, 2553: 28-29)

1.2 ทฤษฎีการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง (Transformative Learning Theory) ทฤษฎีการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลงมีองค์ประกอบที่สำคัญ ประกอบด้วย ประสบการณ์ของบุคคล (Experience) การใคร่ครวญด้วยจิตวิญาณ (Critical Reflection) วาทกรรมที่เกิดจากการใคร่ครวญหรือ (Reflective Discourse) และการกระทำ (Action) (พัชรี ศิริมาภ, 2558: 2; อ้างถึงใน ธันท์พัทธ์สร ธรรมโชติเมธิน, 2559: 14) อันเป็นการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะภายในจากกรอบการอ้างอิง (Frame of Reference) แบบเดิมไปเป็นกรอบการอ้างอิงใหม่ที่มีความจริงแท้และถูกต้องมากขึ้น ที่อยู่บนพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงมุมมองและความหมายต่อโลกและชีวิตผ่านการพัฒนาจิตวิญาณ

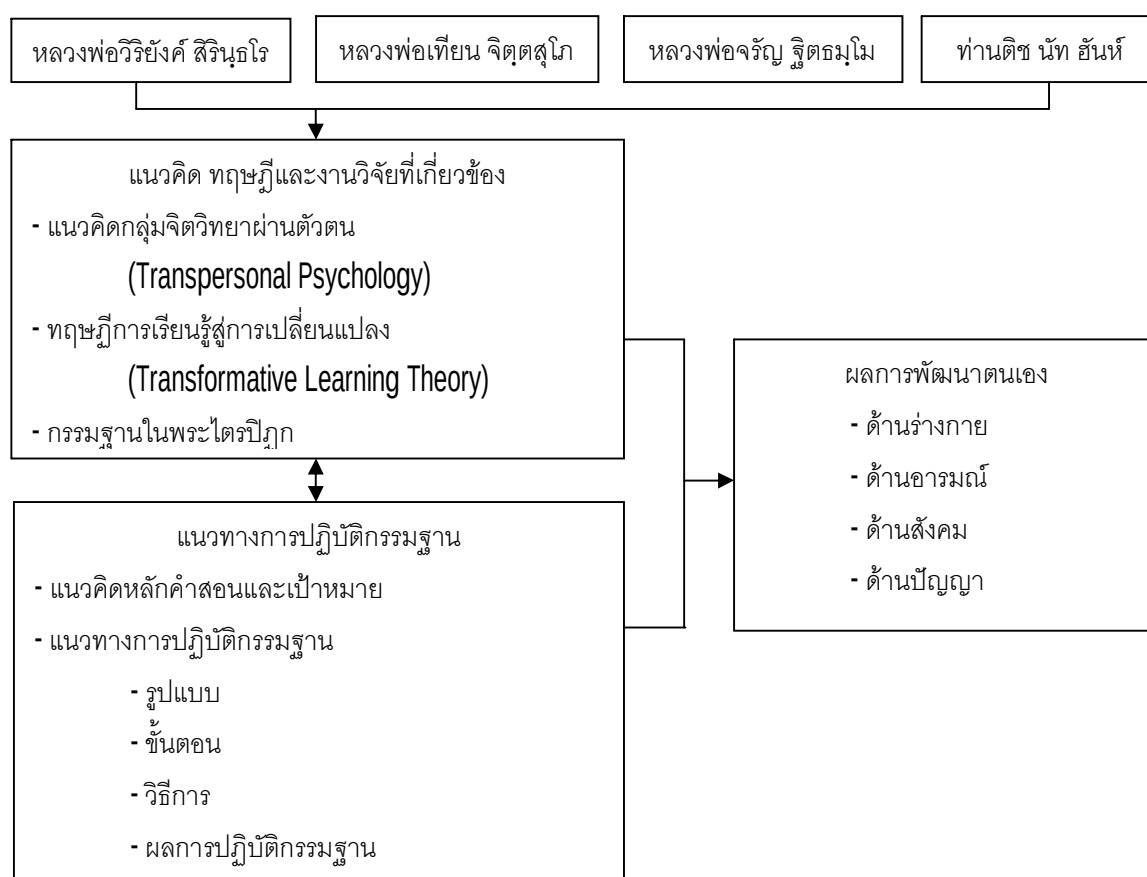
2. กรรมฐานในพระไตรปิฎก

กรรมฐานในพระพุทธศาสนามี 2 ประเภท คือ 1.สมถกรรมฐาน หมายถึง การฝึกอบรมจิตให้เกิดความตั้งมั่นเป็นสมาธิ มีกรรมฐาน 40 เป็นอารมณ์ และ 2.วิปัสสนากรรมฐาน หมายถึง การฝึกฝนอบรมเจริญปัญญาให้เกิดความรู้แจ้งในรูปนามโดยความเป็นไตรลักษณ์ มีวิปัสสนาภูมิ 6 เป็นอารมณ์

การปฏิบัติกรรมฐานทั้งสมถกรรมฐานและวิปัสสนากรรมฐาน เป็นงานสำคัญอย่างยิ่งในทางพระพุทธศาสนา มีรูปแบบ ขั้นตอน วิธีการและผลของการปฏิบัติ โดยมีพระไตรปิฎกเป็นหลักมาตรฐานของการปฏิบัติในประเทศไทยมีสำนักที่สอนทั้งสมถะและวิปัสสนาหลายแห่ง วิธีดำเนินการสอนและปฏิบัตินั้นย่อมแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของจริตนิสัยของผู้ปฏิบัติและตามที่ตั้งบทอดกันมาจากบูรพาจารย์ของแต่ละสำนัก แต่เมื่อว่าด้วยผลสัมฤทธิ์ที่เป็นจุดหมายปลายทางสูงสุดแล้วก็มีร่วมกันอยู่เพียงหนึ่งเดียวและนั่นก็คือ นิพพาน การดับทุกข์ทั้งปวงได้นั่นเอง (พระมหาเชมนันท์ ปิยสโร, 2554: 42) การปฏิบัติกรรมฐานจึงเป็นวิธีการที่จะขัดเกลาจิตใจและฝึกหัด

ตนเองให้ได้ (เจริญ ช่วงชิต. 2557) หลักการปฏิบัติกรรมฐานตามหลักพระพุทธศาสนาเถรวาทมีเป้าหมายสำคัญ 2 ประการ คือ เป้าหมายหลักของการปฏิบัติกรรมฐาน ได้แก่ วิมุตติ และเป้าหมายรองของการปฏิบัติกรรมฐาน คือ การนำสมาธิไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาด้านต่างๆ ในชีวิตประจำวัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

วิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร (Documentary Research) เกี่ยวกับแนวคิดเรื่องการปฏิบัติกรรมฐานของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อวิริยงค์ สิรินุโร) หลวงพ่อเทียน จิตตสุโก หลวงพ่ोजรัญฐิตธมฺโม และท่านดิช นัท อันท์ โดยเอกสารที่จะต้องสืบค้นนั้นคือ พระไตรปิฎกและอรรถกถา รวมถึงเอกสารที่เกี่ยวข้องอื่นๆ โดยเฉพาะเอกสาร วรรณกรรม คำสอน เทป ซีดี คำบรรยายของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อวิริยงค์ สิรินุโร) หลวงพ่อเทียน จิตตสุโก หลวงพ่ोजรัญฐิตธมฺโม และท่านดิช นัท อันท์ และสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key information) เป็นผู้ศึกษาและปฏิบัติกรรมฐาน ได้แก่ พระภิกษุสงฆ์ 1 รูป และผู้ปฏิบัติ 7 คน ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2560 - มกราคม 2561

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษา ค้นคว้ารายงานการวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการปฏิบัติกรรมฐานของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อดาวรุ่ง สิริธโร) หลวงพ่อเทียน จิตตสุโก หลวงพ่อจรัญ ฐิตธมฺโม และท่านติช นัท ฮันห์ เพื่อเป็นแนวทางนำมาซึ่งแนวคิดของการปฏิบัติกรรมฐาน ได้แก่ แนวคิดกลุ่มจิตวิทยาผ่านตัวตน (Transpersonal Psychology) ทฤษฎีการเรียนรู้การเปลี่ยนแปลง (Transformative Learning Theory) ตลอดจนหลักการและวิธีการปฏิบัติกรรมฐานในคัมภีร์พระพุทธศาสนา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสัมภาษณ์

2. ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์ตามแนวคิดของการปฏิบัติกรรมฐาน ตลอดจนผลของการปฏิบัติกรรมฐานที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองทั้ง 4 ด้าน

3. ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความชัดเจน ความถูกต้องและความเหมาะสม ในด้านความเที่ยงตรงเชิงประจักษ์ (Apparent Validity) และความเที่ยงตรงเชิงคุณลักษณะ (Construct Validity) ของเครื่องมือก่อนนำไปรวบรวมข้อมูล

4. สัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) เป็นผู้ปฏิบัติหรือเข้ารับการอบรมตามหลักสูตร/แนวทางการปฏิบัติกรรมฐานแต่ละสำนักกรณีศึกษา รวมจำนวน 8 คน

ทั้งนี้ ในการเข้าไปสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะเข้าไปดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง เพื่อให้มีความเที่ยงตรงของผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) และจะมีการบันทึกเสียงพร้อมทั้งบันทึกภาพบรรยากาศสถานที่ในแต่ละสำนัก โดยจะขออนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนทุกครั้ง

5. ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่กรณีศึกษาเพื่อทำการศึกษา ได้แก่ พระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อดาวรุ่ง สิริธโร) วัดธรรมมงคล กรุงเทพมหานคร หลวงพ่อเทียน จิตตสุโก วัดสนามใน นนทบุรี หลวงพ่อจรัญ ฐิตธมฺโม วัดอัมพวัน สิงห์บุรี และท่านติช นัท ฮันห์ หมู่บ้านพลัมประเทศไทย นครราชสีมา ผู้วิจัยได้ใช้วิธีเลือกอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กล่าวคือผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เข้าสังเกตการณ์ และเข้าสัมภาษณ์ พูดคุยอย่างไม่เป็นทางการกับผู้ปฏิบัติหรือเข้ารับการอบรมตามหลักสูตร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

6. เก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แบบพรรณนา ตามแนวคิดของการปฏิบัติกรรมฐานของแต่ละสำนัก ตลอดจนผลของการปฏิบัติกรรมฐานที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเอง 4 ด้าน คือ ด้านกาย ด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านปัญญา

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการปฏิบัติกรรมฐานของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อดาวรุ่ง สิริธโร) กับหลวงพ่อดาวรุ่ง จิตตสุโก หลวงพ่อจรัญ ฐิตธมฺโม และท่านติช นัท ฮันห์” ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดหลักคำสอน รูปแบบ ขั้นตอน วิธีการ และผลการปฏิบัติกรรมฐาน

1.1 พระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อดาวรุ่ง สิริธโร) พบว่า การปฏิบัติกรรมฐานหรือที่เรียกว่าการทำสมาธิตามแนวทางของหลวงพ่อดาวรุ่งเป็นการปฏิบัติในกรรมฐานในรูปแบบ “พุทธานุสติ” เป็นการน้อมจิตระลึกถึงคุณของพระพุทธเจ้าด้วยความเลื่อมใส ศรัทธา เพื่อให้จิตรวมเป็นหนึ่งใช้กำหนดคำบริกรรม “พุทโธ” การทำสมาธิตามแนวทางของหลวงพ่อดาวรุ่งได้เขียนหนังสือในการสอนอย่างเป็นระบบ มีตำรา มีบทเรียน เป็นลำดับขั้นตอน เข้าใจ

ง่าย มีการเรียนภาคทฤษฎีและปฏิบัติ เรียกว่าหลักสูตรครูสมาธิ การสอนเน้นในการวางพื้นฐานของการทำสมาธิแบบง่ายๆ และได้ผลเป็นการส่งเสริมให้เกิดความสุขสบายขั้นพื้นฐานเป็นการแก้ไขความตึงเครียด เป็นการส่งเสริมประเทืองสติปัญญา

เปิดดำเนินการเรียนการสอนมาตั้งแต่วันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 ใช้ระยะเวลาในการเรียน 6 เดือน (รวม 200 ชั่วโมง) โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ภาควันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 18.00-20.30 น. และภาควันเสาร์-วันอาทิตย์ เวลา 09.00-16.00 น. โดยแบ่งเป็น 3 เทอมๆ ละ 40 วัน มีการปิดภาคเรียนเทอมละ 7-15 วัน ทั้งนี้ในการเรียนการสอนแบ่งเป็นภาคทฤษฎี ซึ่งจะเรียนเกี่ยวกับทฤษฎีในการปฏิบัติสมาธิจากหนังสือครูสมาธิจำนวน 3 เล่ม รวม 96 หัวข้อ โดยขั้นตอนของการเป็นนักศึกษาครูสมาธินั้นจะต้องลงทะเบียนเรียนเพื่อร่วมพิธีปฏิญาณตนมอบตัวเป็นศิษย์และเรียนตามวันเวลาที่กำหนด ซึ่งมีวิธีการปฏิบัติกรรมฐานโดยใช้อิริยาบถทั้ง 4 คือ ยืน เดิน นั่ง นอน อิริยาบถหลัก คือ เดิน นั่ง และอิริยาบถรอง คือ ยืน นอน โดยมีทสวดอธิษฐานก่อนทำสมาธิและบทสวดแผ่เมตตาหลังทำสมาธิในการปฏิบัติทุกครั้งเสมอ

ผลของการปฏิบัติกรรมฐานในหลักสูตรครูสมาธิ ทำให้หลับสบายคลายกังวล กำจัดโรคภัยไข้เจ็บ ทำให้สมองปัญญาดี ทำให้มีความรอบคอบ ทำให้ระงับความร้ายกาจ บรรเทาความเครียด มีความสุขพิเศษ ทำให้จิตใจอ่อนโยน กลับใจได้ เวลาสิ้นลมพบทางดี เจริญวาสนาบารมี เป็นกุศล และเมื่อทำสมาธิสะสมพลังจิตมากเข้าๆ คุณธรรม 3 ประการย่อมเกิดขึ้นแก่ผู้ทำสมาธิแน่นอน คือ มีความรับผิดชอบสูง ความมีเหตุผล และความมีเมตตา (หลวงพ่อดาวทอง สิริธโร. 2550: 20)

1.2 หลวงพ่อเทียน จิตตสุโภ พบว่า การปฏิบัติกรรมฐานตามแนวทางของท่านเป็นการปฏิบัติกรรมฐานที่มีลักษณะเรียกว่า “การเจริญสติแบบเคลื่อนไหว” เป็นการปฏิบัติกรรมฐานในหมวดมหาสติปัฏฐานสูตรว่าด้วยอิริยาบถบรรพและสัมปชัญญะบรรพ การฝึกจิตให้เกิดความสะอาด สว่าง สงบ ตามหลักคำสอนของพระพุทธองค์เป็นการเจริญสติยี่ดวิธีการปฏิบัติแบบเคลื่อนไหว (Dynamic Meditation) เป็นหลักใช้สติกำหนดรู้เท่าทันความเคลื่อนไหวต่างๆ ของร่างกาย ไม่ต้องใส่ใจกับกรรมและไม่หลับตาจึงสามารถนำไปปรับให้รู้สึกตัวกับการเคลื่อนไหวในขณะที่ทำงานเป็นการปฏิบัติธรรมในชีวิตประจำวัน

มีวิธีการปฏิบัติโดยจัดเป็นกิจกรรมฝึกอบรมการเจริญสติ ซึ่งใช้ระยะเวลาในการอบรม วันเสาร์และวันอาทิตย์ที่ 2 ของทุกเดือน แบ่งการอบรมเป็นภาคเช้าและภาคบ่าย โดยมีขั้นตอนสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม อบรมการเจริญสติจะต้องลงทะเบียนเสียก่อนจากนั้นมีพระอาจารย์แนะนำวิธีการเคลื่อนไหวมือสร้างจังหวะ (สัมปชัญญะบรรพ) และการเดินจงกรม (อิริยาบถบรรพ) ให้แก่ผู้ปฏิบัติ วิธีการปฏิบัติกรรมฐานใช้อิริยาบถใหญ่ คือ ยืน เดิน นั่ง นอน และอิริยาบถย่อย คือ เดินหน้า ถอยหลัง เอียงซ้าย เอียงขวา กระพริบตา อ้าปาก หายใจเข้า หายใจออก กลืนน้ำลาย เป็นต้น

ผลการปฏิบัติที่หลวงพ่อดาวทองกล่าวว่าผู้ที่ปฏิบัติจะได้รับผลประโยชน์ เกิดอานิสงส์นานาประการแก่ตนเองและสังคมจะพบความสุขอย่างที่ไม่เคยพบมาก่อนเป็นเครื่องส่งเสริมสุขภาพทั้งทางกาย ทางจิต และทางสังคม (หลวงพ่อดาวทอง จิตตสุโภ. เว็บไซต์)

1.3 หลวงพ่อจรัญ ฐิตธมฺโม พบว่า การปฏิบัติกรรมฐานตามแนวทางของท่านเป็นการปฏิบัติกรรมฐานหลักสติปัฏฐาน 4 “แบบพองหนอ-ยุบหนอ” คือ การปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานตามแนวสติปัฏฐาน 4 ให้ผู้ปฏิบัติกำหนดอารมณ์ให้เป็นปัจจุบัน คือ ให้กำหนดกาย เวทนา จิตและธรรม ยึดเอาอาการเคลื่อนไหวพองยุบที่ท้องเป็นหลัก

มีวิธีการปฏิบัติกรรมฐานโดยจัดเป็นโครงการปฏิบัติธรรม ชื่อว่า “อริยมรรค” ซึ่งรับสมัครผู้เข้าอบรมที่เคยผ่านการปฏิบัติพื้นฐานของวัดมาแล้วไม่เกิน 200 คน ใช้ระยะเวลาการปฏิบัติ 3 วัน และ 7 วัน โดยมีขั้นตอนในการรับสมัคร ลงทะเบียนได้ทุกวัน ตลอดปี (ไม่มีวันหยุด) โดยลงทะเบียนได้ในวันมาปฏิบัติก่อน 16.00 น. (ไม่ต้องจองล่วงหน้า) มีพระอาจารย์สอนแนะนำการปฏิบัติทุกวัน ชาวต่างชาติมีพระอาจารย์สอนแนะนำเป็นภาษาอังกฤษให้ วิธีการปฏิบัติกรรมฐานเน้นยึดเอาอาการเคลื่อนไหวของรูปที่ท้องเป็นหลักในอิริยาบถใหญ่ คือ ยืน เดิน นั่ง นอน และในอิริยาบถย่อยต่างๆ เมื่อปฏิบัติกรรมฐานเสร็จแล้วทุกครั้งจะทำการกำหนดจิตแผ่เมตตา บทแผ่เมตตาและบทกรวดน้ำ (อุทิศส่วนกุศล)

หลวงพ่ोजรัญ จิตฺตมโ ได้พูดถึงประโยชน์ของกรรมฐานว่าการเจริญเคลื่อนไหวของรูปที่ท้องโดยตรงก็คือ สามารถบังคับจิตของตนเองได้ไม่ก่อให้เกิดปัญหา การพองยุบยังนำมาใช้ประโยชน์ในการประกอบกิจการงานต่างๆ ในบ้านเรือนได้เป็นอย่างดีส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ส่งเสริมให้มีสุขภาพกายที่ดี เพราะจิตใจที่ดีย่อมส่งผลดีต่อร่างกาย เป็นการพักผ่อนที่ได้ผลดีต่อสุขภาพกายและจิต (หลวงพ่ोजรัญ จิตฺตมโ. เวปไซด์)

1.4 ท่านดิช นัท ฮันห์ พบว่า เป็นการฝึกเจริญอานาปานสติควบคู่ไปกับการฝึกเจริญสติปัฏฐาน 4 ตามกระบวนการของไตรสิกขา คือ ฝึกให้มีสติ ระลึกรู้อยู่กับปัจจุบันขณะอย่างต่อเนื่อง จนทำให้ผู้ฝึกปฏิบัติเกิดสมาธิ (สมถะ) และเกิดปัญญา (วิปัสสนา) ทำให้มองเห็นสรรพสิ่งตามความเป็นจริงและนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยเน้นการเจริญสติในชีวิตประจำวันอย่างตระหนักรู้ในแต่ละลมหายใจเข้าออกและกลับมาอยู่กับปัจจุบัน

การที่จะเข้าร่วมกิจกรรมภาวนาการปฏิบัติอย่างมีสังฆะ (ชุมชน) หมู่บ้านพลัม จะต้องมีส่วนขั้นตอนในการเข้าร่วมกิจกรรม คือ ลงทะเบียน ปฐมนิเทศ แนะนำการทำสมาธิ ร่วมถึงแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อย ส่วนวิธีการเจริญสติมีทั้งการฝึกปฏิบัติในอิริยาบถหลักและการฝึกปฏิบัติกับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน (อิริยาบถย่อย) โดยมีกุศโลบายที่หลากหลาย เพื่อช่วยให้การฝึกปฏิบัติเป็นไปอย่างผ่อนคลาย เบิกบาน และทำให้กลับมาอยู่กับปัจจุบันขณะได้ง่ายขึ้น การเจริญสติในอิริยาบถนั่ง มี 2 วิธีหลักๆ คือ นั่งสมาธิแบบมีบทนาและนั่งสมาธิเงียบหรือนั่งสมาธิทั่วไป

ส่วนผลของการเจริญสติตามแนวทางของ ดิช นัท ฮันห์ พบว่าทำให้พัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นทั้งทางด้านร่างกาย วาจา และจิตใจ ทั้งยังเป็นประโยชน์แก่สังคมอีกด้วย (พระทรัพย์ฐ มหาวิโร (บุญพิฟ้า. 2553) และนำพาไปสู่สันติสุขและอิสรภาพ การเจริญสติเป็นบาทฐานในการสร้างสันติภาพในทุกระดับ สติช่วยให้เข้าใจสถานการณ์ปัญหาได้ชัดเจนนำไปสู่การแก้ปัญหาที่แท้จริง

2. แก่นคำสอนและเป้าหมายของการปฏิบัติกรรมฐาน

พระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่ोजรัญ จิตฺตมโ) ผลการวิจัยพบว่า แก่นคำสอนหรือแก่นสาร การทำสมาธิ คือ การสะสมพลังจิต (Increase Mind Power) เมื่อสะสมได้มากก็จะทำให้จิตสงบพบกับความสุขพิเศษ เรียกว่า “Extra Ordinary Happiness” ซึ่งจะฝังสนิทติดอยู่ที่ใจความสุขพิเศษนี้เกิดขึ้นจากสมาธิสร้างขึ้นเท่านั้น ตรงกับหนังสือหลักสูตรธรรมสมาธิจุดประสงค์ของการทำสมาธิ คือ สะสมพลังจิต และเป้าหมายของการปฏิบัติกรรมฐานหรือการสอนสมาธิตามเจตนารมณ์ของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่ोजรัญ จิตฺตมโ) คือ การสร้างพลังจิตให้แก่ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ เพื่อเกิดความสันติสุขสันติภาพในโลก (The World in Peace)

หลวงพ่ोजรัญ จิตฺตมโ ผลการวิจัยพบว่า แก่นคำสอนหรือแก่นสาร ท่านเน้นในเรื่องของการเจริญสติโดยวิธีการเคลื่อนไหว โดยการเอาสติเข้าไปกำหนดรู้อารมณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพราะเมื่อมีการกำหนดรู้บ่อยๆ

ความรู้สึกตัวธรรมดาจะพัฒนาขึ้นมาสู่ระดับของสติที่มีพลังและสามารถควบคุมความรู้สึกนึกคิดที่เกิดจากจิตได้โดยอัตโนมัติ และเป้าหมายของการปฏิบัติกรรมฐาน ท่านต้องการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ให้เห็นซึ่งสัมฤทธิ์ธรรมความจริงในชีวิตให้ล่วงพ้นความทุกข์แต่ในปัจจุบัน การใช้สติกำหนดอยู่กับปัจจุบันขณะมุ่งควบคุมจิตเพื่อให้ปราศจากความทุกข์และการอยู่เหนือความทุกข์อันเป็นเป้าหมายสูงสุด คือการเข้าถึงพระนิพพาน

หลวงพ่อจัญญ์ วิสุทธิมโฆ ผลการวิจัยพบว่า แก่นคำสอนหรือแก่นสาร ท่านเน้นการพัฒนาจิตใจคนด้วยการทำวิปัสสนากรรมฐานด้วยหลักสติปัฏฐาน 4 แบบพองหนอ-ยุบหนอ และท่านยังเป็นผู้ที่ส่งเสริมให้พุทธศาสนิกชนหมั่นสวดมนต์ด้วยพุทธชัยมงคลคาถา (พาหุเมหิกา) เพื่อเป็นเครื่องเจริญสติเน้นหนักที่การสั่งสอนเรื่องกฎแห่งกรรม ส่วนเป้าหมายของการปฏิบัติกรรมฐาน ท่านได้ตั้งปณิธานแน่วแน่ว่าจะสร้างคนโดยใช้วิธีการที่สำคัญ คือ การให้การศึกษอบรมและสอนวิปัสสนากรรมฐาน

และท่านดิช นัท ฮันท์ ผลการวิจัยพบว่า แก่นคำสอนหรือแก่นสาร ท่านให้ความสำคัญสติว่าเป็นหัวใจสำคัญเป็นรากฐานของการมีความสุข กระทั่งความสุขจากการรู้แจ้ง สติเป็นรากฐานของการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ทำให้มีความเคารพและมีความเมตตากรุณาต่อผู้อื่นและในสถานการณ์ที่สังคมวิกฤติวุ่นวาย การพิจารณาสถานการณ์อย่างมีสติทำให้เห็นปัญหาชัดเจนนำไปสู่การแก้ปัญหาที่แท้จริง และเป้าหมายของการปฏิบัติกรรมฐาน ท่านอุทิศตัวเพื่อนำสันติภาพกลับมาด้วยสันติวิธีในรูปแบบต่างๆ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักพุทธธรรม โดยเน้นว่าการเจริญสติเพื่อพัฒนาคุณธรรมภายในคือที่สำคัญในการสร้างสันติภาพอย่างยั่งยืนให้แก่สังคมและโลก เพื่อสร้างสรรค์ความรัก ความเข้าใจ และสันติสุขให้กับผู้คนทั่วโลก (Peace in the World)

3. เปรียบเทียบการปฏิบัติกรรมฐานตามแนวทางของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อวิริยงค์ สิรินุโร) กับหลวงพ่อเทียน จิตตสุโข หลวงพ่อจัญญ์ วิสุทธิมโฆ และท่านดิช นัท ฮันท์ ในประเด็นดังต่อไปนี้

พระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อวิริยงค์ สิรินุโร) ท่านเน้นเน้นการทำสมาธิ โดยใช้คาบิกรรม “พุทโธ” มีจุดประสงค์เพื่อสะสมพลังจิต อันเป็นจุดประสงค์ที่แท้จริงของการทำสมาธิ (หลวงพ่อวิริยงค์ สิรินุโร. 2550:

1) เมื่อพลังจิตเพียงพอแล้ว ก็สามารถนำไปขจัดและแก้ปัญหาคความขัดแย้งทั้งภายในใจตนและกับบุคคลอื่นได้ท่านจึงเน้นการทำสมาธิเพื่อนำพลังจิตมาใช้ในชีวิตประจำวันเป็นเรื่องสำคัญ หลวงพ่อวิริยงค์ สิรินุโร แม้ว่าจะได้รับการถ่ายทอดมาจากหลวงปู่มั่น ภูริทัตโต ซึ่งเป็นพระอาจารย์ของพระเถระท่านอื่นอีกมาก แต่หลักสูตรครุสมาธิมีความแตกต่างจากการสอนของพระเถระท่านอื่น สรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง คือ 1) มีหลักสูตร ขั้นตอนและระยะเวลาในการเรียนที่ชัดเจน 2) มีหลายสาขาทั่วประเทศและต่างประเทศ 3) ที่เรียนสะดวกสบาย 4) เหมาะกับชีวิตคนทั่วไป ทุกเพศ ทุกวัย ใช้ชีวิตประจำวันได้ตามปกติ 5) มีคณาจารย์และพี่เลี้ยงช่วยสอนและดูแลอย่างใกล้ชิด และ 6) ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันมากกว่ามุ่งสู่พระนิพพาน

จุดอ่อน คือ มุ่งเน้นการฝึกฝนในขั้นสมถะกรรมฐานมากกว่าวิปัสสนากรรมฐาน

หลวงพ่อเทียน จิตตสุโข เน้นการเจริญสติโดยวิธีการเคลื่อนไหวการขยับมือสร้างจังหวะ 14 จังหวะเพื่อใช้เป็นเครื่องเหนี่ยวจิตให้มีสติรู้สึกตัว มีปัญญารู้เท่าทันกิเลสอยู่ตลอดเวลาโดยการเอาสติเข้าไปกำหนดรู้อารมณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพราะเมื่อมีการกำหนดรู้บ่อยๆ ความรู้สึกตัวธรรมดาจะพัฒนาขึ้นมาสู่ระดับของสติที่มีพลังทำให้สามารถควบคุมความรู้สึกนึกคิดที่เกิดจากจิตได้โดยอัตโนมัติเป็นการแก้ไขทุกข์ที่เกิดขึ้นในจิตของแต่ละบุคคลได้

จุดแข็ง คือ 1) การเจริญสติยี่สิบวิธีการปฏิบัติแบบเคลื่อนไหวเป็นหลัก 2) มีแนวคิดมีวิธีการปฏิบัติที่ชัดเจนก็คือ ให้มีสติ รู้สึกตัว รู้เท่าทันความคิดและอารมณ์อยู่ตลอดเวลา 3) คำสอนของท่านเป็นคำสอนแบบตรงไปตรงมา

โดยไม่มีภารกิจภาษาทางปริยัติ แต่ก็ไม่ได้ปฏิเสธตำรา และ 4) การเข้าใจธรรมชาติของท่านและนำมาเผยแผ่ อาศัยประสบการณ์ของสภาวะทางจิตเป็นการอธิบายโดยไม่มีการเปรียบเทียบกับความถูกต้องที่มีอยู่ในตำรา

จุดอ่อน คือ 1) มีปัญหาการใช้ภาษาในการสื่อสารเพราะท่านอ่านและเขียนภาษาไทยไม่ได้ ใช้ภาษาท้องถิ่นในการสื่อสารเป็นหลัก 2) พระอาจารย์แนะนำเบื้องต้นและให้ปฏิบัติเอง ไม่มีอาจารย์คอยดูแลแนะนำใกล้ชิด และ 3) ไม่มีหลักสูตรแน่นอน แล้วแต่จะจัดกิจกรรมขึ้น

หลวงพ่ोजรัญ จิตฺตมโหม เน้นการสั่งสอนเรื่องกฎแห่งกรรม โดยยกเหตุการณ์ที่ท่านประสบและนับเป็นกฎแห่งกรรมขึ้นมาเป็นอุทาหรณ์อยู่เสมอ และเน้นการพัฒนาจิตใจคนด้วยการทำวิปัสสนากรรมฐานด้วยหลักสติปัฏฐาน 4 แบบพองหนอ-ยุบหนอ และส่งเสริมให้พุทธศาสนิกชนหันมาสวดมนต์ด้วยพุทธชัยมงคลคาถา (พาหุงมหาภา) เพื่อเป็นเครื่องเจริญสติ การปฏิบัติกรรมฐานของท่านสามารถสรุปถึงจุดแข็งและจุดอ่อนได้ดังนี้

จุดแข็ง คือ 1) ยึดเอาอาการเคลื่อนไหวพองยุบที่ท่องเป็นหลัก 2) มีสถานที่ที่มีความพร้อมที่จะรองรับผู้ปฏิบัติธรรมได้เป็นจำนวนมากในแต่ละครั้ง ที่พัก ห้องน้ำและอาหารให้ผู้ปฏิบัติธรรมตลอดการเข้าปฏิบัติ 3-7 วัน 3) มีสื่อในการเผยแพร่เป็นที่รู้จักทั่วประเทศ และ 4) มีพระอาจารย์มาแนะนำและคอยควบคุมในการปฏิบัติ

จุดอ่อน คือ เป็นการปฏิบัติธรรมที่เน้นเฉพาะฝ่ายคฤหัสถ์

และท่านติช นัท ฮันห์ เน้นฝึกให้มีสติ ระลึกรู้อยู่กับปัจจุบันขณะอย่างต่อเนื่องจนทำให้ผู้ฝึกปฏิบัติเกิดสมาธิ (สมถะ) และเกิดปัญญา (วิปัสสนา) ทำให้มองเห็นสรรพสิ่งตามความเป็นจริงและนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิต การเจริญสติตามแนวทางของท่านติช นัท ฮันห์ มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ดังนี้

จุดแข็ง คือ 1) มี “สังฆะ” ชุมชนแห่งการฝึกปฏิบัติเพื่อดำเนินชีวิตอย่างมีสติของพุทธบริษัท 4 ประกอบด้วย ภิกษุ ภิกษุณี อุบาสก และอุบาสิกา 2) ปฏิบัติอย่างเป็นธรรมชาติและผสมผสานไปกับวิถีชีวิตประจำวัน และ 3) มีอุปกรณ์เป็นกุศโลบายที่นำไปใช้อย่างได้ผล เช่น เมื่อได้ยินเสียงระฆังก็จะกลับมาอยู่กับลมหายใจ หรือบทภาวนาที่ใช้ได้ทั้งขณะแปร่งพิน ห่มจีวร อาบน้ำ เป็นต้น

จุดอ่อน คือ ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเป็นหลัก

จากการศึกษาวิจัยพบว่า การปฏิบัติกรรมฐานในแต่ละสำนักนั้นมีแนวคิดหลักคำสอน รูปแบบ ขั้นตอน วิธีการที่มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับการนำมาประยุกต์ให้เข้ากับความสะดวกเหมาะสมกับจริตของแต่ละท่านว่าเมื่อน้อมมาปฏิบัติแล้วเกิดผลกับจิตเป็นอย่างดี แล้วนำมาสอนแก่ศิษยานุศิษย์ได้ประพจน์ปฏิบัติจนเกิดผลเช่นเดียวกันตามความวิริยะอุตสาหะของตน ซึ่งแต่ละสำนักต่างมีเทคนิคหรืออุบายการสอนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะแต่มีจุดหมายปลายทางอันเดียวกันทั้งเป้าหมายรอง คือ จิตใจสงบ มีสติคอยกำกับให้รู้สึกตัวอยู่เสมอ มีความตั้งมั่นในการทำงานได้เพิ่มขึ้น มีผลดีต่อสุขภาพร่างกาย มีความสุขใจ ทำให้อยู่ในสังคมอย่างปกติสุข มีจิตใจที่เข้มแข็งหนักแน่นส่งผลให้เกิดการพัฒนาชีวิตให้มีคุณภาพชีวิตและเป้าหมายหลักคือ ความหลุดพ้นจากทุกข์ทั้งปวง

อภิปรายผล

จากสรุปผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การปฏิบัติกรรมฐานในแต่ละสำนักมีหลักคำสอนและอุบายในการสอนกรรมฐานต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากสำนักก็มีวิถีปฏิบัติกรรมฐานที่เป็นแบบฉบับเฉพาะตน ซึ่งได้รับสืบทอดมาจากบูรพาจารย์ วิธีการปฏิบัติกรรมฐานของบูรพาจารย์ผู้เป็นต้นแบบแต่ละท่านก็มีความโดดเด่นแตกต่างกันออกไป วิธีเป็นไปตามที่ปรากฏในคัมภีร์ทางพุทธศาสนาที่กล่าวว่า กรรมฐาน คือ สิ่งที่ใช้เป็นอารมณ์ในการเจริญภาวนา เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการ

ฝึกอบรมจิตเป็นอุบายหรือกลวิธีเหนี่ยวนำให้เกิดสมาธิ ธรรมฐานจึงเป็นสิ่งที่เอามาให้จิตกำหนดเพื่อให้จิตสงบอยู่ได้ ไม่เที่ยวเตลิดเลื่อนลอยฟุ้งซ่านไปอย่างไร้จุดหมาย มี 2 อย่าง คือ 1) สมถกรรมฐาน เป็นอุบายทำให้ใจเป็นสมาธิ มีกรรมฐาน 40 เป็นอารมณ์ และ 2) วิปัสสนากรรมฐาน เป็นอุบายทำให้เรื่องปัญญา มีวิปัสสนาภูมิ 6 เป็นอารมณ์ (พระวิสุทธิวงศาจารย์ (ธรรมรัตน์ กิตติภทฺโท. 2556: 6) ดังนั้น วิธีการปฏิบัติกรรมฐานของบูรพาจารย์ผู้เป็นต้นแบบ จึงเป็นไปตามจิต ซึ่งหมายถึง ปกตินิสัย พื้นเพของจิตใจ หรือความประพฤติที่หนักไปในทางใดทางหนึ่งระบุไว้ในวิสุทธิมรรคมี 6 อย่าง คือ 1) รากะจิต 2) โทสจิต 3) โมหะจิต 4) สัทธาจิต 5) พุทธิจิต หรือญาณจริยา และ 6) วิตกจิต (พระธรรมธีรราชมหามุนี (โชดก ญาณสิทธิ. 2531: 16-17) และพระศรีศกดิ์ สงวโร (แสงธง. 2556) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่อง “การวิเคราะห์จิต 6 กับการปฏิบัติธรรมในพระพุทธศาสนา” พบว่า บุคคลในแต่ละจิตย่อมมีพฤติกรรมเฉพาะที่แตกต่างกันไป ดังนี้ 1) รากะจิต ผู้มีความประพฤติหนักไปในทางรักสวรัถงาม 2) โทสจิต ผู้มีความประพฤติหนักไปในทางใจร้อน หงุดหงิด 3) โมหะจิต ผู้มีความประพฤติหนักไปในทางเขลา เหนงซึ่ม เงื่องงง มงมาย 4) สัทธาจิต ผู้มีความประพฤติหนักไปในทางมีจิตซาบซึ้ง ซึ่นบาน น้อมใจเลื่อมใสโดยง่าย 5) พุทธิจิตหรือญาณจิต ผู้มีความประพฤติหนักไปในทางใช้ความคิดพิจารณา และ 6) วิตกจิต ผู้มีความประพฤติหนักไปในทางนึกคิดจับจด ฟุ้งซ่าน สาเหตุของการมีจิต 6 ที่แตกต่างกันนั้นพบว่า มีสาเหตุมาจากความเคยชินในอดีต หรือจากกรรมที่เคยทำไว้ในอดีตชาติ และเมื่อกล่าวถึงเรื่องของจิต 6 ในเบื้องต้นนั้นพบว่าจะมุ่งไปในเรื่องของแนวทางการเจริญสมถกรรมฐาน คือ หมวดกรรมฐาน 40 ประการ เป็นหลัก ซึ่งผู้ปฏิบัติกรรมฐานในทุกสำนักต่างมีความเห็นว่า ได้มีการไปปฏิบัติกรรมฐานในหลายสำนัก แล้วจึงเลือกสำนักที่ถูกใจตนเองโดยให้เหตุผลที่เลือกว่า มีการสอนเป็นเหตุเป็นผลจริง เข้าใจหลักการปฏิบัติ มีวิธีการปฏิบัติเรียบง่ายเป็นธรรมชาติสอดคล้องกับการนำไปใช้ในชีวิตรประจำวัน และถ้าทุกคนมีความตั้งใจและมีความศรัทธา จะเป็นการปฏิบัติกรรมฐานในรูปแบบใดก็ย่อมบังเกิดผลบรรลุตามจุดหมายของการปฏิบัติ นั้น ประโยชน์หรือผลที่ได้รับตามมาก็คือ การได้ยึดหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต เพื่อให้เกิดความสุข ความสบายใจ การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข และเกิดสันติภาพที่แท้จริงขึ้นในโลก

2. การปฏิบัติกรรมฐานตามแนวทางของทุกสำนักส่งผลต่อการพัฒนาตนเองทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ทั้งนี้เนื่องมาจากกรรมฐานตามแนวทางของทุกสำนักเป็นการมุ่งเน้นอบรมจิตให้จิตใจสงบ มีสติคอยกำกับให้รู้สึกตัวอยู่เสมอ มีความสุขใจซึ่งส่งผลดีต่อสุขภาพร่างกาย มีจิตใจที่เข้มแข็งหนักแน่น มีความตั้งมั่นในการทำงานได้เพิ่มขึ้น ทำให้อยู่ในสังคมอย่างปกติสุข จึงทำให้การปฏิบัติกรรมฐานส่งผลให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองสอดคล้องกับกลุ่มจิตวิทยาผ่านตัวตน (Transpersonal Psychology) ซึ่งศึกษาเรื่องความตระหนักในตนเอง (Awareness) หรือความมีความรู้สึกตัวหรือสติในการรับรู้บนความเชื่อเบื้องต้นว่าการพัฒนาความเจริญของทางร่างกายอารมณ์ สติปัญญาและจิตตังงามเชิงคุณธรรมมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน (พระครูปลัด-มารุต วรรณกุล. 2553: 28-29) และทฤษฎีการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง (Transformative Learning Theory) ของ Mezirow ที่เน้นว่าเป็นกระบวนการที่บุคคลใช้การแปลความหมายที่เคยใช้มาในอดีตมาพัฒนาให้เกิดความคิดใหม่ หรือเป็นการทบทวนการแปลความหมาย ประสบการณ์ของบุคคล เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติในอนาคต (Mezirow. 1996: 237-239; อ้างถึงใน ชิตขงศ์ ส.นันทาเนตร. 2549: 42) โดยผู้ปฏิบัติทุกสำนักต่างมีความเห็นว่าเมื่อได้ปฏิบัติกรรมฐานแล้ว ทำให้มีสติ มีเหตุผล จิตใจสงบ มีความสบายใจ ความคิดมันคอยรู้เข้าใจคนอื่น เข้าใจตัวเอง สามารถควบคุมอารมณ์ได้ มีความรอบคอบในการประกอบกิจการอาชีพทำให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างปกติสุขและเมื่อมีสุขภาพจิตที่ดีก็ส่งผลให้สุขภาพทางกายดีตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับพระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต) (2546: 145) กล่าวถึง หลักการพัฒนาตนเองว่าเมื่อจิตใจดีก็ส่งผลดีออกมาต่อร่างกาย ใจไม่โกรธไม่

เครือข่ายให้มีสุขภาพดีและมีผลในการสัมพันธ์หรือในการอยู่ร่วมสังคมด้วยทำให้สภาพแวดล้อมภายนอกพลอยดีไปด้วย และการพัฒนาจิตใจนั้นเมื่อมีสมาธิไม่ว่าวันสัปดาห์ก็เป็นฐานให้แก่การพัฒนาปัญญาต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการปฏิบัติกรรมฐานของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อวิริยังค์ สิรินฺธโร)” กับหลวงพ่อเทียน จิตตสุโภ หลวงพ่อจรัญ ฐิตธมฺโม และท่านติช นัท ฮันห์” ผู้วิจัยเห็นว่า ยังมีประเด็นที่น่าสนใจที่พื้งนำไปศึกษาวิจัยเพิ่มเติมดังนี้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้มากขึ้นกว่าเดิม
2. ควรศึกษาแนวทางการปฏิบัติกรรมฐานและเหตุปัจจัยในการปฏิบัติกรรมฐานของพระธรรมวิสุทธิมงคล (หลวงตามหาบัว ญาณสมฺปนฺโน)
3. ควรเข้าร่วมสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในกิจกรรมการปฏิบัติกรรมฐานมากกว่าการเข้าไปสังเกตการณ์

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้หลักสูตรครูสมาธิของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อวิริยังค์ สิรินฺธโร) สามารถเผยแพร่ไปทั่วประเทศไทยและต่างประเทศ เพราะปัจจุบันพบว่ามีสาขาที่สอนหลักสูตรครูสมาธิในประเทศไทยถึง 200 กว่าสาขาทั่วประเทศรวมทั้งมีสาขาในต่างประเทศ คือ ในประเทศแคนาดา และประเทศสหรัฐอเมริกา
2. ควรศึกษาผลของการปฏิบัติสมาธิตามหลักสูตรครูสมาธิของพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อวิริยังค์ สิรินฺธโร) ที่มีต่อการพัฒนาจิตใจ เพราะมีผู้จบหลักสูตรครูสมาธิจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศในทุกระดับอายุ เพศ อาชีพ และมีผลต่อสันติภาพโลก
3. เหตุปัจจัยในการเลือกวิธีการปฏิบัติกรรมฐานของผู้ปฏิบัติกรรมฐาน เพราะปัจจุบันมีคนหนุ่มสาวมาปฏิบัติธรรมมากขึ้นซึ่งมีแนวคิดในการเลือกวิธีการปฏิบัติ
4. ควรศึกษาผลของการเจริญสติตามแนวทางของหลวงพ่อเทียน จิตตสุโภ เนื่องจากมีผู้ปฏิบัติอย่างกว้างขวาง และมีทุกช่วงอายุ ซึ่งในแต่ละช่วงอายุจะมีผลการเจริญสติเหมือนหรือต่างกัน
5. ควรศึกษาการพัฒนาตนเองตามแนวทางการปฏิบัติกรรมฐานของหลวงพ่อจรัญ ฐิตธมฺโม เพราะมีการจัดฝึกอบรมกรรมฐานอย่างสม่ำเสมอ แต่ครั้งก็มีผู้มาปฏิบัติจำนวนมาก จะมีแนวโน้มผลการปฏิบัติกรรมฐานในทางสมณะหรือวิปัสสนา
6. ควรศึกษาการพัฒนาตนเองตามแนวทางปฏิบัติแบบสังฆะของท่านติช นัท ฮันห์ ซึ่งเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตบนพื้นฐานของหลักพุทธธรรมปฏิบัติอย่างเป็นธรรมชาติและผสานไปกับวิถีชีวิตประจำวันทำให้พัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นทั้งทางด้านร่างกาย วาจา และจิตใจ

เอกสารอ้างอิง

เจริญ ช่วงชิต. (2557). การศึกษาสมาธิในพระพุทธศาสนาเถรวาท. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา. พระนครศรีอยุธยา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ-วิทยาลัย.

- ณัฏฐ์ ศรีดี. (2556). การพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กร: กรณีศึกษากลุ่มพระสงฆ์และองค์กรเผยแผ่พุทธธรรมในแนวปฏิบัติเพื่อพัฒนาจิตใจและปัญญา. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส).
- ฉันทพัทธ์สร ธรรมโชติเมธิน. (2559). ปรัชญาการณการเข้าถึงชีวิตจิตวิญญาณในสังคมสมัยใหม่. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยนวัตกรรมการสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต.
- พระครูปลัดมารุต วรรณโค. (2553). การศึกษาวิเคราะห์พุทธจิตวิทยาในพระไตรปิฎก. พระนครศรีอยุธยา: ภาควิชาปริยัติธรรมและจริยศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระทรัพย์ฐ มหาวีโร (บุญพิฟ้า). (2554). การศึกษาวิธีการเจริญสติในชีวิตประจำวันตามแนวทางของ ดิข นัท ฮันห์. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต. พระนครศรีอยุธยา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระธรรมธีรราชมหามุนี (โชดก ญาณสิทธิ ป.ธ. 9). (2531). หลักปฏิบัติสมถะวิปัสสนากรรมฐาน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). (2546). รุ่งอรุณของการศึกษา เบิกฟ้าแห่งการพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- พระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อดาวรุ่ง สิริธโร). (2550). หลักสูตรครูสมาธิ เล่ม 1. กรุงเทพฯ: คำน่า.
- พระธรรมมงคลญาณ. (2558). หลักสูตรอุทตมสมาธิ. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันพลังจิตตานุภาพ.
- พระมหาเชมนันท์ ปิยสีโล. (2554). การศึกษาเปรียบเทียบแนวการปฏิบัติกรรมฐานของหลวงพ่อเทียน จิตตสุโก กับพระอาจารย์มิตซูโอะ คเวสโก. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาปรัชญาและศาสนา. พระนครศรีอยุธยา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระราชธรรมเจติยาจารย์ (หลวงพ่อดาวรุ่ง สิริธโร). (2550). หลักสูตรครูสมาธิ. กรุงเทพฯ: สถาบันพลังจิตตานุภาพ มูลนิธิหลวงพ่อดาวรุ่ง สิริธโร.
- พระวิสุทธิวงศาจารย์ (ธรรมรัตน์ กิตติโก). (2556). คู่มือการปฏิบัติสมถะวิปัสสนากรรมฐาน. กรุงเทพฯ: พิมพ์ถวายเป็นอาจริยบูชาในโอกาสทำบุญอายุครบ 6 รอบ 72 ปี.
- พระศรีศักดิ์ สงวโร. (2556). การวิเคราะห์จิต 6 กับการปฏิบัติธรรมในพระพุทธศาสนา. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต. พระนครศรีอยุธยา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- หลวงพ่อดาวรุ่ง วัดอัมพวัน. พระสุปฏิปันโนแก่นแท้แห่งพระกรรมฐาน. จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/684215>.
- หลวงพ่อดาวรุ่ง จิตตสุโก. (2553, พุทธศักราช). ฐิติๆ วารสารเฉพาะกิจในโครงการ 100 ปี ชาตกาลหลวงพ่อดาวรุ่ง จิตตสุโก ฉบับที่ 1. จาก [http://www.achso.co.th/luangporteean/wp-content/uploads/2010/11/100_year_Who_Sue_Sue_\(v2-1\).pdf](http://www.achso.co.th/luangporteean/wp-content/uploads/2010/11/100_year_Who_Sue_Sue_(v2-1).pdf).
- Mezirow, J. (1996). Beyond Friere and Habermas: Confusion. A Response to Bruce. Pietrykowski. Adult Education Quarterly. 46(1): 237-239.

NBUS022: นวัตกรรมเชิงสังคมที่มีผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในบริษัทที่จดทะเบียนในดัชนี SET50 และ SET100 ของตลาดหลักทรัพย์ไทย
SOCIAL INNOVATION AFFECTING THE CORPORATE ECONOMIC SUSTAINABILITY OF COMPANIES LISTED IN SET50 and SET100 INDEXES OF THAI STOCK MARKET

ดร.อำพล ชะโยมชัย¹ ดร.วิไลวรรณ โพนศิริ²

¹ นักวิจัยอิสระและที่ปรึกษาทางธุรกิจ

² อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมเชิงสังคมที่มีผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในบริษัทที่จดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 และ SET100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การศึกษาใช้ข้อมูลตัดขวางของค่าเฉลี่ย 3 ปี ในช่วง พ.ศ. 2557-2559 งานวิจัยใช้ตัวอย่าง คือ บริษัทในกลุ่มดัชนี SET50 และ SET100 การวิเคราะห์ทางสถิติใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ ผลการวิจัย พบว่า 1) ทั้งกลุ่มดัชนี SET50 และ SET100 มีความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในระดับดีมาก 2) ตัวแบบที่เหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์ คือ ตัวแบบที่มีอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวมเป็นตัววัดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้วมีค่าสูงที่สุด 3) ตัวแปรของนวัตกรรมเชิงสังคมที่ส่งผลเชิงบวกต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร ได้แก่ กระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อยอดขาย อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม และการฝึกอบรมหรือการมีโปรแกรมพัฒนาพนักงานในองค์กร และ 4) ตัวแปรของนวัตกรรมเชิงสังคมที่ส่งผลเชิงลบต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร ได้แก่ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น งานวิจัยเสนอแนะว่า ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรสนับสนุนบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ให้มุ่งความยั่งยืนขององค์กร บริษัทจดทะเบียนสามารถใช้ตัวแบบจากงานวิจัยในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืนขององค์กร และนักลงทุนสามารถพิจารณาการลงทุนโดยใช้ตัวแปรนวัตกรรมเชิงสังคมที่สำคัญจากงานวิจัยครั้งนี้

คำสำคัญ: นวัตกรรมเชิงสังคม, ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร, ดัชนี SET50, ดัชนี SET100

Abstract

The purpose of this research was to study social innovation factors affecting the corporate economic sustainability of companies listed in SET50 and SET100 Indexes in the Stock Exchange of Thailand. The study used the cross-sectional data of the 3-year average over the period from 2014 to 2016. The research used samples were companies listed in SET50 and SET100 indexes. The descriptive statistics and multiple regression analysis were performed. The results showed that 1) the corporate economic sustainability of both SET50 and SET100 indexes were very good, 2) the best equation model was the model that used Return on assets as corporate economic sustainability because the adjusted coefficient of determination was the highest, 3) the variables of social innovation that positively affected

corporate economic sustainability were operating cash flow per sales ratio, asset turnover ratio, and employee training or development program, and 4) the variable of social innovation that had negative effect on corporate economic sustainability was debt per equity ratio. The research suggests that the Stock Exchange of Thailand should support the listed companies to focus on corporate sustainability. Listed companies can utilize the research model to formulate strategies for corporate sustainability. Investors can also consider their investment by using key social innovation variables from this research.

Keywords: Social innovation, Corporate economic sustainability, SET50 Index, SET100 Index

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในปัจจุบันมุ่งสนใจด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (Sustainable development) เหตุนี้เนื่องมาจากปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมทั่วโลกที่เพิ่มมากขึ้น จนเกิดความกังวลต่อผลกระทบในอนาคต (Savitz. 2013) นอกจากการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนจะพยายามแก้ไขปัญหาลงในระดับโลกแล้ว ยังส่งผลต่อระดับองค์กรด้วย ซึ่งถือเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรและตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กร เช่น ความสามารถในการแข่งขัน การลดต้นทุน และการเติบโตขององค์กร เป็นต้น (Mathew; & Rajan. 2013; Yang. 2011) การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความยั่งยืนในระดับองค์กร (Corporate sustainability) ใช้ตัวแปรทางการเงินเพื่อวัดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร โดยมีการใช้ตัวแปรทางการเงินที่แตกต่างกันไป เช่น อัตราส่วนกำไรต่อส่วนผู้ถือหุ้น (Return on equity: ROE) อัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม (Return on assets: ROA) อัตรากำไรสุทธิ (Net profit margin: NPM) อัตราเงินปันผลต่อหุ้น (Dividend yield: DIV) เป็นต้น (อำพล ชะโยมชัย. 2560; Banker, Mashruwala; & Tripathy. 2014; Dave, Wadhwa, Aggarwai; & Seetharaman. 2013; Delai; & Takahashi. 2011; Movassaghi; & Bramhandkar. 2012)

ในอดีตที่ผ่านมาพบว่า ภาครัฐกิจมุ่งเน้นไปที่การปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การบริจาค การช่วยเหลือบรรเทาทุกข์ การทำงานจิตอาสา เพื่อช่วยเหลือแบ่งปันสู่สังคมและใช้กิจกรรมดังกล่าวในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ซึ่งกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ปฏิบัติกันอยู่ยังไม่ได้มุ่งแก้ไขปัญหาลงทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง (Saul. 2011; Yang. 2011) นวัตกรรมเชิงสังคม (Social innovation) เป็นแนวทางการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมแบบใหม่ โดยนำประเด็นทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมาพัฒนารูปแบบทางธุรกิจหรือสร้างนวัตกรรมเพื่อจัดการประเด็นทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมนั้น (Minks. 2011; Saul. 2011) ตัวอย่างบริษัทผลิตเวชภัณฑ์ระดับโลก ที่ได้ทำการศึกษาปัญหาสุขภาพในเขตพื้นที่แถบแอฟริกาและละตินอเมริกา หลังจากนั้นได้นำผลการศึกษามาพัฒนาเวชภัณฑ์ที่สามารถจัดการกับปัญหาสุขภาพดังกล่าวอย่างได้ผล ทำให้หน่วยธุรกิจใหม่สามารถสร้างผลการเติบโตให้กับองค์กรและยังช่วยจัดการปัญหาสังคมได้อีกทางด้วย (Ims; & Zsolnai. 2014) จึงถือได้ว่า นวัตกรรมเชิงสังคมมีความสอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่มุ่งความยั่งยืนสามด้าน คือ ความยั่งยืนด้านสังคม ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ และถือว่านวัตกรรมเชิงสังคมนั้น ตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรด้วย (Kane. 2011; Yang. 2011) ดังนั้น นวัตกรรมเชิงสังคมจึงเป็นการสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนขององค์กรและส่งผลดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในเรื่องการจัดการปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม (Bates. 2012; Minks. 2011; Saul. 2011) การสร้างนวัตกรรมเชิงการค้า

แบบเดิมที่ไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังของสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กร จะไม่สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวได้ในอนาคต (Szekely; & Strebel. 2013)

การสร้างนวัตกรรมเชิงสังคมให้เกิดความสำเร็จ จำเป็นต้องมีปัจจัยที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมให้เกิดกระบวนการสร้างนวัตกรรมเชิงสังคมในองค์กร ได้แก่ การสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือการสร้างองค์กรแบบเปิดเพื่อร่วมมือกับองค์กรอื่นในสังคม (Daily. 2014; Minks. 2011; Saul. 2011) การสนับสนุนของผู้บริหารหรือความสามารถในการบริหาร (Daily. 2014; Minks. 2011) การดำเนินงานที่มุ่งเน้นกลยุทธ์และมีระบบการปฏิบัติงานที่ดี (Harazin; & Kosi. 2013) ทรัพยากรพร้อมที่จะสนับสนุนกระบวนการนวัตกรรมเชิงสังคม (Daily. 2014) ความสามารถของพนักงานทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ (Minks. 2011) และการส่งเสริมการทำงานร่วมกันในองค์กร (Harazin; & Kosi. 2013)

ดังนั้น ผู้วิจัยสนใจศึกษานวัตกรรมเชิงสังคมที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนขององค์กร โดยมุ่งเน้นเฉพาะความยั่งยืนทางเศรษฐกิจที่สามารถวัดค่าออกมาได้ชัดเจนและสามารถเก็บข้อมูลได้จากฐานข้อมูลที่น่าเชื่อถือ โดยงานวิจัยศึกษาในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากเป็นแหล่งระดมทุนขนาดใหญ่และสำคัญของประเทศไทย อีกทั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเอง ได้กำหนดแนวนโยบายส่งเสริมให้ทุกบริษัทเข้าร่วมในการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ สามารถเพิ่มองค์ความรู้ในทางวิชาการ เป็นประโยชน์ต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและองค์กรธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ และยังเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้ด้วย

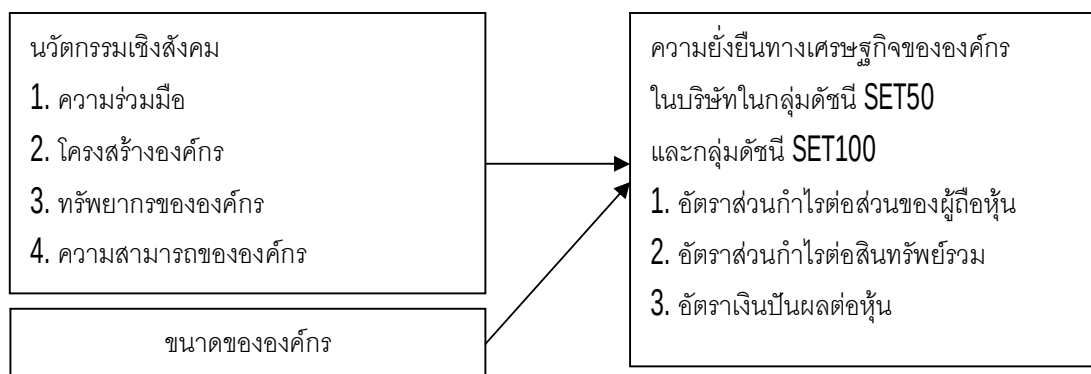
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมเชิงสังคมที่ส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในบริษัทกลุ่มดัชนี SET50 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมเชิงสังคมที่ส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในบริษัทกลุ่มดัชนี SET100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านนวัตกรรมเชิงสังคมส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในบริษัทกลุ่มดัชนี SET50 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. ปัจจัยด้านนวัตกรรมเชิงสังคมส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในบริษัทกลุ่มดัชนี SET100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากร งานวิจัยมุ่งศึกษาบริษัทขนาดใหญ่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 100 บริษัท ที่ถูกจัดลำดับในการคำนวณดัชนี SET50 และดัชนี SET100 ซึ่งหมายถึง บริษัทหรือหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าตามราคาตลาดและสภาพคล่องในการซื้อขายสูง จำนวน 50 หลักทรัพย์ และ 100 หลักทรัพย์ โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลทุกบริษัทที่มีข้อมูลครบถ้วน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยศึกษาตัวแปรต่างๆ ตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย โดยศึกษาและเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้และเปิดเผยต่อสาธารณชนทั่วไป ซึ่งฐานข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ฐานข้อมูล SETSMART และข้อมูลจากเว็บ www.settrade.com การศึกษานี้ใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-sectional data) ที่เป็นค่าเฉลี่ยข้อมูลในช่วงระยะเวลา 3 ปี คือ พ.ศ. 2557-2559

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) งานวิจัยปรับใช้ตัวแปรอิสระจากงานวิจัยของ อ่ำพล ชะโยมชัย (2560) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมเชิงสังคมและพัฒนาตัวแปรเชิงปริมาณเพื่อเก็บข้อมูลจากฐานข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังแสดงในตารางที่ 1

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ตัวแปรที่ใช้วัดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร งานวิจัยครั้งนี้เลือกใช้ตัวแปร 3 ตัวในการวัดความยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจขององค์กร คือ อัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม และอัตราเงินปันผลต่อหุ้น (ดังแสดงในกรอบแนวคิดการวิจัย ภาพประกอบ 1)

3.3 ตัวแปรควบคุม (Dependent Variable) งานวิจัยใช้ขนาดขององค์กร (Firm size) เป็นตัวแปรควบคุม โดยใช้สินทรัพย์ทั้งหมด (Total assets) เป็นตัววัดขนาดของกิจการ (วิภา จงรักษ์สัตย์, 2558)

ตาราง 1 ตัวแปรอิสระที่ใช้วัดปัจจัยด้านนวัตกรรมเชิงสังคม

ปัจจัย	ตัวแปร	สัญลักษณ์	หน่วยวัด
ความร่วมมือ	จำนวนความร่วมมือหรือโครงการกับองค์กรอื่น	COLL	จำนวนกลุ่มความร่วมมือ
โครงสร้างขององค์กร	การระดมทุนสังคม/ความยั่งยืนในสารจาก ประธานกรรมการ ผลรวมร้อยละของการถือหุ้นของบริษัทต่างชาติ ในกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ 10 อันดับแรก	LETTER FOREIGN	Dummy (0 = ไม่มี, 1 = มี) ร้อยละ
ทรัพยากรขององค์กร	การมีการฝึกอบรมหรือโปรแกรมพัฒนาพนักงาน มูลค่าตามราคาตลาด อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	TRAIN MCAP DE	Dummy (0 = ไม่มี, 1 = มี) พันล้านบาท เท่า
ความสามารถขององค์กร	กระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อยอดขาย อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	CFOS ASSET	เท่า เท่า

หมายเหตุ: ดัดแปลงจาก อำพล ชะโยมชัย (2560)

ตัวแบบสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติครั้งนี้ คือ

$$Y_i = a + b_1 \text{ COLL} + b_2 \text{ LETTER} + b_3 \text{ FOREIGN} + b_4 \text{ TRAIN} + b_5 \text{ MCAP} + b_6 \text{ DE} + b_7 \text{ CFOS} + b_8 \text{ ASSET} + b_9 \text{ SIZE} + e$$

โดยที่ Y_i คือ ตัวแปรตาม ($i = 1-3$);

Y_1 คือ อัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE);

Y_2 คือ อัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม (ROA);

Y_3 คือ อัตราเงินปันผลต่อหุ้น (DIV);

SIZE คือ ขนาดองค์กร;

α คือ ค่าคงที่ b คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย และ e คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบเก็บข้อมูลทฤษฎีตามตัวแบบงานวิจัยของ อำพล ชะโยมชัย (2560) ที่พัฒนาตัวแปรเชิงปริมาณเพื่อใช้วัดปัจจัยด้านนวัตกรรมเชิงสังคม โดยตัวแปรดังกล่าวผ่านการประเมินจากผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence Index: IOC) มากกว่า 0.7 ซึ่งถือว่า ตัวแปรมีความเหมาะสมในการนำมาใช้ประโยชน์ในงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลตัวแปรจากฐานข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณชน ซึ่งเชื่อถือได้ คือ ฐานข้อมูล SETSMART และจากเว็บ www.settrade.com เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการอ้างอิงและทำวิจัย รวมถึงใช้เพื่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยใช้สถิติพื้นฐานและการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ ด้วยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise method) โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบเงื่อนไขเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์สมการถดถอย ได้แก่ ความคลาดเคลื่อนมีการกระจายแบบปกติ (Normality) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมการต้องอยู่ในรูปเส้นตรง (Linearity) ค่าความคลาดเคลื่อนมีค่าเฉลี่ยเป็นศูนย์ ค่าความคลาดเคลื่อนต้องมีความแปรปรวนคงที่ (Homoscedasticity) และตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (No multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า Variance inflation factor (VIF) (Hair, et al., 2014)

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เบื้องต้นด้วยสถิติพื้นฐาน (แสดงในตาราง 2 และตาราง 3)

ผลการวิเคราะห์พบว่า บริษัทในกลุ่มดัชนี SET50 มีความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรที่ดีกว่าบริษัทในกลุ่มดัชนี SET100 โดยวัดจากค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และค่าเฉลี่ยของอัตราเงินปันผลต่อหุ้น (DIV) ที่มีค่าสูงกว่า (ค่าเฉลี่ยของ ROE ROA และ DIV ของกลุ่มดัชนี SET50 เท่ากับร้อยละ 17.31 9.88 และ 3.56 ตามลำดับ เทียบกับค่าเฉลี่ยของ ROE ROA และ DIV ของกลุ่มดัชนี SET100 เท่ากับร้อยละ 15.35 9.45 และ 3.33 ตามลำดับ)

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน กลุ่มบริษัทในดัชนี SET50

ตัวแปร	หน่วยวัด	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ROE	ร้อยละ	-22.36	75.89	17.31	15.55
ROA	ร้อยละ	-1.61	32.02	9.88	8.09
DIV	ร้อยละ	0.00	12.15	3.56	2.60
COLL	จำนวนกลุ่ม	0.00	4.00	3.18	0.83
LETTER	dummy	0.00	1.00	0.80	0.40
FOREIGN	ร้อยละ	0.00	78.02	15.17	14.99
TRAIN	dummy	0.00	1.00	0.78	0.42
MCAP	พันล้านบาท	30.38	894.97	184.87	179.23
DE	เท่า	0.42	16.55	2.88	3.39
CFOS	เท่า	-0.28	1.68	0.23	0.29
ASSET	เท่า	0.05	1.99	0.69	0.47
SIZE	พันล้านบาท	4.17	2,846.66	458.73	784.33

อีกทั้งปัจจัยทางนวัตกรรมเชิงสังคมด้านความร่วมมือและด้านโครงสร้างขององค์กรที่วัดจากค่าเฉลี่ยของจำนวนความร่วมมือหรือโครงการกับองค์กรอื่น (COLL) การระดมทุนสังคม/ความยั่งยืนในสารจากประธานกรรมการ (LETTER) และผลรวมร้อยละของการถือหุ้นของบริษัทต่างชาติในกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ 10 อันดับแรก

(FOREIGN) พบว่า บริษัทในกลุ่มดัชนี SET50 มีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าบริษัทในกลุ่มดัชนี SET100 รวมถึงปัจจัยทางนวัตกรรมเชิงสังคมด้านทรัพยากรขององค์กรที่มีค่าเฉลี่ยของการมีการฝึกอบรมหรือโปรแกรมพัฒนาพนักงาน (TRAIN) ที่สูงกว่า ค่าเฉลี่ยของมูลค่าตามราคาตลาด (MCAP) ที่ใหญ่กว่า และค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) ที่ต่ำกว่า ซึ่งแสดงถึงบริษัทในกลุ่มดัชนี SET50 มีปัจจัยทางนวัตกรรมเชิงสังคมที่ดีกว่าบริษัทในกลุ่มดัชนี SET100 ส่วนปัจจัยทางนวัตกรรมเชิงสังคมด้านความสามารถขององค์กรที่วัดจากค่าเฉลี่ยของกระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อยอดขาย (CFOS) และค่าเฉลี่ยของอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (ASSET) นั้น พบว่า บริษัทในกลุ่มดัชนี SET50 มีค่าเฉลี่ยของกระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อยอดขาย เท่ากับ 0.23 เท่า ซึ่งสูงกว่าเมื่อเทียบกับบริษัทในกลุ่มดัชนี SET100 ที่มีค่าเฉลี่ยของกระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อยอดขาย เท่ากับ 0.14 เท่า แม้ว่าค่าเฉลี่ยของอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมของทั้ง 2 กลุ่มมีค่าเท่ากัน ก็ยังเป็นข้อมูลที่น่าสนับสนุนว่า บริษัทในกลุ่มดัชนี SET50 มีปัจจัยทางนวัตกรรมเชิงสังคมที่ดีกว่าบริษัทในกลุ่มดัชนี SET100

ด้านขนาดขององค์กร (SIZE) ที่วัดจากสินทรัพย์ทั้งหมด พบว่า ค่าเฉลี่ยสินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัทในกลุ่มดัชนี SET50 เท่ากับ 458.73 พันล้านบาท มีค่าเกือบ 2 เท่าของค่าเฉลี่ยสินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัทในกลุ่มดัชนี SET100 เท่ากับ 250.44 พันล้านบาท

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน กลุ่มบริษัทในดัชนี SET100

ตัวแปร	หน่วยวัด	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ROE	ร้อยละ	-22.36	75.89	15.35	14.19
ROA	ร้อยละ	-9.16	39.30	9.45	8.20
DIV	ร้อยละ	0.00	12.15	3.33	2.48
COLL	จำนวนกลุ่ม	0.00	4.00	2.55	1.13
LETTER	dummy	0.00	1.00	0.67	0.47
FOREIGN	ร้อยละ	0.00	78.02	12.92	14.20
TRAIN	dummy	0.00	1.00	0.51	0.50
MCAP	พันล้านบาท	2.50	894.97	103.99	151.20
DE	เท่า	0.12	16.55	2.33	2.73
CFOS	เท่า	-1.35	1.68	0.14	0.32
ASSET	เท่า	0.05	2.89	0.69	0.51
SIZE	พันล้านบาท	1.51	2,846.66	250.44	594.69

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์เงื่อนไขเบื้องต้นของการวิเคราะห์สมการถดถอย พบว่า ทั้ง 3 ตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็นอัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และอัตราเงินปัน

ผลต่อหุ้น (DIV) ผ่านเงื่อนไขทุกข้อ และเมื่อประเมินตัวแบบจากค่า F และ sig. of F พบว่า ทั้ง 3 ตัวแบบเป็นแบบที่เหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุของกลุ่มบริษัทในดัชนี SET50

ตัวแปร	ตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็น ROE				ตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็น ROA				ตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็น DIV			
	β	Std. Error	Sig.	VIF	β	Std. Error	Sig.	VIF	β	Std. Error	Sig.	VIF
ค่าคงที่	6.245	2.662	.024*		8.704	.886	.000***		.778	.548	.163	
CFOS	24.579	4.442	.000***	1.080	10.601	1.975	.000***	1.001	2.675	.786	.001**	1.005
ASSET	6.017	2.707	.031*	1.080								
DE					-.958	.166	.000***	1.001				
TRAIN									2.067	.564	.001**	1.005
Adj. R ²		.388				.581				.333		
F		15.587				32.212				11.723		
sig of F		< .001				< .001				< .001		

หมายเหตุ ***, **, * คือ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .001, .01, .05 ตามลำดับ

ทำให้ได้ตัวแบบสมการถดถอยพหุสำหรับบริษัทในกลุ่มดัชนี SET50 ดังนี้

$$ROE = 6.245 + 24.579 \text{ CFOS} + 6.017 \text{ ASSET}$$

$$ROA = 8.704 + 10.601 \text{ CFOS} - 0.958 \text{ DE}$$

$$DIV = 0.778 + 2.675 \text{ CFOS} + 2.067 \text{ TRAIN}$$

จากตัวแบบสมการข้างต้น พบว่า กระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อยอดขาย (CFOS) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อตัวแปรตามทั้งสามตัว ส่วนอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (ASSET) มีอิทธิพลเชิงบวกต่ออัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) มีอิทธิพลเชิงลบต่ออัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม และการฝึกอบรมหรือโปรแกรมพัฒนาพนักงาน (TRAIN) มีอิทธิพลเชิงบวกต่ออัตราเงินปันผลต่อหุ้น

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจที่ปรับแล้ว (Adj. R²) พบว่า ทั้ง 3 ตัวแบบมีค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจที่ปรับแล้วในระดับปานกลาง คือ มากกว่าร้อยละ 30 โดยตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็นอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม (ROA) มีค่านี้สูงสุด คือ ร้อยละ 58.1

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุของกลุ่มบริษัทในดัชนี SET100 พบว่า ตัวแบบทั้ง 3 ตัวแบบผ่านเงื่อนไขเบื้องต้นของการวิเคราะห์สมการถดถอย และเป็นแบบที่เหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์ เมื่อประเมินตัวแบบจากค่า F และ sig. of F ทำให้ได้ตัวแบบสมการถดถอยพหุสำหรับบริษัทในกลุ่มดัชนี SET100 ดังนี้

$$ROE = 11.668 + 12.292 \text{ CFOS}$$

$$ROA = 9.067 + 5.635 \text{ CFOS} - 0.881 \text{ DE}$$

$$DIV = 3.186 + 2.006 CFOS$$

จากตัวแบบสมการข้างต้น พบว่า กระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อยอดขาย (CFOS) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อตัวแปรตามทั้งสามตัวในกลุ่มดัชนี SET100 เช่นเดียวกันกับในกลุ่มดัชนี SET50 และผลการวิเคราะห์พบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) มีอิทธิพลเชิงลบต่ออัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวมในกลุ่มดัชนี SET100 ในลักษณะเดียวกันกับที่ตัวแปรนี้มีอิทธิพลเชิงลบต่ออัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวมในกลุ่มดัชนี SET50

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุของกลุ่มบริษัทในดัชนี SET100

ตัวแปร	ตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็น ROE				ตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็น ROA				ตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็น DIV			
	β	Std. Error	Sig.	VIF	β	Std. Error	Sig.	VIF	β	Std. Error	Sig.	VIF
ค่าคงที่	11.668	.895	.000***		9.067	.559	.000***		3.186	.189	.000***	
CFOS	12.292	2.851	.000***	1.000	5.635	1.379	.000***	1.000	2.006	.506	.000***	1.000
DE					-.881	.142	.000***	1.000				
Adj. R ²		.167				.384				.166		
F		18.582				28.151				15.712		
sig of F		< .001				< .001				< .001		

หมายเหตุ *** คือ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .001

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจที่ปรับแล้ว (Adj. R²) พบว่า มีเพียงตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็นอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม (ROA) ที่มีค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจในระดับปานกลาง คือ เท่ากับร้อยละ 38.4 ส่วนอีกสองตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็นอัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้นและอัตราเงินปันผลต่อหุ้น พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ คือ ร้อยละ 16.7 และ 16.6 ตามลำดับ

สรุปจากการวิเคราะห์ได้ว่า ตัวแบบที่เหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์ของงานวิจัยครั้งนี้ คือ ตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็นอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม (ROA) ทั้งในกลุ่มดัชนี SET50 และ SET100 เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้วมีค่าสูงที่สุด คือ ร้อยละ 58.1 และ 38.4 ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง นวัตกรรมเชิงสังคมที่ส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในบริษัทที่จดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 และ SET100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้อค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน งานวิจัยพบว่า ทั้งกลุ่มบริษัทในดัชนี SET50 และกลุ่มบริษัทในดัชนี SET100 มีความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในระดับดีมาก และพบว่า กลุ่มบริษัทในดัชนี SET50 มีความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในระดับที่สูงกว่ากลุ่มบริษัทในดัชนี SET100 สนับสนุนว่า บริษัทขนาดใหญ่ที่สุดและมี

สภาพคล่องสูง จำนวน 50 บริษัทแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถือเป็นกลุ่มบริษัทที่มีบทบาทสำคัญต่อประเทศในการสร้างการเติบโตและเป็นแหล่งระดมทุนที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทย รวมถึงเป็นกลุ่มบริษัทที่นักลงทุนทั้งจากสถาบันและนักลงทุนทั่วไปมุ่งลงทุนเพื่อความยั่งยืน สอดคล้องกับที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความมุ่งมั่นในการสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับตลาดหลักทรัพย์และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เพราะนอกจากจะเป็นแหล่งระดมทุนเพื่อการพัฒนาประเทศแล้ว ยังเป็นแหล่งของการลงทุนเพื่อความยั่งยืนสำหรับนักลงทุนทุกประเภทอีกด้วย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2559)

2. ตัวแบบที่เหมาะสมทั้งในกลุ่มดัชนี SET50 และ SET100 จากงานวิจัยครั้งนี้ คือ ตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็นอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้ว มีค่าสูงที่สุด ซึ่งในตัวแบบดังกล่าวพบมีตัวแปรด้านนวัตกรรมเชิงสังคม 2 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร ได้แก่ กระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อยอดขายที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่ออัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวมและอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่มีอิทธิพลเชิงลบต่ออัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม สำหรับข้อดีในการเลือกตัวแปรตามเป็นอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวมตามที่ Schmidlin (2014) ระบุคือ ตัวแปรนี้จะสะท้อนความสนใจในผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด เนื่องจากอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวมเป็นผลรวมของหนี้และส่วนของผู้ถือหุ้น

2.1 จากตัวแบบที่ได้จากงานวิจัย ทั้งตัวแบบของกลุ่มดัชนี SET50 และ SET100 พบว่า ตัวแปรอิสระในตัวแบบที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร ส่วนใหญ่เป็นตัวแปรในปัจจุบันนวัตกรรมเชิงสังคมที่มีลักษณะด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ กระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อยอดขาย อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ส่วนตัวแปรการฝึกอบรมหรือโปรแกรมพัฒนาพนักงานถือเป็นตัวแปรในปัจจุบันนวัตกรรมเชิงสังคมที่มีลักษณะเกี่ยวกับการพัฒนาขององค์กร

2.2 กระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อยอดขาย ถือเป็นค่าที่สำคัญในการประเมินความสามารถของบริษัทในการสร้างเงินสดจากยอดขาย หากค่านี้สูง แสดงถึง บริษัทมีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการดำเนินงานในระดับดี เช่น การจ่ายหนี้ การใช้เงินสดในการลงทุนเพิ่ม เป็นต้น ดังนั้น จากงานวิจัยนี้ความสามารถขององค์กรในการมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อยอดขายที่สูง จึงมีผลดีต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร สอดคล้องกับ (Walsh, 2006) ที่ระบุว่า องค์กรจำเป็นต้องมีเงินสดที่เพียงพอต่อการใช้จ่าย ซึ่งสะท้อนถึงสภาพคล่องทางการเงินขององค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ameer and Othman (2012) ที่สรุปว่า บริษัทที่มุ่งความยั่งยืนมีประสิทธิภาพทางการเงินที่วัดจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่สูงกว่า

2.3 งานวิจัยพบว่า หากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสูงขึ้น จะส่งผลลบต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร ดังนั้น บริษัทต้องบริหารไม่ให้อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าสูงจนเกินไป ซึ่งก็คือการบริหารการมีหนี้สินขององค์กรให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม เนื่องจากการมีหนี้ที่สูงขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดความเสี่ยงต่อธุรกิจที่สูงขึ้นตามไปด้วย เพราะนอกจากอาจไม่สามารถชำระหนี้ได้แล้ว ยังส่งผลต่อการจ่ายปันผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นด้วย สอดคล้องกับ (Walsh, 2006) ที่อธิบายว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นตัววัดจุดแข็งของบริษัท เนื่องจากการที่บริษัทมีหนี้สิน แสดงถึงภาระผูกพันในการจ่ายเงินสดเพื่อชำระหนี้ในอนาคต และมีหนี้ที่สูงขึ้นหมายถึง ความเสี่ยงที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย

3. ตัวแปรอื่นๆจากปัจจัยด้านนวัตกรรมเชิงสังคมที่ส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในกลุ่มดัชนี SET50 จากงานวิจัยครั้งนี้ คือ อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่ออัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้นและการฝึกอบรมหรือโปรแกรมพัฒนาพนักงานที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่ออัตราเงินปันผลต่อหุ้น

3.1 อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม เป็นตัวชี้วัดความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ของฝ่ายบริหารทั้งการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์และการบริหารสินทรัพย์ (Dave; et al. 2013) งานวิจัยพบว่า อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมนี้มีอิทธิพลเชิงบวกต่ออัตราส่วนกำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น สอดคล้องกับ Schmidlin (2014) ได้อธิบายว่า การมีอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมที่สูงขึ้น หมายถึงการสร้างยอดขายที่มากขึ้นจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ ส่งผลให้กำไรเพิ่มขึ้น ความต้องการเงินลงทุนลดลง ดังนั้น จึงถือได้ว่า บริษัทมีความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร

3.2 การฝึกอบรมหรือโปรแกรมพัฒนาพนักงาน มีความสำคัญต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรเช่นกัน ผลจากงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Movassaghi and Bramhandkar (2012) ที่พบว่า บริษัทที่มีการเติบโตของผลประกอบการดี จะมุ่งเน้นในเรื่องสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ เช่น การพัฒนาทุนมนุษย์ การพัฒนาทุนทางปัญญา คุณภาพการบริหารจัดการ เป็นต้น

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านนโยบายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถใช้ผลจากงานวิจัยในการสนับสนุนนโยบายการสร้างความยั่งยืนให้กับตลาดหลักทรัพย์ได้ นอกจากการมุ่งเน้นในกลุ่มบริษัทดัชนี SET50 และ SET100 แล้ว ตลาดหลักทรัพย์ควรสนับสนุนและส่งเสริมบริษัทจดทะเบียนทุกบริษัทและทุกหมวดอุตสาหกรรมในการสร้างความยั่งยืนขององค์กร

2. ด้านบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ สามารถนำตัวแบบไปกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร โดยพัฒนากลยุทธ์ที่สอดคล้องกับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจตามตัวแบบที่เหมาะสมของงานวิจัย ซึ่งคือ ตัวแบบที่มีตัวแปรตามเป็นอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม จากตัวแบบดังกล่าว พบว่า มีตัวแปรด้านนวัตกรรมเชิงสังคม 2 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร ได้แก่ กระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อยอดขายที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่ออัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวมและอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่มีอิทธิพลเชิงลบต่ออัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์รวม

3. ด้านการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ สามารถใช้ตัวแปรด้านนวัตกรรมเชิงสังคมที่สำคัญจากงานวิจัยเป็นแนวทางในการพิจารณาว่า บริษัทจดทะเบียนใดที่มีโอกาสเกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมเชิงสังคมที่ส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทจดทะเบียนสามารถใช้ผลวิจัยในการวางแผนด้านนวัตกรรมเชิงสังคมเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร ส่วนนักลงทุนทั้งจากสถาบันและนักลงทุนทั่วไปสามารถใช้ผลวิจัยในการวางแผนการเลือกลงทุนในกลุ่มบริษัทที่มีความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและมีปัจจัยด้านนวัตกรรมเชิงสังคมที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจดังกล่าว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต ควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นนวัตกรรมเชิงสังคมที่แยกเป็นลักษณะต่างๆ เช่น นวัตกรรมเชิงสังคมในลักษณะเศรษฐกิจ นวัตกรรมเชิงสังคมในลักษณะการพัฒนา เป็นต้น ซึ่งอาจจะทำให้ได้ผลวิจัยที่อธิบายอิทธิพลของนวัตกรรมเชิงสังคมในแง่มุมต่างๆมากขึ้น นอกจากนั้น ควรศึกษาถึงนวัตกรรมเชิงสังคมที่ส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในกลุ่มบริษัทแยกรายอุตสาหกรรม เพื่อให้ทราบว่า ปัจจัยนวัตกรรมเชิงสังคมด้านใดบ้างที่ส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรในแต่ละอุตสาหกรรม และควรศึกษา

นวัตกรรมเชิงสังคมที่ส่งผลต่อความยั่งยืนให้ครบทั้งสามด้าน คือ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ เพื่อให้เห็นผลกระทบของนวัตกรรมเชิงสังคมต่อภาพรวมของความยั่งยืนทุกด้าน

เอกสารอ้างอิง

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2559). รายงานตลาดหลักทรัพย์เพื่อความยั่งยืน พ.ศ. 2559. จาก https://www.set.or.th/th/about/annual/files/sd_report_2559_thai_full.pdf.
- วิภา จงรักษัตย์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในประเทศไทย. *วิทยาสารเกษตรศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์*. 36(2): 230-243.
- อำพล ชะโยมชัย. (2560). ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมขององค์กรและนวัตกรรมเชิงสังคมที่มีต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*. 31(99): 188-205.
- Ameer, R.; & Othman, R. (2012). Sustainability Practices and Corporate Financial Performance: A Study Based on the Top Global Corporations. *Journal of Business Ethics*. 108: 61-79.
- Banker, R. D.; Mashruwala, R.; & Tripathy, A. (2014). Does a Differentiation Strategy Lead to More Sustainable Financial Performance than a Cost Leadership Strategy?. *Management Decision*. 52(5): 872-896.
- Bates, S. M. (2012). *The Social Innovation Imperative: Creating Winning Products, Services, and Programs that Solve Society's Most Pressing Challenges*. New York: McGraw-Hill.
- Daily, A. P. (2014). *Social Innovation and Innovation Champions: An Analysis of Public and Private Processes* (Doctoral dissertation). Virginia, US: Virginia Commonwealth University.
- Dave, P.; Wadhwa, V.; Aggarwai, S.; & Seetharaman, A. (2013). The Impact of Research and Development on the Financial Sustainability of Information Technology (IT) Companies Listed on the S&P500 Index. *Journal of Sustainability Development*. 6(11): 123-138.
- Delai, I.; & Takahashi, S. (2011). Sustainability Measurement System: A Reference Model Proposal. *Social Responsibility Journal*. 7(3): 438-471.
- Hair, J. F.; Black, W. C.; Babin, B.J.; & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. 7th ed., US: Pearson Education Limited.
- Harazin, P.; & Kosi, K. (2013). Social Challenges: Social Innovation through Social Responsibility. *Social and Management Sciences*. 21(1): 27-38.
- Ims, K. J.; & Zsolnai, L. (2014). Ethics of social innovation. *Society and Business Review*. 9(2): 186-194.
- Kane, G. (2011). *The Green Executive: Corporate Leadership in a Low Carbon Economy*. New York: Earthscan.
- Mathew, S. K.; & Rajan, T. (2013). Sustainability as an Imperative and an Opportunity: the Case of Infosys Limited. *Emerald Emerging Markets Case Studies*. 3(2): 1-16.
- Minks, M. (2011). *Social Innovation: New Solutions to Social Problems* (Master's Thesis). Washington DC, US: Georgetown University.

- Movassaghi, H.; & Bramhandkar, A. (2012). Sustainability Strategies of Leading Global Firms and their Financial Performance: a Comparative Case Based Analysis. *Journal of Applied Business and Economics*. 13(5): 21-34.
- Saul, P. (2011). *Social Innovation Inc.: 5 Strategies for Driving Business Growth through Social Change*. USA: HB Printing.
- Savitz, A. W. (2013). *Talent, Transformation, and the Triple Bottom Line: How Companies can leverage Human Resources to Achieve Sustainable Growth*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schmidlin, N. (2014). *The Art of Company Valuation and Financial Statement Analysis*. UK: John Wiley & Sons.
- Szekely, F.; & Strebel, H. (2013). Incremental, Radical and Game-changing: Strategic Innovation for Sustainability. *Corporate Governance*. 13(5): 467-481.
- Walch, C. (2006). *Key Management Ratios: Master the Management Metrics that Drive and Control Your Business*. Great Britain: Financial times/Prentice Hall.
- Yang, C. (2011). *The Role of IS-enabled Capability in Corporate Sustainability: Evidence from China (Doctoral Dissertation)*. Hong Kong, China: Hong Kong Baptist University.

NBUS024: ปัจจัยของความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ซัพพลาย จำกัด MOTIVATION FACTORS OF SATISFACTION IN THE PERFORMANCE OF PERSONNEL THAI STAR SUPPLY CO.LTD.

ดร.วัชรภรณ์ กลิ่นภู¹

¹ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยของความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ซัพพลาย จำกัด กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานที่ทำงานใน บริษัทไทยสตาร์ซัพพลาย จำกัด จำนวน 89 คนจากประชากรทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยของความพึงพอใจในงาน ลักษณะมาตรประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ และทดสอบความเที่ยงด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค ได้ค่าความเที่ยง 0.82 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยของความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ซัพพลาย จำกัด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับจากระดับความพึงพอใจมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด โดยมีปัจจัยด้านค่าจ้างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.81) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดการมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.75) ปัจจัยด้านบุคคลมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.72) ปัจจัยด้านงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.75) และปัจจัยด้านงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.80) ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยใจ, ความพึงพอใจในงาน

Abstract

The purpose of this research was to study motivation factors of satisfaction in the performance of personnel Thai star supply co.ltd. The 89 samples instrument was questionnaires. The results revealed that the overall Cronbach's & coefficient was 0.82. The statistical procedures employed to examine the data were Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation.

The findings are as follows: factors of satisfaction in the performance at high level. ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.76), When considered each aspect, it was found that each was at a high level. Maintenance factors at high level ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.81) next management factors at high level ($\bar{X} = 4.12$, S.D. =

0.75) personal factors at high level ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.72) job factors at high level ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.75) and motivation factors at high level ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.80).

Keywords: Motivation factors, Satisfaction in the Performance

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการประกอบธุรกิจใดๆ ให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดก็ตาม ย่อมต้องอาศัยทรัพยากรทางการบริหารหลายประการอันได้แก่ บุคลากร เงินทุน เครื่องจักร/วัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัย วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ตลอดจนการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งหากพนักงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายก็จะช่วยให้ทุกคนทำงานด้วยความเต็มใจ มีความพึงพอใจในอาชีพทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และส่งผลให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย แต่ในทางตรงกันข้ามหากพนักงานไม่ได้รับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานก็จะส่งผลกระทบต่อผลงานและเป้าหมายขององค์กรด้วยเช่นกัน ดังนั้น พนักงานจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร โดยเฉพาะองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการคัดเลือก การพัฒนาและการส่งเสริมความก้าวหน้า การรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรยาวนานที่สุด องค์กรจึงมุ่งเน้นกับการมีส่วนร่วมและการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรมาโดยตลอด จึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร ต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกเพื่อหากกลยุทธ์ป้องกันไม่ให้อุบัติเสียพนักงานที่มากไปด้วยคุณภาพ และประสบการณ์การทำงาน

จากคำกล่าวที่ว่า “ความพึงพอใจในการทำงานของบุคคลในองค์กร มีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์กรนั้นเป็นอย่างมาก” ของ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2543) ได้อธิบายว่า องค์กรใดก็ตามหากบุคลากรในองค์กรไม่มีความพึงพอใจในการทำงาน ก็จะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผลงานและการปฏิบัติงานตกต่ำ คุณภาพงานลดลง มีปัญหาทางด้านวินัย แต่ในทางตรงกันข้ามหากองค์กรมีบุคลากรที่มีความพึงพอใจในการทำงานสูง จะมีผลทางบวกของการปฏิบัติงาน ดังนั้นองค์กรจึงควรที่จะต้องพิจารณาว่าปัจจัยอะไรบ้าง ที่มีความสำคัญในการสร้างความรู้สึกการมีส่วนร่วม สร้างความผูกพัน สร้างขวัญและกำลังใจให้เกิดแก่บุคลากร ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจในการที่จะส่งเสริมให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถ เพื่อสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรอย่างเต็มที่ต่อไป

บริษัท ไทยสตาร์ชัพพลาย จำกัด เป็นองค์กรหนึ่งที่มีความจำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรทางการบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรประเภทบุคลากรในการปฏิบัติงานในองค์กรให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ดังนั้น การดำเนินงานของ บริษัท ไทยสตาร์ชัพพลาย จำกัด จะสำเร็จตามจุดมุ่งหมายได้สิ่งหนึ่งที่ควรพิจารณา คือ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร เพราะความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบประการหนึ่งในการบริหารบุคคลเป็นแรงผลักดันให้บุคลากรทำงานด้วยความกระตือรือร้น ด้วยความสมัครใจและความเต็มใจในการปฏิบัติงาน ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ความพึงพอใจในงานนับว่ามีค่าอย่างยิ่งสำหรับผู้ปฏิบัติงานทุกคนและเป็นเรื่องสำหรับผู้บริหารทุกระดับควรให้ความสนใจ ดังปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยสูงใจของความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ชัพพลาย จำกัด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

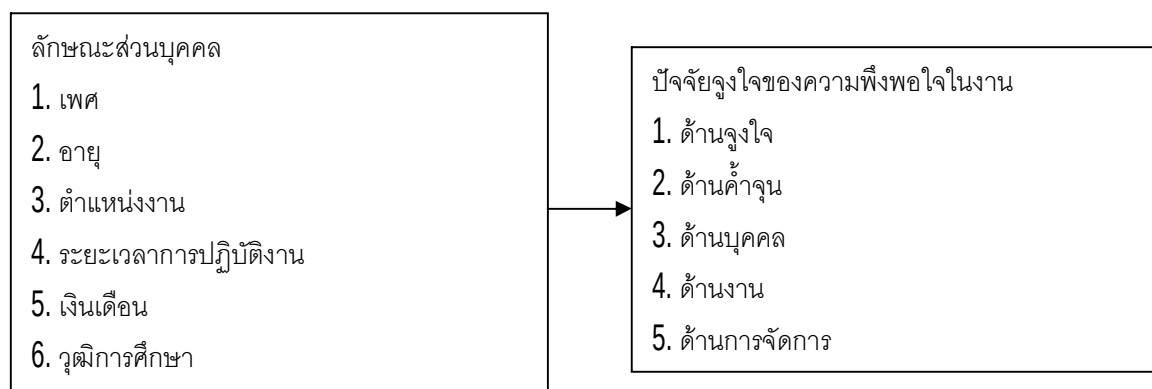
เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงจิตของความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ชฟฟลาย จำกัด

กรอบแนวคิดการวิจัย

ปัจจัยเชิงจิตของความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ชฟฟลาย จำกัด หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและเจตคติของพนักงาน บริษัทไทยสตาร์ชฟฟลาย จำกัด ที่มีต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานตั้งใจทำงานและส่งผลให้องค์กรมีบุคลากรที่มีคุณภาพและประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร (อานวยชัย บุญศรี, 2556; อ้างอิงจาก Herzberg, 1996) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 2 ด้าน คือ ด้านจูงใจ และ ด้านค้ำจุน (มัจฉรี โอสถานนท์, 2539; อ้างอิงจาก Harrell, 1964) กล่าวถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้าน คือ ด้านบุคคล ด้านงาน และ ด้านการจัดการ แสดงดังภาพประกอบ 1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

อานวยชัย บุญศรี (2556; อ้างอิงจาก Herzberg, 1996) กล่าวว่า ทฤษฎีของ เฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg) มีปัจจัยหรือองค์ประกอบ 2 ประการ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ องค์ประกอบจูงใจ และองค์ประกอบค้ำจุน ดังนี้

1. องค์ประกอบจูงใจ เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติโดยตรงและเป็นสิ่งจูงใจให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ประกอบด้วย

1.1 ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้น ประสบผลสำเร็จอย่างดี สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับงาน และรู้จักป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้น

1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลในหน่วยงานหรือบุคคลอื่นๆ ที่มาขอคำปรึกษา ซึ่งอาจแสดงออกในรูปการยกย่องชมเชย การให้กำลังใจ การแสดงความยินดี การแสดงออกที่ทำให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ

1.3 ลักษณะของงาน (Work itself) หมายถึง งานนั้นน่าสนใจต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทำท่ายให้ลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะทำตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพัง

1.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง การได้รับมอบหมายให้ดูแลงานใหม่ๆ และมีอำนาจอย่างเต็มที่ ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

1.5 ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง การได้รับเลื่อนขั้น การเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น มีโอกาสได้ศึกษาต่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม ได้รับการฝึกอบรมดูงาน

2. องค์ประกอบค้ำจุน เป็นองค์ประกอบที่ช่วยป้องกันการปฏิบัติงานของบุคลากรที่จะเกิดความไม่ชอบงานหรือหย่อนประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

2.1 เงินเดือน (Salary) หมายถึง สิ่งตอบแทนการปฏิบัติงานในรูปเงินรวมถึงการเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้น เป็นที่พอใจของบุคคลที่ทำงาน

2.2 โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility) หมายถึง ความน่าจะเป็นที่บุคคลจะได้รับความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพ

2.3 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relation, Subordinate, Peers) หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีต่อกันสามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี

2.4 สถานะของอาชีพ (Status) หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับและนับถือของสังคม มีเกียรติและมีศักดิ์ศรี

2.5 นโยบายและการบริหาร (Company Policy and Administration) หมายถึง การจัดการและการบริหารงานขององค์กร การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

2.6 สภาพการทำงาน (Working Condition) หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ

2.7 ชีวิตส่วนตัว (Personal Life) หมายถึง สภาพความเป็นอยู่ส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับงาน เช่น การไม่ถูกย้ายไปทำงานในที่แห่งใหม่ซึ่งห่างไกลครอบครัว

2.8 ความมั่นคงในงาน (Job Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน

2.9 การปกครองบังคับบัญชา (Supervision) หรือการนิเทศงาน หมายถึง ความสามารถหรือความยุติธรรมของผู้บังคับบัญชาหรือผู้นิเทศงานในการดำเนินงานและการบริหารงาน

มัจฉี ไอสถานท์ (2539: 40-41; อ้างอิงจาก Harrell, 1964) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานไว้ดังนี้

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ และปัจจัยเหล่านี้ ใช้เป็นเครื่องมือชี้บ่งถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งมีปัจจัย อยู่ 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยด้านบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงาน มีดังนี้

1.1 ประสบการณ์ จากการศึกษาในงานวิจัยพบว่า ประสบการณ์ในการทำงาน มีส่วนเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจงานของบุคคลที่ทำงานนานจนมีความรู้ความชำนาญในงานมากขึ้น ทำให้เกิดความพึงพอใจกับงานที่ทำ

1.2 เพศ แม้ว่างานวิจัยหลายเล่มจะแสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานก็ตาม แต่ก็ขึ้นอยู่กับลักษณะงานที่ทำด้วยว่าเป็นงานลักษณะใด รวมทั้งเกี่ยวข้องกับระดับความทะเยอทะยาน และความต้องการทางด้านการเงิน เพศหญิงมีความอดทนที่จะทำงานที่ต้องใช้ฝีมือและงานที่ต้องการความละเอียดอ่อนมากกว่าชาย

1.3 จำนวนสมาชิกในความรับผิดชอบ กลุ่มที่ทำงานด้วยกันมีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน งานซึ่งต้องการความสามารถหลายอย่างประกอบกัน ต้องมีสมาชิกที่มีทักษะในงานหลายด้านและความปรองดองกันของสมาชิกในการทำงาน ก็มีผลที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการทำงาน

1.4 อายุ อายุแม้จะมีผลต่อการทำงานไม่เด่นชัด แต่อายุก็เกี่ยวข้องกับระยะเวลาและประสบการณ์ในการทำงาน ผู้ที่มีอายุมากมักจะมีประสบการณ์ในการทำงานนานด้วยแต่ก็ขึ้นอยู่กับลักษณะงานและสถานการณ์ในการทำงานด้วย

1.5 เวลาในการทำงาน งานที่ทำในเวลาปกติจะสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากกว่างานที่ต้องทำในเวลาที่ไม่ปกติคนอื่นไม่ต้องทำงาน เพราะเกี่ยวกับการพักผ่อนและการสังสรรค์กับผู้อื่นด้วย

1.6 เชวณปัญหา ปัญหาเรื่องเชวณปัญญากับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานขึ้นอยู่กับสถานการณ์และลักษณะงานที่ทำ ในบางลักษณะไม่พบความแตกต่างระหว่างเชวณปัญญากับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน แต่ในลักษณะงานบางอย่าง พบว่ามีความแตกต่างกัน พนักงานในโรงเรียนที่มีเชวณปัญญาระดับสูงแต่ทำงานที่เป็นงานประจำพบว่ามักจะมีปัญหาเบื่อหน่ายงานได้ง่าย และมีเจตคติที่ไม่ดีต่อการทำงานในโรงเรียน เพราะเป็นงานที่ไม่ท้าทายและไม่เหมาะสมกับความสามารถของตน

1.7 การศึกษา การศึกษากับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานนั้นมิใช่ผลต่อการวิจัยไม่เด่นชัดนัก จากงานวิจัยบางเล่มพบว่า การศึกษาไม่แสดงถึงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน แต่มักจะขึ้นอยู่กับงานที่ทำว่าง่ายหรือเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถของบุคคลนั้นหรือไม่ ในรายงานวิจัยหลายเล่ม พบว่านักวิชาการวิชาชีพ เช่น แพทย์ วิศวกร หนายความมีความพึงพอใจในงานสูงกว่าคนงานและพนักงานลูกจ้างที่ใช้แรงงานทั่วไป

1.8 บุคลิกภาพ ปัญหาเรื่องบุคลิกภาพกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานนั้นอยู่ที่เครื่องมือวัดบุคลิกภาพ เนื่องจากเครื่องมือนี้มีความไม่เที่ยงตรง อย่างไรก็ตามบุคลิกภาพที่เห็นได้ชัดเจนนก็คือ คนที่มีอาการของโรคประสาทมักจะพอใจในการทำงานมากกว่าคนปกติทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงานเป็นเหตุให้เกิดโรคประสาทได้เพราะต้องเครียดกับภาวะของความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน

1.9 ระดับเงินเดือน จากงานวิจัยหลายเล่ม พบว่าเงินเดือนมีส่วนในการสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน เงินเดือนที่มากพอแก่การดำรงชีพตามสถานภาพ ทำให้บุคคลไม่ต้องดิ้นรนมากนักที่จะไปทำงานเพิ่มนอกเวลาทำงาน และเงินเดือนยังเกี่ยวข้องกับการสามารถหาปัจจัยอื่นที่สำคัญแก่การดำรงชีวิตอีกด้วย ผู้ที่มีเงินเดือนสูงจึงมีความพึงพอใจในการทำงานสูงกว่าผู้ที่มีเงินเดือนต่ำ

1.10 แรงจูงใจในการทำงาน แรงจูงใจเป็นการแสดงออกถึงความต้องการของบุคคล โดยเฉพาะแรงจูงใจจากปัจจัยตัวผู้ทำงานเองก็จะสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

1.11 ความสนใจในงาน บุคคลที่สนใจในงานได้ทำงานที่ตนเองถนัดและพอใจจะมีความสุขและพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากกว่าบุคคลที่ไม่มีความสนใจในงาน

2. ปัจจัยด้านงาน

2.1 ลักษณะงาน ได้แก่ ความน่าสนใจของงาน ความท้าทายของงานความแปลกของงาน โอกาสที่จะได้เรียนรู้และศึกษางาน โอกาสที่จะทำให้งานนั้นสำเร็จ การรับรู้หน้าที่รับผิดชอบ การควบคุมการทำงาน และวิธีการทำงาน การที่ผู้ทำงานมีความรู้สึกต่องานที่ทำอยู่ว่า เป็นงานที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์ท้าทาย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน มีความต้องการที่จะปฏิบัติงานนั้นๆ และเกิดความผูกพันต่องาน

2.2 ทักษะในการทำงาน ความชำนาญในงานที่ทำ มักจะต้องพิจารณาควบคู่ไปกับลักษณะของงาน ฐานะทางอาชีพ ความรับผิดชอบ เงินเดือนที่ได้รับต้องพิจารณาไปด้วยกันจึงจะเกิดความพึงพอใจในงาน

2.3 ฐานะทางวิชาชีพ จากการศึกษาวิจัย พบว่าประมาณครึ่งหนึ่งของเสมียนพนักงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน แต่มีถึงร้อยละ 17 ที่พบว่าถ้ามีโอกาสก็อยากเปลี่ยนงาน ในสภาวะที่เศรษฐกิจดี มีงานให้เลือกทำ จะมีการเปลี่ยนงานบ่อย เพื่อจะเลื่อนเงินเดือน เลื่อนฐานะของตนเอง ดังนั้นตำแหน่งทางการงานที่มีฐานะทางวิชาชีพต่ำกว่าความจริงแล้วต้องพิจารณาควบคู่ไปกับความอิสระในงาน ความภาคภูมิใจในงาน ประกอบด้วย ทั้งนี้เพราะฐานะทางอาชีพ นอกจากจะขึ้นอยู่กับบุคคลนั้นเป็นผู้พิจารณาตัดสินด้วยในแต่ละสังคม แต่ละหน่วยงานให้ความสำคัญของฐานะทางวิชาชีพแตกต่างกันไป ระยะเวลาที่ผ่านมาความคิดเห็นเกี่ยวกับฐานะทางวิชาชีพก็เปลี่ยนไปด้วย

2.4 ขนาดของหน่วยงาน ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในหน่วยงานขนาดเล็กจะดีกว่าหน่วยงานขนาดใหญ่ เนื่องจากหน่วยงานขนาดเล็กพนักงานมีโอกาสรู้จักกัน ทำงานคุ้นเคยกันได้ง่ายกว่าหน่วยงานใหญ่ ทำให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นกันเองและร่วมมือช่วยเหลือกัน ขวัญในการทำงานดี ทำให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

2.5 ความห่างไกลของบ้านและที่ทำงาน การที่บ้านอยู่ห่างไกลจากที่ทำงาน การเดินทางไม่สะดวก ต้องตื่นแต่เช้ามีรถติดและเหน็ดเหนื่อยจากการเดินทาง มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน คนที่เป็นคนจังหวัดหนึ่งแต่ต้องไปทำงานในอีกจังหวัดหนึ่ง สภาพท้องถิ่น ความเป็นอยู่ ภาษาไม่คุ้นเคย ทำให้เกิดความไม่คุ้นเคยในการทำงานเนื่องจากการปรับตัวและการสร้างความคุ้นเคยต้องใช้เวลา

2.6 สภาพภูมิศาสตร์ ในแต่ละท้องถิ่น แต่ละพื้นที่มีส่วนสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน คนงานในเมืองใหญ่มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานน้อยกว่าคนงานในเมืองเล็ก ทั้งนี้เนื่องจากความคุ้นเคย ความใกล้ชิดระหว่างคนงานในเมืองเล็กมีมากกว่าในเมืองใหญ่ทำให้เกิดความอบอุ่นและความสัมพันธ์กัน

2.7 โครงสร้างของงาน หมายถึง ความชัดเจนของงานที่สามารถอธิบายชี้แจง เป้าหมายของงาน รายละเอียดของงาน ตลอดจนมาตรฐานในการปฏิบัติงาน หากโครงสร้างของงานชัดเจนย่อมสะดวกแก่ผู้ปฏิบัติงานสามารถป้องกันมิให้เกิดความผิดพลาดในการทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่างานใดมีโครงสร้างอย่างไรและรู้ว่าจะทำอย่างไร และดำเนินการอย่างไรและสามารถควบคุมได้ง่ายขึ้น

3. ปัจจัยการจัดการ

3.1 ความมั่นคงในงาน สรุปจากการศึกษาค้นคว้าส่วนใหญ่ จะพบว่าพนักงานมีความต้องการงานที่มีความแน่นอนมั่นคง แม้ว่าในปัจจุบันบุคคลจะสนใจในงานน้อยลงก็ตามแต่บริษัทที่ประสบความสำเร็จในการบริหารงาน เช่น บริษัทญี่ปุ่นก็ยังคิดถึงความมั่นคงของงาน คือมีการจ้างงานตลอดชีวิต (Life Long Employment) จากการสำรวจโดยการสอบถามเกี่ยวกับความต้องการความมั่นคงของงาน ปรากฏว่าร้อยละ 80 ต้องการงานที่มีความมั่นคงพนักงานของบริษัทและโรงงานต้องการจะอยู่ทำงานจนถึงวัยเกษียณ แม้ว่าเขาจะมีเงินมากพอที่จะเลี้ยง

ตัวเองในวัยชราก็ตาม ก็ยังยินดีจะอยู่จนถึงทำงานไม่ไหว ความมั่นคงในงานถือเป็นสวัสดิการอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะในวัยที่พ้นจากการทำงานแล้วและเป็นความต้องการของพนักงาน ได้แก่ ความสนใจในงานที่ตนเองถนัดและมีความสามารถไม่ทำงานที่หนักและมากจนเกินไป งานที่ทำให้ความก้าวหน้า และได้รับรางวัลตอบแทนจากความตั้งใจทำงาน

3.2 รายรับ ฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดการของบริษัทเชื่อมั่นว่า รายรับที่ดีของพนักงานจะเยียวยาโรคไม่พอใจในงานได้ การสำรวจส่วนใหญ่พบว่ารายรับมาทีหลัง ความมั่นคงในการทำงาน ลักษณะของงานและความก้าวหน้าของงาน แต่ในสภาวะเศรษฐกิจ ปัจจุบันที่ค่าครองชีพสูง รายรับอาจจะเป็นความสำคัญอันดับแรก นักวิชาการที่เปลี่ยนงานเนื่องจากรายรับของหน่วยงานอีกแห่งหนึ่งดีกว่า ผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานของรัฐลาออกไปสู่ภาคเอกชนก็เพราะรายรับที่ดีกว่า

3.3 ผลประโยชน์ เช่นเดียวกับรายรับ ฝ่ายบริหารของบริษัทและโรงงานเห็นว่าการได้รับผลประโยชน์เป็นสิ่งชดเชยและสร้างความพึงพอใจในงานได้ แต่จากการศึกษา ซึ่งก็พบเช่นเดียวกับรายรับ พนักงานบางส่วนอาจให้ความสนใจน้อยกว่าความมั่นคงในงาน และความก้าวหน้าในการทำงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจ่ายค่ารักษาพยาบาล ค่าเล่าเรียนบุตร ค่าประกันสังคม และประกันชีวิตต่างๆ ถูกจัดอยู่ในด้านความมั่นคงและสวัสดิการในการทำงาน

3.4 โอกาสก้าวหน้า โอกาสที่จะมีความก้าวหน้าในการทำงานมีความสำคัญ สำหรับอาชีพหลายอาชีพ เช่น การขาย เสมียนพนักงานและบุคคลที่ใช้ฝีมือและความชำนาญงาน มีความสำคัญน้อยสำหรับบุคคลที่ไม่ต้องใช้ความชำนาญงานแต่มีการศึกษาสูงและอยู่ในตำแหน่งสูง จากการศึกษาพบว่า คนสูงวัยให้ความสนใจกับโอกาสก้าวหน้าในงานน้อยกว่าคนที่อ่อนวัยอาจเป็นเพราะว่าคนสูงวัยได้ผ่านโอกาสความก้าวหน้ามาแล้ว

3.5 อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่ หมายถึง อำนาจที่หน่วยงานมอบให้ตามตำแหน่งเพื่อควบคุมสั่งการผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้ร่วมงานให้ปฏิบัติงานที่มอบหมายให้สำเร็จงานบางอย่างมีอำนาจตามตำแหน่งที่เด่นชัดก็จะทำให้ผู้ทำงานปฏิบัติงานได้ง่ายและสะดวก อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่จึงมีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

3.6 สภาพการทำงาน พนักงานมีความคิดเห็นแตกต่างกันมากมายเรื่องสถานการณ์และสภาพการทำงาน มีพนักงานที่ทำงานให้สำนักงานที่ให้ความสำคัญกับสภาพการทำงาน ความพอใจในการทำงานมาจากสาเหตุของสภาพในที่ทำงาน

3.7 เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมงานเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดขึ้นในปัจจัยที่เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงานทำให้คนเรามีความสุขในที่ทำงาน สัมพันธภาพระหว่างเพื่อนจึงเป็นความสำคัญและเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

3.8 ความรับผิดชอบงาน จากการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีขวัญดีจะมีความรับผิดชอบในงานสูง ความพอใจในการทำงานมีความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบร่วมกับปัจจัยอื่น เช่น อายุ ประสบการณ์ เงินเดือน และตำแหน่งด้วย

3.9 การนิเทศงาน สำหรับพนักงาน การนิเทศงานคือการชี้แนะในการทำงานจากหน่วยงาน ดังนั้น ความรู้สึกต่อผู้นิเทศก็มักจะเน้นความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานและองค์กรด้วย จากการศึกษากรณี ฮอรัธอร์นพบว่า ขวัญและเจตคติของพนักงานขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับผู้นิเทศงาน การสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างผู้นิเทศงานและพนักงานจะเกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน

3.10 การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา การศึกษาหลายแห่ง พบว่าพนักงานมีความต้องการที่จะรู้ว่าการทำงานของตนเป็นอย่างไร จะปรับปรุงการทำงานของตนเองอย่างไรข่าวสารจากบริษัท หน่วยงานต่างๆ จึงมีความหมายและความสำคัญสำหรับผู้ปฏิบัติงานว่างานของตนจะก้าวหน้าต่อไปหรือไม่ ซึ่งพนักงานมักจะได้ข่าวของหน่วยงานน้อยกว่าที่ต้องการ

3.11 ความศรัทธาในตัวผู้บริหาร พนักงานที่ชื่นชมความสามารถของผู้บริหารจะมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน เป็นผลให้เกิดกำลังใจในการทำงานด้วย ความศรัทธาในความสามารถและความตั้งใจที่ผู้บริหารมีต่อหน่วยงาน ทำให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในหน่วยงานด้วย

3.12 ความเข้าใจกันระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน ความเข้าใจต่อกันทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน จากการสำรวจของ National Industrial Conference Board พบว่า ผู้บริหารและหัวหน้างานมีความเข้าใจตรงกันว่ารายรับเป็นเรื่องสำคัญที่สุด แต่สำหรับพนักงานเองกลับมองว่าความมั่นคงก้าวหน้าในงานเป็นเรื่องสำคัญที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือพนักงานที่ทำงานใน บริษัทไทยสตาร์ชฟลาย จำกัด จำนวน 89 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคล)
2. ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานที่ทำงานใน บริษัทไทยสตาร์ชฟลาย จำกัด จำนวน 89 คนจากประชากรทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100
3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ด้านจิตใจ ด้านค้ำจุน ด้านบุคคล ด้านงาน และด้านการจัดการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องแรงจูงใจและความต้องการ เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และได้กำหนดเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป จำนวน 5 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ตอนที่ 2 ข้อ คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ชฟลาย จำกัด เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านจิตใจ, ด้านค้ำจุน, ด้านบุคคล, ด้านงาน และด้านการจัดการ

การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ตรวจสอบ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหา และนำไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำเครื่องมือไปทดลองใช้กับพนักงาน จำนวน 30 คน แล้วหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาช (Cronbachs alpha-coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.82

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามระเบียบวิธีทางสถิติดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นแบบตรวจคำตอบ (Check list) ผู้วิจัยนำมาแจกแจงความถี่ คิดเป็นร้อยละและนำเสนอในรูปความเรียง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นปัจจัยเชิงใจของความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ชฟฟลาย จำกัด วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. คำนวณค่าเฉลี่ยของปัจจัยเชิงใจของความพึงพอใจในงานย่อยแต่ละรายการ ทำให้ทราบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อระดับความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ชฟฟลาย จำกัด โดยวิเคราะห์ตามเกณฑ์ ดังต่อไปนี้ (บุญใจ, 2552)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายความว่า เป็นปัจจัยเชิงใจของความพึงพอใจในงานมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายความว่า เป็นปัจจัยเชิงใจของความพึงพอใจในงานมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายความว่า เป็นปัจจัยเชิงใจของความพึงพอใจในงานปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายความว่า เป็นปัจจัยเชิงใจของความพึงพอใจในงานน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายความว่า เป็นปัจจัยเชิงใจของความพึงพอใจในงานน้อยที่สุด

2. หาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำให้เห็นถึงการกระจายของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความสำคัญของรายการความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ชฟฟลาย จำกัด

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.40 มีอายุระหว่าง 26-33 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.90 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.30 ทำงานแผนกธุรการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 20.60 ประสบการณ์การทำงาน 5 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 42.14

2. ข้อมูลปัจจัยเชิงใจของความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ชฟฟลาย จำกัด ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่จะทำให้พนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ซัพพลาย จำกัด มีความพึงพอใจในงาน (N = 89)

ปัจจัยของใจของความพึงพอใจในงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านจิตใจ	3.75	0.80	มาก
2. ด้านค่าจ้าง	4.20	0.81	มาก
3. ด้านบุคคล	4.05	0.72	มาก
4. ด้านงาน	3.99	0.75	มาก
5. ด้านการจัดการ	4.12	0.75	มาก
รวม	4.02	0.76	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ปัจจัยของใจของความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ซัพพลาย จำกัด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.76) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับจากระดับความพึงพอใจมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด โดยมีปัจจัยด้านค่าจ้าง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.81) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.75) ปัจจัยด้านบุคคลมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.72) ปัจจัยด้านงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.75) และปัจจัยด้านจิตใจมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.80) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องศึกษาปัจจัยของใจของความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท ไทยสตาร์ซัพพลาย จำกัด ผู้วิจัยขอค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

1. จากผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-33 ปี ตำแหน่งงานที่ทำอยู่แผนกธุรการทั่วไป ส่วนใหญ่ระยะเวลาการปฏิบัติงานประสบการณ์การทำงาน 5 ปี ขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และวุฒิการศึกษาส่วนมากจบปริญญาตรี ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัย

2.1 ด้านจิตใจ สำหรับพนักงาน ที่สร้างให้เกิดการจูงใจคือการทำให้พนักงานปฏิบัติงานแล้วเกิดความพึงพอใจโดยงานที่ทำอยู่นั้นต้องมีความท้าทายและรวมทั้งต้องแสวงหาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ มีความภาคภูมิใจในผลงานที่ตนเองปฏิบัติ สามารถทำงานเสร็จทันตามแผนการปฏิบัติงานทำงานที่ช่วยส่งเสริมให้มีความรู้เพิ่มขึ้น พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดระเบียบข้อบังคับขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ เฮอริเบิร์ก (Herzberg, 1959) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivational Factors) ปัจจัยจูงใจเป็นปัจจัยที่นำไปสู่ทัศนคติในทางบวก เพราะทำให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีลักษณะสัมพันธ์กับเรื่องของงานโดยตรง

2.2 ด้านค่าจ้าง การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบมีความชัดเจน องค์กรมีความมั่นคง การได้รับน้ำใจ และช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน ความสะอาดเรียบร้อยของสภาพแวดล้อมอยู่ในเกณฑ์ได้รับเงินเดือน/ ค่าตอบแทน ความเหมาะสม ผู้บังคับบัญชาช่วยเหลือแนะนำและเป็นที่ยอมรับที่ดีในเรื่องงาน งานที่ทำอยู่เป็นงานที่มีเกียรติและมี

ศักดิ์ศรีและการโยกย้ายตำแหน่งงานมีผลกระทบต่อตัวบุคคลและครอบครัวซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ เฮิร์เบอร์ก (Herzberg. 1959) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านงานเป็นปัจจัยที่ป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงานซึ่งมีลักษณะเป็นสภาวะแวดล้อม หรือเป็นส่วนประกอบของงานปัจจัยนี้อาจนำไปสู่ความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงานได้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มาจากภายนอกตัวบุคคล

2.3 ด้านบุคคล จำนวนสมาชิกในความรับผิดชอบ กลุ่มที่ทำงานด้วยกันมีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน งานซึ่งต้องการความสามารถหลายอย่างประกอบกันต้องมีสมาชิกที่มีทักษะในงานหลายด้านและความปรองดองกันของสมาชิกในการทำงานก็มีส่วนที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการทำงาน และประสบการณ์จากการศึกษาในงานวิจัยพบว่า ประสบการณ์ในการทำงานมีส่วนเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจงานของบุคคลที่ทำงานนานจนมีความรู้ความชำนาญในงานมากขึ้นทำให้เกิดความพึงพอใจกับงานที่ทำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2553) ซึ่งกล่าวไว้ว่าปัจจัยด้านบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะของบุคคลที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน ได้แก่ ความสามารถและลักษณะบุคลิกภาพ

2.4 ด้านงาน ลักษณะงาน ได้แก่ ความน่าสนใจของงาน ความท้าทายของงานความแปลกของงานโอกาสที่จะได้เรียนรู้และศึกษางาน โอกาสที่จะทำให้งานนั้นสำเร็จ การรับรู้หน้าที่รับผิดชอบการควบคุมการทำงานและวิธีการทำงานการที่ผู้ทำงานมีความรู้สึกต่องานที่ทำอยู่ว่าเป็นงานที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์ท้าทายเป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน มีความต้องการที่จะปฏิบัติงานนั้นๆ และเกิดความผูกพันต่องาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Harrel (1964; อ้างถึงใน มัจฉริ โสถานนท์. 2539) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ว่า ความน่าสนใจของงาน ความท้าทายของงาน ความแปลกของงาน โอกาสที่จะได้เรียนรู้และศึกษางาน โอกาสที่จะทำให้งานนั้นสำเร็จการรับรู้หน้าที่รับผิดชอบ การควบคุมการทำงานและวิธีการทำงาน การที่ผู้ทำงานมีความรู้สึกต่องานที่ทำอยู่ว่า เป็นงานที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์ท้าทาย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน มีความต้องการที่จะปฏิบัติงานนั้นๆ และเกิดความผูกพันต่องาน

2.5 ด้านการจัดการ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับคนในองค์การที่ต้องอาศัยกลยุทธ์และวิธีการตั้งแต่การวางแผนสรรหา/คัดเลือก การฝึกอบรม/พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การจัดวาง ตำแหน่ง การจ่ายค่าตอบแทน การดูแล/บำรุงรักษาและการประเมินผลการปฏิบัติงาน ให้เกิดการดำเนินงาน อย่างต่อเนื่องแก่บุคลากรทุกระดับในองค์การ อันนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และความเจริญก้าวหน้าขององค์การ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Simon (1957) ซึ่งกล่าวไว้ว่า กระบวนการบริหารเป็นเรื่องของการตัดสินใจ (Decision-making) ที่จะมีผลเกื้อกูลต่อการปฏิบัติงานของคนในองค์การเพื่อบรรลุผลความสำเร็จ โดยผู้บริหารต้องตัดสินใจในเรื่องต่อไปนี้ คือ 1) การระบุหน้าที่ของบุคคลให้ชัดเจนว่าขอบข่ายหน้าที่งานของบุคคลคืออะไร 2) การแบ่งอำนาจเพื่อกำหนดว่าบุคคลใดในองค์การหรือหน่วยงานนั้นๆ ที่มีอำนาจตัดสินใจให้แก่ปัจเจกบุคคล และ 3) การวางขอบเขตจำกัดในการให้บุคลากรจะเลือกทำสิ่งใดตามความต้องการของตน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ความพึงพอใจในการดำเนินปฏิบัติงานของบุคลากร ควรนำความคิดเห็นที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานทั้ง 5 ด้านมาเป็นแนวทางในเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำผลงานให้ได้ตามเป้าหมายองค์กรอย่างยั่งยืน

2. จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการทำงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน ผู้บริหารควรกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจด้วยวิธีการใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ

3. จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการทำงาน เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ด้านปัจจัยจูงใจ มีคะแนนอยู่ระดับปานกลาง ได้แก่ ความภาคภูมิใจกับตำแหน่งงาน ดังนั้น หัวหน้างานฝ่ายบุคคลควรจะต้องหาข้อมูลและดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วนที่สุด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับในการวิเคราะห์ครั้งต่อไปควรมีการวิเคราะห์ถึงตัวแปรอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านอื่นๆ เพิ่มเติม และขยายขอบเขตการวิเคราะห์เพิ่มขึ้นเพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมครบถ้วนหรืออาจจะเพิ่มเติมในส่วนของการวิเคราะห์เกี่ยวกับเรื่องสวัสดิการของพนักงานอาจเป็นเรื่องที่ดีในการวิเคราะห์ครั้งต่อไป เพื่อประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2543). *จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.

มัจรี ใสถานนท์. (2539). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของครูโรงเรียนสำหรับ*

เด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา. ปรินุณยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาพิเศษ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อานวยชัย บุญศรี. (2556). *ทฤษฎีของ เฮิร์ซเบิร์ก*. สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2556, จาก <http://aumnuychai.blogspot.com/2013/09/herzberg-and-other.html>.

เอกชัย กี่สุขพันธ์. (2553). *การบริหาร การเปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Herzberg, Frederick; Mausner, Bernard; & Snyderman, Block. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley & Son.

NBUS025: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร FACTORS INFLUENCING THE CONSUMPTION OF CLEAN FOOD AMONG PEOPLE IN BANGKOK

ดร.วัชรภรณ์ กลิ่นภู¹

¹ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-25 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน คือ บริโภคอาหารคลีนเพียงมื้อเดียว คือ มื้อเย็น ราคาอาหารคลีนนั้น มีความเหมาะสม และแรงจูงใจในการบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) ผู้บริโภคต้องการได้รับประโยชน์จากคุณค่าทางโภชนาการ และ 2) ผู้บริโภคต้องการควบคุมน้ำหนักและต้องการดูแลสุขภาพของตนเอง

คำสำคัญ: การบริโภค , อาหารคลีน

Abstract

This research aims to 1) study the factors affecting consumers' decision to consume clean food. Bangkok, and 2) to study clean food consumption behavior in Bangkok, selected by using a convenience sampling method of 400 people. Questionnaire was used, the statistic used for data analysis were descriptive statistics, which included percentage and mean. The results indicated that the majority of participants were female with 20-25 years of age. They completed bachelor's degrees, worked in private companies, and earned average monthly incomes between 15,001-20,000 Bath's, and consume clean food is usually only eat a meal, price of clean food at a reasonable price and the motives for consuming clean foods in Bangkok are as follows: 1) Consumers want to benefit from nutritional value, and 2) Consumers want to control their weight and want to take care of their health.

Keywords: consumption, clean food

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันคนทั่วโลกต่างให้ความสนใจ และหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้นจนเกิดกระแส “คนรักสุขภาพ” ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย การบริโภคอาหาร เป็นต้น การบริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายจะทำให้ร่างกายไม่เจ็บป่วย มีสุขภาพที่แข็งแรง และช่วยลดอัตราการเป็นโรคต่างๆ ได้ โดยอาหารหลักในยุคนี้อยู่ในปัจจุบันซึ่งจำเป็นต่อชีวิตของประชากรจำเป็นต้องรู้จักเลือกรับประทานทำให้ร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ แต่เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ประชากรมีเวลาเร่งรีบและไม่มีเวลาออกกำลังกายจึงหันมาบริโภคอาหารคลีนแทนการบริโภคอาหารที่ส่งผลเสียต่อร่างกาย อาหารคลีนเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพเป็นอย่างมากเหมาะสำหรับวิถีชีวิตของคนในเมืองที่ต้องการการดูแลเอาใจใส่สุขภาพเป็นอย่างมากรวมถึงผู้ที่ต้องการลดน้ำหนักด้วย เพราะช่วยให้ร่างกายได้รับสารอาหารครบถ้วนตรงตามความต้องการของร่างกาย(ณัฐภัทร วัฒนถาวร. 2558)

การรับประทานอาหารคลีน เป็นวิธีรับประทานอย่างหนึ่งซึ่งยึดหลักให้คล้ายคลึงกับธรรมชาติ เป็นวิถีมาจากประเทศฝั่งตะวันตก การบริโภคอาหารคลีนจะเน้นที่ความสดใหม่อยู่เสมอ โดยที่ไม่ผ่านการแปรรูปหรือปรุงแต่ง ใส่น้ำตาล ไขมัน เกลือ เกล็ดผง ไขมันมากเกินไป การบริโภคอาหารคลีนจะเน้นการหุงต้มให้น้อยที่สุด เช่นผักที่รับประทานสดได้ ผลไม้ เป็นต้น จำพวกเนื้อสัตว์จะเน้นแบบไม่ผ่านความร้อนสูง การนำอาหารมานึ่ง การย่างอาหารต่างๆ หรือการนำวัตถุดิบเหล่านั้นมาผัด จะไม่นิยมการทอดในน้ำมัน ปรุงสุกใหม่และปรุงแต่น้อย มีคนหลายประเภทเชื่อว่าการบริโภคอาหารคลีนนั้น ต้องทานอาหารจำพวกผักมาก แต่การบริโภคอาหารคลีนเป็นการทานให้ครบ 5 หมู่ ตามสัดส่วนให้พอเหมาะต่อความต้องการพลังงานในแต่ละวันของร่างกายตนเอง (อาณัติ นิธิธรรมยง. 2558)

ปัจจุบันธุรกิจอาหารคลีนมีแนวโน้มการเจริญเติบโตค่อนข้างดี ความต้องการทางการตลาดก็เพิ่มมากขึ้น (ณัฐภัทร วัฒนถาวร. 2558) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคาดหวังว่าผลที่ได้จากการศึกษาจะสามารถนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการวางแผนทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และทำให้การบริโภคอาหารคลีนเป็นที่แพร่หลายยิ่งขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน
2. เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการอาหารคลีนนำไปพิจารณาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของตนเองต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรเรื่องทัศนคติ

ทัศนคติอาจจะเกิดจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้ (Crutchfield; & Ballachy. 1948)

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivations) สิ่งใดสามารถให้การตอบสนองต่อร่างกายได้บุคคลทัศนคติที่ดีก็จะเกิดขึ้นกับบุคคล หากสิ่งใดไม่สามารถตอบสนองได้ทัศนคติที่ไม่ดีก็จะเกิดขึ้นต่อบุคคล
2. ข่าวสารหรือข้อมูล (Information) ในตัวบุคคลหากทัศนคติมาจากแหล่งข่าวสารหรือข้อมูลต่าง ๆ บุคคลก็ประเมินข้อมูลนั้นนำไปวิเคราะห์จนก่อเป็นทัศนคติขึ้นมา แต่ในขณะเดียวกันบางบุคคลอาจฟังข้อมูลหรือข่าวสารมาจากผู้อื่นที่ทัศนคติไม่ดี ก็จะเป็นการเกิดทัศนคติที่ไม่ดีเกิดขึ้นมาได้
3. การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือกลุ่มต่างๆ (Group Affiliation) กลุ่มสังคมจะมีการยอมรับหากทัศนคติไม่บิดเบือนหรือขัดแย้งกับตัวบุคคลมากจนเกินไป
4. บุคลิกภาพ (Personality) การเกิดขึ้นของทัศนคติทางบุคลิกภาพที่ตึ้นนั้นจะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีบุคลิกภาพที่ดีจะมองบุคคลอื่นดีด้วย หากบุคคลนั้นมีทัศนคติที่ไม่ดีทางบุคลิกภาพจะทำให้คิดว่าผู้อื่นคิดไม่ดีหรือคิดในแง่ลบต่อบุคคลนั้น

Kelman (1967) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลมีอยู่ 2 ประเภท คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน คือถ้าบุคคลมีทัศนคติบวกก็จะเพิ่มทัศนคติบวกมากขึ้น แต่เมื่อใดที่ทัศนคติของบุคคลนั้นลบก็จะลดลงตามไปด้วย
2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง คือจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อทัศนคติเดิมที่มีอยู่ในตัวบุคคลหากไปทางบวกในทางลบก็จะลดลง หากทางลบก็จะเพิ่มไปในทางบวก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles) หมายถึง การดำเนินชีวิตในโลกโดยการแสดงออกในรูปของกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541)

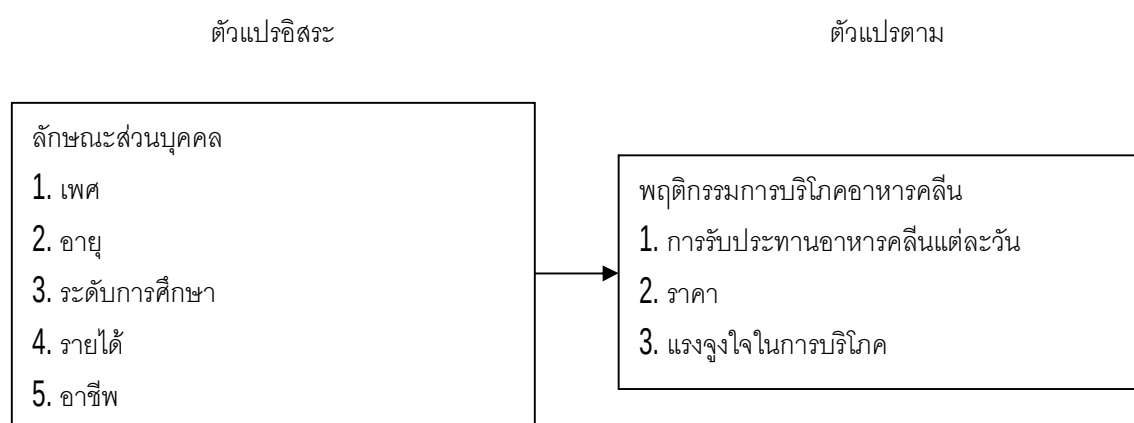
อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลแต่ละยุคมิได้เป็นอย่างไม่มีหลักเกณฑ์มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม แต่ละกลุ่มมีกฎเกณฑ์ที่ทุกคนในกลุ่มต้องปฏิบัติ พฤติกรรมของแต่ละบุคคลในกลุ่มจึงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อกลุ่มสังกัดขึ้นทางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มขึ้นทางสังคม และวัฒนธรรมที่กล่าวข้างต้น พัฒนาแบบแผนการดำรงชีพหรือใช้ชีวิตตลอดจนถึงแบบแผนของการบริโภคมาใช้ในสังคม แบบแผนดังกล่าว เรียกว่า “แบบของการใช้ชีวิต” แบบการดำเนินชีวิตตามแนวความคิดของผู้บริโภค มีความแตกต่างจากบุคลิกภาพอย่างชัดเจนแบบการดำเนินชีวิตจะแสดงความหมายว่า ผู้บริโภคดำเนินชีวิตโดยวิธีใด ใช้เงินและจัดตารางเวลาเพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได ซึ่งจะเห็นได้ชัดว่า แบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวข้องกับการกระทำและพฤติกรรมที่เปิดเผย (Overt Action and Behaviors) ของผู้บริโภคที่สังเกตเห็นได้ ซึ่งแตกต่างจากบุคลิกภาพ ลักษณะจะเกิดจากส่วนภายใน คือ รูปแบบลักษณะของความคิด ความรู้สึก และการรับรู้ (ดารา ทิปะปาล. 2542)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการตัดสินใจ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า ผู้ซื้อจะตัดสินใจในการซื้อ โดยผ่านกระบวนการตัดสินใจหลายขั้นตอนและจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ ประกอบไปด้วยหลายขั้นตอนต่างๆ ผู้ซื้อจะต้องผ่านการคัดกรองข้อมูลต่างๆ จึงตัดสินใจซื้อ มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา ขั้นแรกผู้ซื้อจะนึกถึงความต้องการและปัญหาของผลิตภัณฑ์มาจากความต้องการ ความจำเป็นเกิดโดยสิ่งที่กระตุ้นภายในและภายนอก
2. การหาข้อมูล ในขั้นตอนต่อมาผู้บริโภคจะดำเนินการหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาช่วยตัดสินใจได้กว้างขึ้นจากข้อมูลที่ทำกรหาแบ่งโดยการหาแบบ แหล่งบุคคล คือการถามข้อมูลจากคนรู้จักหรือที่มีประสบการณ์การใช้มาแล้ว แหล่งทางการค้า คือการหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ แหล่งสาธารณะชน เช่น การสอบถามจากองค์กรต่างๆ และแหล่งประสบการณ์ มาจากการใช้โดยตนเองมาก่อนหน้านั้น
3. การประเมิน ผู้บริโภคจะต้องทำการกำหนดทางเลือก เช่น ในรูปแบบของลักษณะ รูปแบบต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
4. การตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ตรายี่ห้อ, ร้านค้า, ปริมาณ, เวลา และการชำระเงิน
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ การทำการตลาดต้องทำแบบสอบถามขึ้นมาเพื่อทราบถึงความพึงพอใจหรือไม่ที่เกิดการบริโภคสินค้านั้น ถ้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจจะเกิดการกลับมาใช้อีกครั้งในทางกลับกัน ถ้าคุณค่าจริงต่ำกว่าที่ควร ผู้บริโภคต้องเกิดความไม่พึงพอใจจะเป็นผลเสียอย่างมากในการกลับมาใช้อีกครั้ง

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือประชากรที่มีภูมิลำเนาที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประชากรทั้งสิ้น 5,686,646 คน (กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย, 31 ธันวาคม 2560)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่อายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Yamane (1967) ซึ่งมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ ± 5 ซึ่งตัวอย่างที่ได้มาได้ทำการเลือกใช้วิธีในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ประเภทของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ การจัดข้อมูล การเก็บรวบรวม การวิเคราะห์ การแปลผล และการสรุปผล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสาร หนังสือ วารสารและเอกสารงานวิจัยที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ และสิ่งพิมพ์ทางวิชาการที่ใช้ระบบเอกสารและระบบออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับการศึกษาค้นคว้าเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน

การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ตรวจสอบ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหา และนำไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำเครื่องมือไปทดลองใช้กับประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน แล้วหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาช (Cronbachs alpha-coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.50 มีอายุ 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.65 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.80 มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 53.50
2. พฤติกรรมในการบริโภคอาหารคลีน

ตาราง 1 ข้อมูลการรับประทานอาหารคลีนแต่ละวัน

มือเดียว						สองมือ						สามมือ		ไม่แน่นอน	
เช้า		กลางวัน		เย็น		เช้า/กลางวัน		เช้า/เย็น		กลางวัน/เย็น					
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
35	16.28	36	16.75	144	66.97	3	3.33	50	55.55	37	41.12	24	25.26	71	74.74
215 คน						90 คน						24 คน		71 คน	
ร้อยละ 53.75						ร้อยละ 22.50						ร้อยละ 6.0		ร้อยละ 17.75	

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์การรับประทานอาหารเช้าแต่ละวัน พบว่า มีผู้รับประทานอาหารเช้ามือเดียว จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 (มือเย็น 144 คน, มือกลางวัน 36 คน, มือเช้า 35 คน) รองลงมา มีผู้รับประทานสองมือ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 (มือเช้าสลับกับมือกลางวัน 3 คน, มือเช้าสลับกับมือเย็น 50 คน, มือกลางวันสลับกับมือเย็น 37 คน) และสามมือ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ไม่นั่นนอน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 ตามลำดับ

ตาราง 2 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อราคาอาหารคลีน

ความคิดเห็นต่อราคาอาหารคลีน	จำนวน (คน) (n = 400)	ร้อยละ 100
มีราคาถูก	29	7.20
มีราคาค่อนข้างแพง	84	21.00
มีราคาเหมาะสม	186	46.50
มีราคาแพงเกินไป	101	25.30
รวม	400	100

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อราคาอาหารคลีน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมา ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่ามีราคาแพงเกินไป คิดเป็นร้อยละ 25.30 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่ามีราคาค่อนข้างแพง คิดเป็นร้อยละ 21.00 และผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่ามีราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 7.20 ตามลำดับ

ตาราง 3 ข้อมูลแรงจูงใจในการบริโภคอาหารคลีน ผู้ที่เคยรับประทานอาหารเช้า

แรงจูงใจในการบริโภคอาหารคลีน	จำนวน (คน) (n = 310)	ร้อยละ 100
ต้องการได้รับประโยชน์จากคุณค่าทางโภชนาการ	139	44.90
ต้องการควบคุมน้ำหนัก	103	33.20
อิทธิพลของบุคคลในครอบครัวหรือบุคคลอื่น	59	19.00
อื่นๆ	9	2.90
รวม	310	100

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการบริโภคอาหารคลีน พบว่า ส่วนใหญ่แรงจูงใจด้านประโยชน์จากคุณค่าทางโภชนาการมี คิดเป็นร้อยละ 44.90 รองลงมาแรงจูงใจในด้านควบคุมน้ำหนัก คิดเป็นร้อยละ 33.20 แรงจูงใจด้านอิทธิพลของบุคคลในครอบครัวหรือบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 2.90 ตามลำดับ

ตาราง 4 ข้อมูลมูลเหตุแรงจูงใจในการบริโภคอาหารคลีน สำหรับผู้ที่กำลังรับประทานอาหารคลีน

แรงจูงใจในการบริโภคอาหารคลีน	จำนวน (คน) (n = 90)	ร้อยละ 100
น้ำหนักตัว หรือสุขภาพของตัวเอง	75	83.30
การโฆษณาส่งเสริมการขาย	2	2.20
คำแนะนำชักชวนจากบุคคลอื่น	13	14.50
อื่นๆ	-	-
รวม	90	100

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการบริโภคอาหารคลีน พบว่า ส่วนใหญ่แรงจูงใจในด้านการลดน้ำหนักหรือสุขภาพตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 83.30 รองลงมาแรงจูงใจในด้านคำแนะนำชักชวนจากบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 14.50 และแรงจูงใจด้านการโฆษณาส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารคลีนในเขตกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่แล้วคนในครอบครัวจะรับประทานอาหารคลีนเป็นส่วนน้อยและผู้ที่บริโภคอาหารคลีนส่วนใหญ่ มักจะบริโภคมื้อเดียว คือ มื้อเย็น

แรงจูงใจในการบริโภคอาหารคลีน พบว่า ได้รับประโยชน์จากคุณค่าทางโภชนาการ และ ผู้บริโภคต้องการควบคุมน้ำหนักและต้องการดูแลสุขภาพของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย วิชญนาถ เรืองนาถ (2557) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตบางเขน กล่าวคือ หากมีการให้ข้อมูลการบริโภคที่ถูกต้องมากขึ้น ประชากรจะหันมาสนใจการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพประเภทนี้ กันมากยิ่งขึ้น

ราคาอาหารคลีน พบว่า ส่วนใหญ่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มองว่าราคาอาหารคลีนมีราคาที่เหมาะสมกับคุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สมิตรา กันธะวงค์ (2552) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผักปลอดสารพิษครั้งละ 51-100 บาท ซื้อผักปลอดสารพิษแล้วส่วนใหญ่มีความพอใจมากและจะมีการชักชวนให้คนอื่นมาซื้อผักปลอดสารพิษอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารคลีน ควรสร้างจุดแข็งแก่สินค้าของตนด้วยการสร้างแรงจูงใจในการซื้อและคุณค่าที่รับรู้ต่ออาหารคลีน โดยการนำเสนอถึงอาหารคลีนเป็นอาหารที่สะอาดและปลอดภัยกว่าอาหารปกติโดยทั่วไป โดยการนำเสนอเป็นแผ่นพับ หรือโปสเตอร์

2. ผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารคลีน เผยแพร่ข่าวสาร และข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐ และเอกชน เพื่อช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารคลีน โดยการแนบแผ่นพับแจกตามสถานที่ชุมชน โดยส่งข้อมูลเป็นจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และพิมพ์ข้อมูลลงในบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารคลีนได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบภาวะโภชนาการ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนกับอาหารทั่วไประหว่างในเขตพื้นที่ใกล้เคียง หรือโรงพยาบาลว่าประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นแตกต่างกันหรือไม่ และมีปัจจัยใดสัมพันธ์กับการบริโภคอาหารคลีน

2. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารคลีน เพื่อขยายข้อมูลและนำผลมาประกอบธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

ณัฐภัทร วัฒนถาวร. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร.

การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ดารา ทิปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

วิชญนาถ เรืองนาค. (2557). พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย

เกษตรศาสตร์วิทยาเขตบางเขน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตบางเขน.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สุมิตรา กันธะวงศ์. 2552. พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่.

เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาณัติ นิติธรรมยง. (2558). Thailand Food Innovation Forum สถาบันโภชนาการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

Herbert, C.; & Kelman, C. (1967). Basic Psychology. New York: Appleton Century Grofts Company.

NBUS026: ความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF TAPIOCA PRODUCTS INDUSTRY.

อรพรรณ ทองพลอย¹ ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย²

¹ นักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง ความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ประชากรเป็นผู้ประกอบโรงงานแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 255 โรงงาน ทำการสุ่มตัวอย่างโดยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 157 โรงงาน โดยทำการจำแนกแบบสอบถามครบทั้งจำนวน ซึ่งสถิติที่ใช้ คือ การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย ปัจจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วย การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการการบริการลูกค้า การจัดการความต้องการ การเติมเต็มคำสั่งซื้อของลูกค้า การจัดการไหลในการผลิต การจัดซื้อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสาร และการจัดการกับสินค้าที่มีการส่งคืน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การจัดการการบริการลูกค้า การจัดการความต้องการ การเติมเต็มคำสั่งซื้อของลูกค้า การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และการจัดการกับสินค้าที่มีการส่งคืน โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, อุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร, การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

Abstract

Research on the competitive advantage of tapioca products industry that are affect to the competitive advantage of tapioca products industry. The purpose is to study the decision to factors affecting to the competitive advantage of tapioca products industry. The populations are 255 Entrepreneur could sample 157 Entrepreneur. The classification questionnaire of 157 people the statistics used were Multiple Regression Analysis test.

The research respondents The factors include Value chain management, Customer Relationship Management, Customer Service Management, Demand Management, Order Fulfillment, Manufacturing Flow Management, Supplier Relationship Management, Product Development and Commercialization and Return process of service delivery.

The research found that The factors include Value chain management in Product Development and Commercialization at the highest level, Customer Service Management Demand Management Order Fulfillment Supplier Relationship Management and Return process of service delivery are opinion high level respectively.

Keywords: the competitive advantage, tapioca products industry, Value chain management

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มันสำปะหลังเป็นพืชโภชนาการ และพืชเศรษฐกิจที่สำคัญมากชนิดหนึ่งที่ผู้คนในแอฟริกา อเมริกาใต้ เอเชีย อินโดนีเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ และไทย ปลูกกันมากเพื่อการบริโภคโดยตรง ที่เหลือใช้เลี้ยงสัตว์ โดยพื้นที่ปลูกมันสำปะหลังส่วนใหญ่อยู่ในทวีปแอฟริกา รองลงมาคือ เอเชีย ละตินอเมริกา และโอเชียเนีย ตามลำดับ ทั้งนี้ในทวีปแอฟริกา มันสำปะหลังเป็นพืชอาหารหลักที่สำคัญต่อความมั่นคงด้านอาหาร และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนชนบท

ทวีปเอเชีย มีความต้องการในการใช้มันสำปะหลังในอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมแอลกอฮอล์ เอทานอล อาหาร และอาหารสัตว์ เป็นต้น โดยมีผู้ผลิตรายใหญ่ 5 อันดับ คือ ไนจีเรีย ไทย อินโดนีเซีย บราซิล และกานา ปี พ.ศ. 2559 ความต้องการใช้ประเทศผู้ผลิตที่สำคัญทั้งในทวีปแอฟริกา เอเชีย และละตินอเมริกา ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้มันสำปะหลังเพื่อบริโภคภายในประเทศเป็นหลัก โดยอยู่ในรูปหัวมันสดและในรูปผลิตภัณฑ์ ยกเว้นประเทศไทย เวียดนาม และกัมพูชา ที่มีการใช้ในประเทศประมาณร้อยละ 25 ของผลผลิตที่ผลิตได้ ที่เหลือใช้ส่งออก ปี พ.ศ. 2559

ทั้งนี้จากความต้องการใช้มันสำปะหลังที่เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ทำให้เกิดความต้องการใช้เพื่อแปรรูปเป็นอาหาร ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในทวีปแอฟริกา ละตินอเมริกา โดยเฉพาะประเทศบราซิล ได้มีมาตรการให้สมแบ่งมันสำปะหลังในแบ่งสาลี สำหรับทวีปเอเชียได้แก่ ประเทศอินเดีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ มีการบริโภคมันสำปะหลังอย่างแพร่หลาย โดยในประเทศไทยการใช้มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบในการผลิตเอทานอลใกล้เคียงกับปริมาณเดิม ความต้องการใช้มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์มีแนวโน้มลดลง ส่วนในประเทศบราซิลที่ความต้องการใช้ลดลง เนื่องจากมีการแข่งขันกับวัตถุดิบอาหารสัตว์อื่นๆ เช่น ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปี พ.ศ. 2554-2558 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของโลก (มันเส้น มันอัดเม็ด และแป้งมันสำปะหลัง) ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.75 ต่อปี เนื่องจากตลาดโลกมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังโดยเฉพาะความต้องการใช้มันสำปะหลังและแป้งมันสำปะหลังของจีนที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สาเหตุจากผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังสามารถใช้ในอุตสาหกรรมต่อเนื่องได้หลากหลาย ประกอบกับราคาส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. 2560: 33-34)

ตลาดหลักที่สำคัญของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่วนใหญ่อยู่ในทวีปเอเชีย มันเส้น ได้แก่ จีน มันอัดเม็ด ได้แก่ ญี่ปุ่น อเมริกา และเยอรมันแลนด์ แป้งมันสำปะหลัง ได้แก่ จีน อินโดนีเซีย ไต้หวัน มาเลเซีย และญี่ปุ่น แป้งมันสำปะหลังตัดแปร ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินโดนีเซีย และเกาหลี โดยในปี พ.ศ. 2559 ประเทศคู่ค้าหลัก คือ จีนลดการนำเข้ามันเส้นจากไทย ส่งผลให้ราคาที่เกษตรกรขายได้ และราคาส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังลดต่ำลงมากนอกจากนี้ราคามันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ยังขึ้นอยู่กับราคาสินค้าพืชทดแทน เช่น ข้าวสาลี และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น ส่วนราคาส่งออกมันอัดเม็ด ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.62 ต่อปี ดังตาราง 1 (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. 2560: 34-36)

ปริมาณ: ล้านตัน

ตาราง 1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2555-2559 มูลค่า: ล้านบาท

ปี	มันเส้น		มันอัดเม็ด		แป้งมันสำปะหลัง				รวมผลิตภัณฑ์	
					แป้งดิบ		แป้งดัดแปร			
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2555	4.612	33,239	0.084	577	2.236	30,796	0.846	18,930	7.778	83,542
2556	5.755	39,515	0.059	416	2.446	34,880	0.897	20,038	9.157	94,849
2557	6.777	48,873	0.023	157	3.012	41,053	0.947	21,633	10.759	111,716
2558	7.260	51,869	0.039	294	2.923	41,167	0.905	21,447	11.127	114,774
2559	6.100	37,500	0.020	130	3.200	39,700	0.905	21,500	10.270	98,830
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	8.24	5.27	-27.99	-28.31	9.36	6.97	2.44	3.28	7.80	5.41

ที่มา: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2560: 40

สืบเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันทั้งภายในประเทศและจากต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพของเศรษฐกิจ กฎหมาย เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจต่างๆ จึงได้หันมาให้ความสำคัญกับแนวคิด วิธีการ และกลยุทธ์การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากขึ้นธุรกิจแต่ละประเภทจึงต้องแสวงหากลยุทธ์และยุทธวิธีต่างๆ มาเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความได้เปรียบภายใต้สภาวะการแข่งขันที่มีความรุนแรง

ดังนั้น ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) จึงเป็นความสามารถขององค์กรในการสร้างผลงานจากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ถูกค่าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง เพราะในภาวะปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ กฎหมาย เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยส่งผลให้ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าหรือบริการที่มีความหลากหลายมากขึ้นแนวคิดเรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงมีความสำคัญมากต่อผลประกอบการในอนาคตขององค์กรและทำให้องค์กรมีโอกาสในการสร้างกำไรทั้งระยะสั้นและระยะยาวได้สูงกว่าคู่แข่ง ซึ่งประกอบด้วยด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ด้านคุณภาพ (Quality) ด้านนวัตกรรม (Innovation) และด้านการตอบสนองลูกค้า (Customer Responsiveness) (วิทยา ด้านธำรงกุล, 2546: 38)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ซึ่งผลของการวิจัยในครั้งนี้จะมีคุณค่าต่ออุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังให้ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง โดยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการธุรกิจเพื่อให้ประสบความสำเร็จท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และส่งผลโดยรวมที่ดีต่อประเทศชาติต่อไป

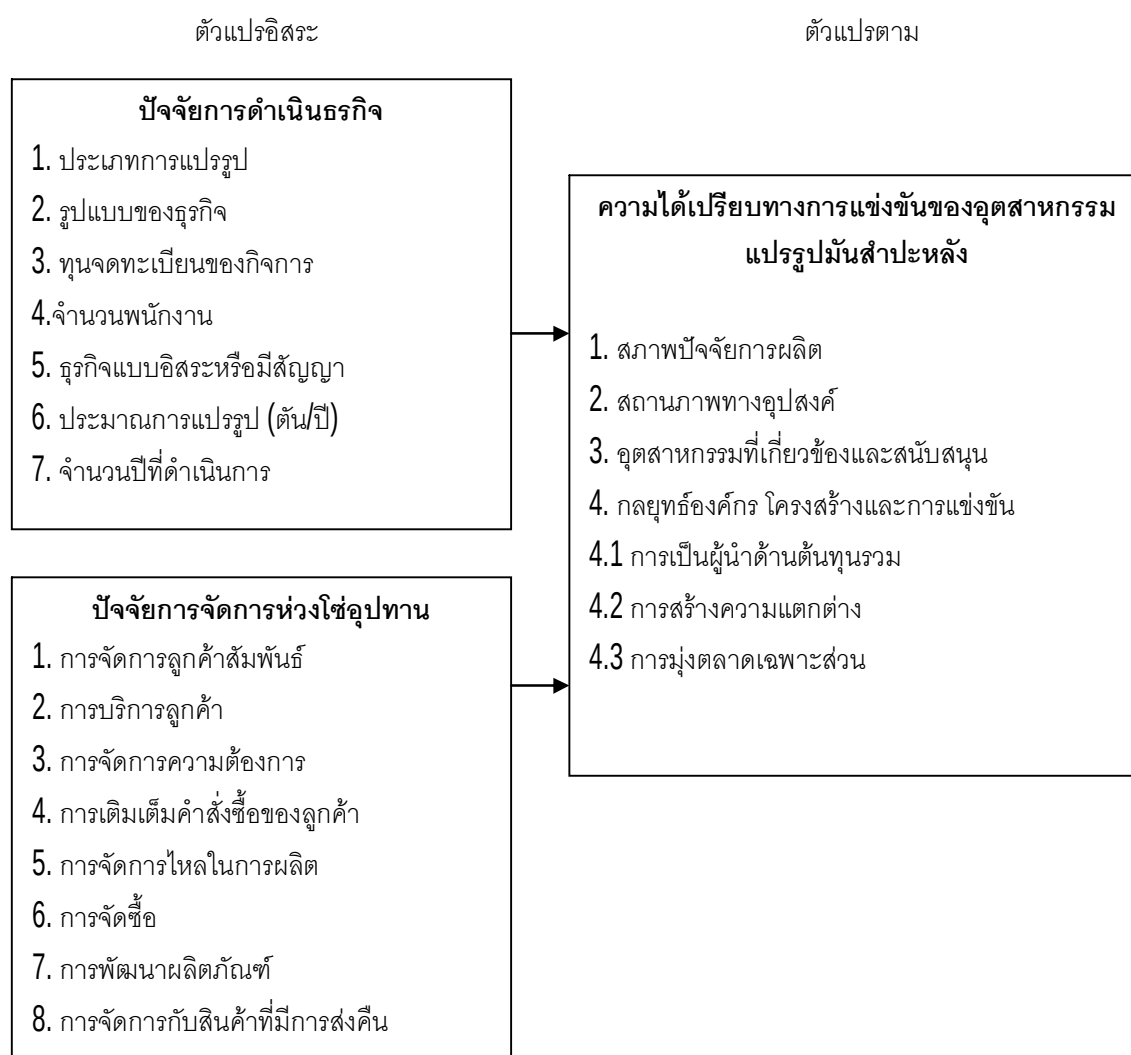
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร
2. เพื่อศึกษาระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร
3. เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร

สมมติฐานในการวิจัย

ปัจจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบโรงงานแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 255 โรงงาน (สมาคมโรงงานผู้ผลิตมันสำปะหลัง. 2560: ออนไลน์)
2. กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบโรงงานแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้วิธีเปิดตาราง เครจซี่; และ มอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 157 โรงงาน
3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยการดำเนินธุรกิจ และปัจจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการรวบรวมข้อมูล กระทำโดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีทั้งส่วนที่เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามด้านธุรกิจของผู้ประกอบการ ของโรงงานแปรรูปมันสำปะหลังในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ประเภทการแปรรูป รูปแบบของธุรกิจ ทุนจดทะเบียนของกิจการ จำนวนพนักงาน ธุรกิจแบบอิสระหรือมีสัญญา ประมาณการแปรรูป (ตัน/ปี) และจำนวนปีที่ประกอบการ

ส่วนที่ 2-3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร โดยลักษณะของข้อคำถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปมันสำปะหลังในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 157 โรงงาน
2. ช่วงระยะเวลาที่เก็บข้อมูลการวิจัย เริ่มตั้งแต่ มกราคม ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ.2561 รวมระยะเวลา 2 เดือน
3. ผู้วิจัยได้คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาคุณภาพของเครื่องมือ
 - 1.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้เทคนิค IOC (Item Objective Congruence Index) หรือดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและเนื้อหา

1.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) เป็นการหาค่าความสอดคล้องภายในของแบบสอบถามที่มีลักษณะมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ด้วย วิธีครอนบาค (Cronbach)

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละแล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่เป็นสถิติอธิบายการเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยเป็นรายด้านและโดยภาพรวม

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงพรรณนาเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นโรงงานประเภทลานมัน มีรูปแบบเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีทุนจดทะเบียน 500,001-1,000,000 บาท จำนวนพนักงาน 61-90 คน มีทั้งผลิต/ค้าขายแบบอิสระ และแบบทำสัญญา

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วย การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการการบริการลูกค้า การจัดการความต้องการ การเติมเต็มคำสั่งซื้อของลูกค้า การจัดการไหลในการผลิต การจัดซื้อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสาร และการจัดการกับสินค้าที่มีการส่งคืน ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีปัจจัยในการผลิตอย่างครบถ้วน แต่ต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ว่ามีความพร้อมมากเพียงใด ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีความต้องการที่หลากหลายในความต้องการของตลาดเป็นตัวเสริมให้เกิดการพัฒนาของสินค้าในอุตสาหกรรม โดยได้รับการสนับสนุนแบบสายโซ่แห่งคุณค่าในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนสนับสนุนกันทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาในด้านการผลิตสินค้า โดยผู้ประกอบการดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้การผลิตสินค้าและบริการมีต้นทุนต่ำที่สุดและแสวงหาความแตกต่างในตัวสินค้า ไม่ให้ซ้ำกับสินค้าอื่นในตลาด หรือมีนวัตกรรมใหม่ๆ มานำเสนอ โดยปรับปรุงกระบวนการให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ เพื่อปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่เลือกเอาไว้ เช่น ปรับเปลี่ยนระบบการผลิต การขนส่ง การบริการ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ปัจจัยการจัดการการบริการลูกค้า ปัจจัยการจัดการความต้องการ ปัจจัยการเติมเต็มคำสั่งซื้อของลูกค้า ปัจจัยการจัดการไหลในการผลิต ปัจจัยการจัดซื้อ ปัจจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสาร และปัจจัยการจัดการกับสินค้าที่มีการส่งคืน ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปได้ว่า ปัจจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร พบว่า ปัจจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสาร ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตรมากที่สุด

ตาราง 2 การทดสอบการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของความสัมพันธ์

ลำดับ ที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ ทดสอบ	ผลการ ทดสอบ สมมติฐาน
1	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร	Multiple Regression Analysis	.015 สอดคล้อง
2	การจัดการการบริการลูกค้าส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร	Multiple Regression Analysis	.032 สอดคล้อง
3	การจัดการความต้องการส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร	Multiple Regression Analysis	.012 สอดคล้อง
4	การเติมเต็มคำสั่งซื้อของลูกค้าส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร	Multiple Regression Analysis	.004 สอดคล้อง
5	การจัดการไหลในการผลิตส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร	Multiple Regression Analysis	.032 สอดคล้อง
6	การจัดซื้อส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร	Multiple Regression Analysis	.023 สอดคล้อง
7	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร	Multiple Regression Analysis	.045 สอดคล้อง
8	การจัดการกับสินค้าที่มีการส่งคืนส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร	Multiple Regression Analysis	.001 สอดคล้อง

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ผู้วิจัยข้อค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ใน 8 ด้าน โดยสามารถอธิบายและจำแนกได้ดังต่อไปนี้

การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบได้แสวงหากลยุทธ์ต่างๆ เพื่อนำมาปรับใช้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ วีระเศรษฐกุล และ ชวัญมกล ดอนขวา (2550: 101-104) ศึกษาเรื่อง สถานการณ์การผลิตและการตลาดมันสำปะหลัง ในจังหวัดนครราชสีมา โดยผลการวิจัย พบว่า แนวโน้มความต้องการมันสำปะหลังหัวสดเพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ มีปริมาณสูงขึ้น และคาดว่าจะยังคงมีความต้องการสูงขึ้นในอนาคต ในขณะที่ผลผลิตมีแนวโน้มลดลง ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับมันสำปะหลังประสบกับสภาวะการขาดแคลนวัตถุดิบ เกิดการแข่งขันทางการตลาดเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ และส่งผลให้มันสำปะหลังมีราคาสูงขึ้น เกษตรกรและผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับมันสำปะหลังต้องพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อให้การปลูกและการผลิตผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลังเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันได้ในภาวะตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

การจัดการการบริการลูกค้าส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า มีการบริการลูกค้าที่เป็นระบบระเบียบซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวพร สังวร (2557:143-146) ศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการส่งออกยางพาราไทยสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยผลการวิจัย พบว่าปัจจัยด้านการจัดองค์กร วิธีปฏิบัติ มีค่าน้ำหนักมากที่สุด

การจัดการความต้องการส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบหาช่องทางในการทำผลิตภัณฑ์แปรรูปหรืออาจเพิ่ม หรือขยายตลาดในช่วงเทศกาลให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยาณัฐ เลิศสกุลพันธ์ (2558: 151-154) ศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบจากการแข่งขันทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตประเภทสะสมไมล์ของธนาคารพาณิชย์ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัย พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจคือด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อการตัดสินใจคือ ด้านการสร้างแตกต่าง และปัจจัยที่เลือกใช้เพราะสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

การเติมเต็มคำสั่งซื้อของลูกค้าส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมุ่งตอบสนองต่อลูกค้า โดยเห็นความต้องการของลูกค้า และวันเวลาที่ต้องการ เป็นสิ่งสำคัญที่ขับเคลื่อนกระบวนการ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตวรรณ พริ้งสกุล (2558: 135-145) ศึกษา ปัจจัยเกื้อหนุนกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจการส่งขายสายเคเบิลใต้ดินในประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่ากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจการส่งขายสายเคเบิลใต้ดิน ต้องเกิดจากการผสมผสานองค์ประกอบด้านผู้นำด้านทุนเพื่อให้องค์กร สามารถ

ดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องมีองค์ประกอบด้านการสร้างความแตกต่าง โดยคิดหาวิธีการอยู่รอดเพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่เป็นปัจจุบัน

การจัดการไหลในการผลิตส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการพัฒนาการจัดการไหลในการผลิตให้มีความสามารถและความยืดหยุ่นกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้ตลอดเวลาซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ เดวิท จูน; และ วุก ควัน (David Joon; & Wuk Kwun. 2011) ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการได้เปรียบในการแข่งขันในบริษัทโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ และการได้เปรียบการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมจะต้องมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อช่วยในการตัดสินใจ และรูปแบบของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดีสามารถนำมาบูรณาการในการให้บริการ ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มของลูกค้าที่ดี

การจัดซื้อส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการวางแผนกลยุทธ์ของกิจการเพื่อสนับสนุนกระบวนการและการไหลของการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของปรารณชาติ; และคณะ (2552: 88) ศึกษาเรื่อง การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าพบว่าการสร้างความร่วมมือและประสานงานระหว่างผู้ประกอบการกับทั้งเกษตรกร/ผู้ส่งมอบและลูกค้า จะช่วยให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันด้านต่างๆ มาก การทำแผนการตลาดอย่างสม่ำเสมอ และการพัฒนาตลาดใหม่ๆ จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในหลายๆ ด้าน เช่นเดียวกับการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าในระดับสูง โดยถือเป็นหนึ่งในนโยบายหลักขององค์กร

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการแสวงหาความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิริตพงษ์ ปัญญาเรือง; และ สันติธร ภูริภักดี (2559: 81-85) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance Scorecard ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัย พบว่าสถานประกอบการขนาดกลางจะให้ความสำคัญมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดมากกว่าสถานประกอบการขนาดเล็ก ขณะที่สถานประกอบการขนาดกลางจะใช้กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านมุ่งตลาดเฉพาะส่วนมากกว่า นอกจากนี้กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม

การจัดการกับสินค้าที่มีการส่งคืนส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีระบบการจัดการสินค้าที่มีการส่งคืนเพื่อให้สามารถจัดการกับสินค้าส่งคืนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีเกียรติ ประพพฤทธิ์ตระกูล (2554: 193-207) ศึกษาเรื่อง ตัวแบบการจัดการองค์การเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำแบบสร้างสรรค์มีบทบาทในการประสานตัวแบบการจัดการองค์การให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ณ ช่วงเวลานั้น ผ่านทางการวางแผนเชิงกลยุทธ์ อาทิ การจัดการความรู้ การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพการสร้างพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากร และการจัดการภาพลักษณ์องค์การ รวมถึงการเลือกประเภทของวัฒนธรรมและเทคโนโลยีต้องทำให้เหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์โดยการ

ประสมประสานระหว่างวัฒนธรรมแบบดั้งรับ-ก้าวร้าวกับวัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์ ร่วมกับเทคโนโลยีทางวิศวกรรมกับเทคโนโลยีเฉพาะ อันจะทำให้เกิดการเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างรวดเร็วและยั่งยืน

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสาร พบว่า ผู้ประกอบส่วนใหญ่มีการแสวงหาความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นควรส่งเสริมการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้นกว่าเดิม
2. ด้านการจัดการไหลในการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการมีความพยายามในการพัฒนาการจัดการไหลในการผลิตให้มีความสามารถและความยืดหยุ่นกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้ตลอดเวลา ดังนั้น ผู้บริหารควรมีการจัดกระบวนการจัดการที่ดีไปใช้บริหารในองค์กรให้มากขึ้น
3. ด้านการจัดการการบริการลูกค้า พบว่า ผู้ประกอบการที่ต้องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยสินค้า หรือบริการที่มีคุณภาพเหมาะสมอย่างสม่ำเสมอ ควรมีการระดมกำลังของทุกส่วนย่อยในการจัดการบริการองค์กรโดยเน้นที่การจัดการการบริการลูกค้าก่อนเป็นสำคัญ
4. หน่วยงานอื่นๆ สามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้กับองค์กรได้ตามความเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเพื่อให้รับรู้ว่าผู้ประกอบการมีแนวทางอย่างไรบ้างจากการศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังทางการเกษตร และเพื่อเป็นการรับรู้ว่ามีความต้องการอะไรบ้าง นอกจากนี้ยังสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนทางการตลาด เพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่ง และนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
2. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิเคราะห์ (SWOT) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของธุรกิจอื่นๆ เช่น อ้อย ยางพารา ข้าว หรือผลผลิตด้านการเกษตรอื่นๆ เป็นการช่วยในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมด้านต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน
3. ควรศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปทางการเกษตรชนิดอื่นในแต่ละจังหวัดเพื่อให้ได้ข้อมูลหลากหลาย เนื่องจากในแต่ละจังหวัดมีลักษณะภูมิประเทศในการผลิตผลผลิตทางการเกษตรที่ต่างกันเพื่อจะช่วยให้ทราบข้อมูลและแนวทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมชนิดอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กนกอร อ่อนเรือง; แคทลียา ชาปะวัง; และมณิสรา สนั่นเอื้อเม็งโงง. (2556, พฤศจิกายน-ธันวาคม). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 32(6): 150-161.
- กฤตวรรณ พริ้งสกุล. (2558). ปัจจัยเกื้อหนุนกลยุทธ์การสร้างความสามารถในการแข่งขันธุรกิจการสร้างขายสายเคเบิลใต้ดินในประเทศไทย. บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.

- กัลยาวัลย์ เลิศสกุลพันธ์. (2558). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบจากการแข่งขันทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตประเภทสะสมไมล์ของธนาคารพาณิชย์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติ สแตมฟอร์ด.
- กิริติพงษ์ ปัญญาเรือง; และสันติธร ภูริภักดี. (2559). กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance Scorecard ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี. บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จารุวรรณ วีระเศรษฐกุล; และขวัญกมล ดอนขวา. (2550). รายงานการวิจัย สถานการณ์การผลิตมันสำปะหลังกรณีศึกษาจังหวัดนครราชสีมา. นครราชสีมา: สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- จุฬามาส กวางแก้ว; และวิรินทร์ หวังจิรินันดร. (2554). การวิเคราะห์มูลค่าส่วนเพิ่มของการใช้มันสำปะหลังในโรงงานเอทานอล. ปรินญามหาบัณฑิตสหสาขาวิชาเทคโนโลยีและการจัดการพลังงาน. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทวีเกียรติ ประพสิทธิ์ตระกูล. (2554). ตัวแบบการจัดการองค์การเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. ปรินญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยสยาม.
- นพพร สังวร. (2557). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการส่งออกยางพาราไทยสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- ปารัตนา ปารัตนาดี; และคณะ. (2552). การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในประเทศไทย. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์: โครงการการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในประเทศไทย.
- รัฐนันท์ พงศ์วิสิทธิ์. (2554). ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs). หลักสูตรการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ภาควิชา วิทยาการจัดการ. เชียงใหม่.
- วิทยา ด่านธำรงกุล. (2546). การบริหาร. กรุงเทพฯ: เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2559. สืบค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2560, จาก http://fic.nfi.or.th/foodindustry_monthlySituation_detail.php?smid=1328.

NBUS027: การประเมินความรู้ ความคิดเห็นและการสนับสนุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน:
กรณีศึกษา บ้านมณีพฤกษ์ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน
KNOWLEDGE, OPINION AND SUPPORTING ASSESSMENT FOR COMMUNITY BASED
TOURISM: A CASE STUDY OF BAAN MANEEPRUEK, THUNG CHANG DISTRICT, NAN
PROVINCE

ปริญดา รื่นสำราญ¹ เพ็ญพร เจนการกิจ² ดร.ชนันท์ เอมพันธุ์³

¹ สาขาการจัดการทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

³ คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประมวลรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และประเมินความแตกต่างของความรู้จากคนในชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการทรัพยากร ความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในเชิงบวกและเชิงลบ ต่อเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีผลต่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ การวิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายชั้น (multistage sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) จากครัวเรือนทั้งหมด 397 ครัวเรือน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 170 ตัวอย่าง ที่อาศัยในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ แบ่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์จำนวน 145 ครัวเรือน และกลุ่มที่เป็นสมาชิกจำนวน 25 ครัวเรือน โดยใช้สถิติ Mann-Whitney U test ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ และกลุ่มที่เป็นสมาชิกมีความแตกต่างกัน โดยความคิดเห็นต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ ของกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์และกลุ่มที่เป็นสมาชิก มีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ให้ความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมน้อยกว่ากลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์

คำสำคัญ: ความรู้, ความคิดเห็น, การสนับสนุน และการท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

This study aims to examine the differences knowledge and resource management comprehension of the Community Based Tourism (CBT) in Ban Manee Pruek community. To analyze potential impacts from the CBT, Multistage sampling was determined the sample size using Krejcie & Morgan formulas from 397 households. To 170 households who lived in Ban Manee Pruek province. In addition, the households consist of both unrelated and related with tourism association, 145 and 25 respectively. The result was

used Mann-Whitney U test, found that the level of knowledge and resource management comprehension was different between general households and tourism associated. Their opinion of the potential effect from CBT was a creation of tourist attractions in the community. However, general households were lack of interesting to tourism activities compared with households associated tourism.

Keywords: Knowledge, Opinion, Support and Community Based Tourism

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ลำดับต้นๆ ของประเทศไทย ในปี 2560 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวไทยจะยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจะมีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวประมาณ 2.71 ล้านล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.17 จากปีก่อนหน้า (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) เนื่องจากประเทศไทยได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ ทำเลที่ตั้ง ลักษณะภูมิประเทศ ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว และจากกระแสการท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมมากขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สนับสนุนการอนุรักษ์ธรรมชาติและมรดกวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชนอันเป็นส่วนสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2558 โดยได้รับการสนับสนุนจากอุทยานแห่งชาติดอยภูคา เทศบาลตำบลงอบ โครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคงพื้นที่ลุ่มน้ำน่าน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดน่าน พื้นที่ที่ 6 บ้านมณีพฤกษ์ (พมพ. 6) และโครงการภูมิรู้ พลังสตรี...พลังรักษ์สิ่งแวดล้อมจากมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย เล็งเห็นถึงความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงประชาสัมพันธ์และส่งเสริมชุมชนบ้านมณีพฤกษ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยให้ความสำคัญกับชุมชนท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ดังนั้น ระดับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ความคิดเห็นของชุมชนต่อการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนของชุมชน จึงเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ประมวลรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านมณีพฤกษ์ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน
2. ประเมินความรู้ ความคิดเห็น และการให้การสนับสนุนของประชาชนในพื้นที่ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน

แนวคิดและทฤษฎีในการวิจัย

การท่องเที่ยวโดยชุมชน

ยศ สันตสมบัติ; และคณะ (2544) และสินธุ์ สโรบล; และคณะ (2548) กล่าวถึง รูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้องค์กรชุมชนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนการท่องเที่ยว มีสิทธิในการจัดการดูแลผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือน ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผน

งานการบริหารจัดการทรัพยากร และการกระจายอำนาจการตัดสินใจโดยเน้นความสำคัญของการจัดการธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ไปพร้อมกับการพัฒนาชุมชน

หลักการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน จำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อม และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันต้องมีการณรงค์ให้คนในชุมชนเห็นถึงความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นถึงความสำคัญ นอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม (สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). 2557)

ความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 3 ด้าน (ดรชนี เอมพันธุ์; และ เรณูภา กลับลุข. 2554) ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ 1) ทำให้เกิดรายได้แก่ชุมชนท้องถิ่น 2) ทำให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น 3) เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น
2. ด้านสังคม ได้แก่ 1) ทำให้เกิดความภูมิใจในความเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ทำให้คุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นดีขึ้น 3) ทำให้เกิดองค์ความรู้และทักษะเพิ่มเติมขึ้น 4) ทำให้เกิดการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชุมชน 5) ทำให้เกิดการสืบสานประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่น 6) ลดการอพยพย้ายถิ่นฐานของประชาชนในท้องถิ่น 7) สร้างความประทับใจและมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้แก่ผู้มาเยือนกลับไป
3. ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ 1) รักษาทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนและไม่เสื่อมโทรม 2) สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพที่ดี สะอาด สวยงามร่มรื่นและเป็นระเบียบ 3) เกิดความหวงแหนในทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม 4) ป้องกันการบุกรุกทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์หรือโบราณสถานต่างๆ 5) เกิดแนวร่วมในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยว

ชัยนุวัฒน์ ปูนคำปิ่น; และ ชัยพงษ์ สำเนียง (2555) กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า เป็นการพัฒนาคนให้เล็งเห็นถึงความสำคัญของชุมชนตนเองที่เปรียบเสมือนบ้าน เพื่อคอยต้อนรับแขกผู้มาเยือนด้วยความยินดี การท่องเที่ยวโดยชุมชนอาจนำมาซึ่ง รายได้ อาชีพ และการมีส่วนร่วมของกลุ่มคนต่างๆ แต่ผลอีกด้านของการท่องเที่ยวก็ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

ฉันทิช วรรณดอนม (2552) อธิบายถึงผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวว่าจะมีผลพวงมาในหลายรูปแบบ ทั้งผลกระทบในด้านบวกและผลกระทบในด้านลบ ได้แก่ ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนด้านเศรษฐกิจ ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนด้านสังคม ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนด้านวัฒนธรรม และผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนด้านสิ่งแวดล้อม โดยสามารถจำแนกผลกระทบทางด้านบวกและด้านลบ

สมมติฐานในการวิจัย

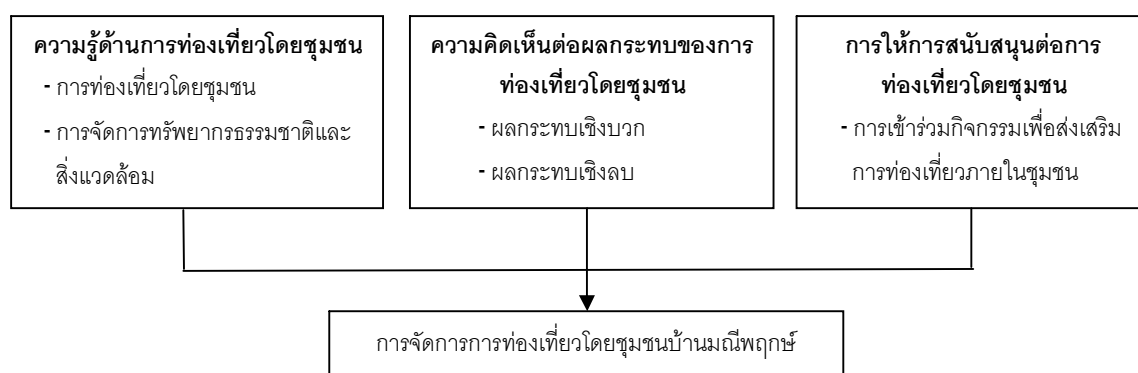
1. ความรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมระหว่างกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกษ และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกษ แตกต่างกัน

2. ความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ระหว่างกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ แตกต่างกัน

3. การสนับสนุนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ระหว่างกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ แตกต่างกัน

กรอบแนวคิด

ในการศึกษาเรื่อง การประเมินความรู้ ความคิดเห็นและการสนับสนุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษา บ้านมณีพฤกษ์ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็นต่อผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และการให้การสนับสนุนต่อการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ (ภาพประกอบ 1)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มีกำหนดขอบเขตไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา สำหรับการวิจัยครั้งนี้แยกประเด็นการศึกษา ดังนี้
 - 2.1 การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในชุมชน การบริหารจัดการกลุ่มการท่องเที่ยว และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว
 - 2.2 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การบริหารและจัดการทรัพยากรน้ำ ป่าไม้ ดิน ชยะและน้ำเสีย
3. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่างในการให้ข้อมูลประกอบด้วย กลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์และกลุ่มชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน

4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน ถึงเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2560

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นสมาชิกในชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ ตำบลงอบ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัด น่าน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multistage Sampling)

1. กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ บ้านมณีพฤกษ์ 1 (เผ่าม้ง) บ้านมณีพฤกษ์ 2 (เผ่าลัวะ) และบ้านมณีพฤกษ์ 3 (เผ่าลัวะ) เนื่องจากเป็นหมู่บ้านที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์

2. กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เนื่องจากทราบขนาดประชากร (จิราภรณ์ แก้วมณี. 2557) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 170 ตัวอย่าง

3. ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นสองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 85 และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์คิดเป็นร้อยละ 15 จากนั้นทำการสุ่มเลือกตัวอย่าง (Random Sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสถูกเลือกเท่าๆ กัน ด้วยวิธีการสุ่มฉลากแบบไม่ใส่กลับคืน โดยใช้เลขที่บ้านหรือชื่อหัวหน้าครัวเรือนในการจับฉลาก (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2559) (ตาราง 1)

ตาราง 1 จำนวนครัวเรือนและกลุ่มตัวอย่างของชุมชนบ้านมณีพฤกษ์

รายการ	จำนวนครัวเรือนประชากรทั้งหมด (ครัวเรือน)			จำนวนครัวเรือนตัวอย่างที่จัดเก็บ (ครัวเรือน)		
	ไม่เป็นสมาชิก	เป็นสมาชิก	รวม	ไม่เป็นสมาชิก	เป็นสมาชิก	รวม
หมู่บ้าน						
บ้านมณีพฤกษ์ 1	251	51	302	100	21	121
บ้านมณีพฤกษ์ 2	53	4	57	25	4	29
บ้านมณีพฤกษ์ 3	38	-	38	20	-	20
รวม	342	55	397	145	25	170

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 11 ท่าน ด้วยวิธีการ Index of Item Objective Congruence หรือ IOC (เคนทาไร่ อากาเสะ. 2557) ได้ค่า 0.87 ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการทดลองใช้แบบสอบถาม (Try Out) ในกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน จำนวน 30 ครัวเรือน ได้ค่า ครอนบาค อัลฟา (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.72

แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ กลุ่มชาติพันธุ์ การศึกษา และอาชีพหลักของครัวเรือน
2. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม โดยมีจำนวนคำถามทั้งหมด 20 ข้อ คะแนนทั้งหมด 20 คะแนน แบ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งกำหนดเกณฑ์คะแนนเพื่อแปลผลระดับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 ระดับคะแนน ได้แก่ 0-6.67 หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนอยู่ในระดับต่ำ 6.68-13.35 หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง และ 13.36-20.00 หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนอยู่ในระดับสูง
3. ความคิดเห็นที่มีต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ เกี่ยวกับความคิดเห็นด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงบวก และเชิงลบ โดยจำแนกความคิดเห็นออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ไม่เห็นด้วย, ไม่มีความคิดเห็น และเห็นด้วย
4. การให้ความร่วมมือต่อการสนับสนุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกษ์ ประกอบด้วยคำถามเพื่อสอบถามถึงการให้ความสนับสนุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านภาษาและการสื่อสาร เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา จึงจำเป็นต้องใช้การตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง และใช้ลุ่มท้องถิ่นประกอบการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกษ์ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา รูปแบบการดำเนินงานการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน
2. การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายระดับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ และใช้สถิติ Mann-Whitney U test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมการท่องเที่ยวบ้านมณีพุกษ์ และกลุ่มที่เข้าร่วมการท่องเที่ยวบ้านมณีพุกษ์
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ใช้การหาร้อยละ
5. การวิเคราะห์ข้อมูลการสนับสนุนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ใช้การหาร้อยละ และความถี่

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกษ์

ชุมชนบ้านมณีพุกษ์ ตำบลลอบ อำเภอกู่ช้าง จังหวัดน่าน อยู่ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของโครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคงพื้นที่ลุ่มน้ำน่าน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดน่าน พื้นที่ที่ 6 (พมพ.6) เขตอุทยาน

แห่งชาติดอยภูคา มีความพร้อมทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงประวัติศาสตร์ เชิงวัฒนธรรม และเชิงนิเวศ ก่อให้เกิดการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้และมอบประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวพร้อมกับเจ้าของถิ่น

วัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ เนื่องจากอุทยานแห่งชาติดอยภูคา เทศบาลตำบลงอบ โครงการ พมพ.6 และโครงการภูมิรจากสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย เห็นถึงศักยภาพที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงนำจุดเด่นของชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ที่มีต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ เป็นจุดส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชนเพิ่มขึ้นนอกเหนือจากการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ยังช่วยลดการบุกรุกพื้นที่ป่าของชุมชนเพื่อเป็นแหล่งทำกิน

การท่องเที่ยวในชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ เริ่มก่อตั้งในปีพ.ศ. 2558 ใช้ชื่อกลุ่ม “การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์” โดยเปิดโอกาสให้กับสมาชิกในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วม พื้นที่การท่องเที่ยวครอบคลุมบริเวณชุมชนภายใต้ความรับผิดชอบของโครงการ พมพ.6 และโครงการภูมิรจากสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ตั้งอยู่หน้าโครงการ พมพ.6 จากการเปิดพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทำให้ชุมชนบ้านมณีพฤกษ์เป็นที่รู้จักของภายนอกมากขึ้น นักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้มีโอกาสเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น รูปแบบการทำเกษตรกรรมปลูกกาแฟแซมป่า และชมทัศนียภาพที่สวยงามของดอยผาผึ้ง ถ้ำผาผึ้ง

การดำเนินการของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ จากการสัมภาษณ์อุทยานแห่งชาติดอยภูคา เทศบาลตำบลงอบ โครงการ พมพ.6 โครงการภูมิรจากสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย และสมาชิกกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ พบว่า กลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ได้มีการจัดการภายในกลุ่ม โดยแบ่งบทบาทหน้าที่ออกเป็น 5 ฝ่าย ได้แก่

1. ฝ่ายประชาสัมพันธ์และข้อมูล เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในชุมชน
2. ฝ่ายติดต่อประสานงาน ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอก และติดต่อประสานงานส่งต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวให้แก่ฝ่ายต่างๆ ภายในกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านมณีพฤกษ์
3. ฝ่ายกิจกรรมและบริการ นำนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชน
4. ฝ่ายบัญชี ดูแลผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว และเงินปันผลที่สมาชิกในกลุ่มการท่องเที่ยวจะได้รับ
5. ฝ่ายบ้านพักและอาหาร ดูแลความเรียบร้อยของที่พักและอาหารของนักท่องเที่ยว

โดยภายในกลุ่มการท่องเที่ยวแบ่งหน้าที่ตามความพร้อมและความสนใจของสมาชิกภายในกลุ่มการท่องเที่ยว ซึ่งในทุกเดือน สมาชิกภายในกลุ่มการท่องเที่ยวจะมีการประชุมเกี่ยวกับการวางแผนการดำเนินการท่องเที่ยวภายในชุมชน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นของสมาชิกภายในกลุ่มและชุมชน เป็นการสร้างมิตรร่วมกันเพื่อประโยชน์ของชุมชน (นิสาร์ตน์ จุลวงศ์. 2553) ตัวแทนกลุ่มการท่องเที่ยวจะประชุมเพื่อวางระเบียบ กำหนดข้อตกลง และแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์ให้แก่สมาชิก

การท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ เนื่องจากสภาพพื้นที่อยู่บนภูเขาสูงการเดินทางภายในชุมชนจึงจำเป็นต้องมีสมาชิกในกลุ่มการท่องเที่ยวอำนวยความสะดวก โดยนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องติดต่อกับกลุ่มการท่องเที่ยวหรือหน่วยงานภายนอกที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ เพื่อประสานงานและจัดการดูแลรับส่งนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

จากตาราง 2 แสดงข้อมูลหัวหน้าครัวเรือนของกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์จำนวน 145 ครัวเรือน โดยส่วนใหญ่ เป็นเพศชายจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 98.62 มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.10 เป็นเผ่าม้ง คิดเป็นร้อยละ 68.97 มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าประถมศึกษาหรืออยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 66.90 และมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 94.48

ข้อมูลของหัวหน้าครัวเรือนของกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์จำนวน 25 ครัวเรือน เป็นเพศชายทั้งหมด โดยส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.00 เป็นเผ่าม้ง คิดเป็นร้อยละ 80.00 มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าประถมหรืออยู่ในระดับประถม คิดเป็นร้อยละ 52.00 อาชีพหลักของครัวเรือนส่วนใหญ่ และมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 96.00

ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์		กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หัวหน้าครัวเรือน				
เพศ (ชาย)	143	98.62	25	100.00
อายุ				
ไม่เกิน 30 ปี	17	11.72	5	20.00
31-40 ปี	48	33.10	8	32.00
41-50 ปี	35	24.14	5	20.00
51-60 ปี	25	17.24	6	24.00
60 ปี ขึ้นไป	20	13.79	1	4.00
กลุ่มชาติพันธุ์				
เผ่าม้ง	100	68.97	20	80.00
เผ่าลัวะ	45	31.03	5	20.00
ระดับการศึกษา				
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	97	66.90	13	52.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	32	22.07	4	16.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	11	7.59	3	12.00
อนุปริญญา หรือปวส.	1	0.69	2	8.00
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	3	2.07	3	12.00
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.69	0	0.00

ตาราง 2 (ต่อ)

รายการ	กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์		กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพหลักของครัวเรือน				
เกษตรกร	137	94.48	24	96.00
รับจ้างทั่วไป	5	3.45	0	0.00
ข้าราชการ	3	2.07	1	4.00

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เป็นการศึกษาเพื่อสะท้อนถึงระดับความรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวและการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยคำถามอ้างอิงจากชุดความรู้การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชน ของสำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) องค์ประกอบ และความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ดรชนัน เอมพันธุ์; และ เรณูภา กลีบสุข. 2554) จากตาราง 3 แสดงคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 17.67 คะแนน ซึ่งมีระดับความรู้อยู่ในระดับสูง และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 17.80 คะแนน ซึ่งมีระดับความรู้อยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน

ตาราง 3 คะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	คะแนนเฉลี่ย	ระดับความรู้
กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์	145	17.67	สูง
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน		8.94	สูง
ความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม		8.74	สูง
กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์	25	17.80	สูง
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน		9.07	สูง
ความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม		8.73	สูง
ทั้งหมด	170	17.67	สูง

จากตาราง 4 แสดงผลวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนและรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์ และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์ โดยการวิเคราะห์ ใช้สถิติ Mann-Whitney U test พิจารณาที่ค่า Asymp. Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.048** ซึ่งพบว่า ความรู้ของกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มที่เข้าร่วมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์มีค่าเฉลี่ยอันดับ (Mean Rank) สูงกว่ากลุ่มที่ไม่เข้าร่วมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์

ตาราง 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	Mean Rank	Mann - Whitney U test	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					
กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์	145	82.53	2,242.50	1.979	0.048**
กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์	25	102.70			
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน					
กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์	145	82.90	2,189.50	1.833	0.067
กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์	25	100.58			
การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					
กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์	145	83.11	2,158.50	1.634	0.102
กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์	25	99.34			

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์

จากตาราง 5 แสดงถึงระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในเชิงบวก โดยส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน พบว่า กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์ เห็นด้วยคิดเป็นร้อยละ 95.86 และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์ เห็นด้วยคิดเป็นร้อยละ 96.00 เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าเมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามาภายในชุมชน ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่ชุมชนบ้านมณีพฤษ์ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในเชิงลบ ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นไปตามฤดูกาล โดยกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์ เห็นด้วยคิดเป็นร้อยละ 66.21 และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์ เห็นด้วยคิดเป็นร้อยละ 92.00 เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นไม่ยั่งยืน นักท่องเที่ยวนิยมมา

ในช่วงฤดูหนาว ทำให้ช่วงเวลาอื่นๆ เช่น ฤดูร้อนและฤดูฝนของปี ไม่มีนักท่องเที่ยวหรือมีน้อย ชุมชนจะขาดรายได้ และส่งผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มการท่องเที่ยว

ตาราง 5 ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านมณีพฤกษ์

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว	กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์			กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์		
	ไม่เห็นด้วย	ไม่มีความคิดเห็น	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่มีความคิดเห็น	เห็นด้วย
ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในเชิงบวก						
ก่อให้เกิดการอนุรักษ์พื้นที่ธรรมชาติของชุมชน	17.24	6.21	76.55	4.00	4.00	92.00
ก่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน	0.00	4.14	95.86	0.00	4.00	96.00
ก่อให้เกิดการคงอยู่ของวัฒนธรรมประเพณีภายในท้องถิ่น	25.52	6.90	67.59	16.00	16.00	68.00
ก่อให้เกิดการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคภายในชุมชน	17.93	8.28	73.79	16.00	8.00	76.00
ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น	8.00	16.00	76.00	8.00	16.00	76.00
ก่อให้เกิดอาชีพและการจ้างงานเพิ่มขึ้น	7.59	18.62	73.79	8.00	4.00	88.00
ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในเชิงลบ						
รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นไปตามฤดูกาล	28.97	4.83	66.21	8.00	0.00	92.00
เกิดปัญหาน้ำเน่าเสียภายในชุมชน	48.28	22.07	29.66	44.00	8.00	48.00
เกิดปัญหาขยะมูลฝอยภายในชุมชน	37.24	8.97	53.79	48.00	4.00	48.00
เกิดปัญหาเสียงรบกวนจากนักท่องเที่ยว	56.55	17.93	25.52	64.00	0.00	36.00

จากตาราง 6 แสดงผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ของกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวบ้านมณีพฤกษ์ โดยการวิเคราะห์ใช้สถิติ Mann-Whitney U test พิจารณาที่ค่า Asymp. Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.833 หมายความว่า ความคิดเห็นต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวของกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 6 การเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านมณีพฤกษ์

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	Mean Rank	Mann - Whitney U test	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านมณีพฤกษ์					
กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์	145	85.83	1,765.00	-0.210	0.833
กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์	25	83.60			
ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงบวก					
กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์	145	83.91	2,043.00	1.021	0.307
กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์	25	94.72			
ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงลบ					
กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์	145	86.64	1,647.00	-0.732	0.464
กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์	25	78.88			

ส่วนที่ 5 การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์

จากตาราง 7 แสดงถึงการมีส่วนร่วมเพื่อการสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ พบว่า กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ ให้ความสนใจในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ เฉลี่ย 13.92 ชั่วโมง/ปี และกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ ให้ความสนใจในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ เฉลี่ย 12.69 ชั่วโมง/ปี

ตาราง 7 กิจกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์

กิจกรรม	กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์			กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์		
	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย/ชั่วโมง	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย/ชั่วโมง
เสียสละเวลาเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยว	51	35.17	3.15	19	76.00	3.42
เสียสละแรงงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว	51	35.17	0.19	19	76.00	0.97
เข้าร่วมประชุมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	45	31.03	0.86	11	44.00	0.93
เข้าร่วมแก้ปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว	20	13.79	0.54	13	52.00	0.61
ให้ข้อมูลและความรู้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว	36	24.83	0.82	17	68.00	0.95
สนับสนุนด้านอุปกรณ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว	28	19.31	1.26	16	64.00	1.34
ให้ความร่วมมือเมื่อได้รับการร้องขอ	60	41.38	1.92	14	56.00	2.20
พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน	51	35.17	1.06	11	44.00	1.16
เข้าร่วมกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยว	30	20.69	1.28	15	60.00	1.41
นำนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว	19	13.10	0.87	13	52.00	0.94

จากตาราง 8 แสดงผลวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์ของกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์ และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวบ้านมณีพฤษ์ โดยการวิเคราะห์ใช้สถิติ Mann - Whitney U test พิจารณาที่ค่า Asymp. Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000** พบว่า ความรู้ของกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มที่เข้าร่วมการท่องเที่ยวบ้านมณีพฤษ์มีค่าเฉลี่ยอันดับ (Mean Rank) สูงกว่ากลุ่มที่ไม่เข้าร่วมการท่องเที่ยวบ้านมณีพฤษ์

ตาราง 8 การเปรียบเทียบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	Mean Rank	Mann - Whitney U test	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์					
กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์	145	79.65	2,661.00	3.886	0.000***
กลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์	25	119.44			

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินความรู้ ความคิดเห็นและการสนับสนุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษา บ้านมณีพฤษ์ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน สามารถนำมาอภิปราย ได้ดังนี้

1. การจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านมณีพฤษ์ พบว่า เปิดโอกาสให้สมาชิกภายในชุมชนเป็นผู้จัดการเนื่องจากรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนมุ่งเน้นคนท้องถิ่นเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีการแบ่งบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน โดยได้รับการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยภูคา เทศบาลตำบลอบ โครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคงพื้นที่ลุ่มน้ำน่าน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดน่าน พื้นที่ที่ 6 บ้านมณีพฤษ์ (พมพ.6) และโครงการภูมิร พลังสตรี...พลังรักษ์สิ่งแวดล้อมจากมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย เป็นไปตามแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของ ยศ สันตสมบัติ; และคณะ (2544) และสินธุ์ สโรบล; และคณะ (2548) ที่ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีรูปแบบการดำเนินงานจัดการการท่องเที่ยวด้วยชุมชนเป็นหลัก เนื่องจากชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอัน อีกทั้งยังให้ความสำคัญในการวางระบบโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับงานของ ประเวศ หอมชื่น (2550) เรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านชะฮอม หมู่ที่ 7 ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี

2. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนน้อยกว่ากลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์ แม้ว่า กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์มีคะแนนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มที่เป็นสมาชิก หากแต่จากการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชนองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว

อย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2553) กล่าวถึงแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ว่า ท้องถิ่นจำเป็นต้องมีความเข้าใจในบทบาทของชุมชนที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวและทรัพยากรซึ่งสอดคล้องกับงานของ อูไรรัตน์ วรรณวิสันต์ (2550) เรื่องความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชน ตำบลเกาะช้างได้ กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

3. ความคิดเห็นต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ในกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านมณีพุกุญ และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกุญ จากการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกุญและกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกุญ ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวส่งผลกระทบในเชิงบวกกับชุมชน ก่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น จากแนวคิดผลกระทบจากการท่องเที่ยวของ ฉันทิช วรรณคอนม (2552) ได้อธิบายถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดผลประโยชน์และภาวะแก่ชุมชน สอดคล้องกับงานของ อรรถพล จันทรพิณ (2554) เรื่องผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อชุมชนบริเวณคลองอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

4. การสนับสนุนในกิจกรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกุญ และกลุ่มที่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกุญ จากการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง พบว่า ระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมการสนับสนุนมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของ ชัยนุวัฒน์ ปูนคำปิ่น; และ ชัยพงษ์ สำเนียง (2555) ได้อธิบายว่าควรเล็งเห็นถึงบทบาทหน้าที่ของชุมชนต่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวในฐานะเจ้าของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานของ คมลักษณ์ สงทิพย์ (2557) เรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยการประเมินความรู้ ความคิดเห็นและการสนับสนุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษา บ้านมณีพุกุญ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้ท้องถิ่นเป็นผู้การดำเนินการท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรท้องถิ่น ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความยั่งยืนในอนาคต จึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ชุมชนและหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องควรสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและทรัพยากรที่ถูกต้อง จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน

2. ชุมชนและหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกุญเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นสมาชิกเพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้แข็งแกร่ง เนื่องจากที่ผ่านมากลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกมีความสนใจต่อการท่องเที่ยวไม่เท่ากับกลุ่มที่เป็นสมาชิก และยังไม่เล็งเห็นถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอย่างชัดเจน โดยอาจมีการประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อเป็นการชักจูงให้เกิดการรวมกลุ่มสมาชิกเพิ่มมากขึ้น รวมถึงร่วมมือกับชุมชนใกล้เคียงเพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดเป็นวงกว้างมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว เนื่องด้วยพื้นที่ชุมชนเพิ่งเริ่มการท่องเที่ยวในระยะเวลาไม่นานอาจยังไม่เห็นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวที่ชัดเจน จึงยังไม่มีมาตรการรองรับ ดังนั้นชุมชนและหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องควรวางแผนเพื่อรองรับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ ซึ่งจะเป็นการดูแลรักษาทรัพยากรไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน

2. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนใกล้เคียง เพื่อเป็นการเพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวและกระตุ้นให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวจากชุมชนบ้านมณีพฤกษ์สู่พื้นที่ใกล้เคียงโดยรอบ

เอกสารอ้างอิง

- คมลักษณ์ สงทิพย์. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- เคนทาโร่ อาคาเสะ. (2557). ความคิดเห็นและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่ประกอบกิจกรรมดำน้ำตื้นต่อปรากฏการณ์ปะการังฟอกขาว ณ อุทยานแห่งชาติตะรุเตา จังหวัดสตูล. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิราภรณ์ แก้วมณี. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนเข้าหัวจิ้น อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉันทน์ วรรณอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: บริษัท วิรัตน์ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- ชัยวัฒน์ ปูนคำปิ่น และชัยพงษ์ สำเนียง. (2555). “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” (Community-Based Tourism): การสร้าง ขยายเศรษฐกิจและวิถีชีวิตท้องถิ่น. จาก <https://prachatai.com/journal/2012/04/39979>, 17 กรกฎาคม 2560.
- ดรชนันท์ เอมพันธุ์ และเรณูภา กลับลุข. (2554). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน หน่วยที่ 14. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิตยาธน์ จุลวงศ์. (2553). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรล่องเรือชมสวนเรียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอบางพุทธมงคล จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคประชาชน. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประเวศ หอมชื่น. (2550). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านชะยอม หมู่ที่ 7 ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอไชยภูมิ จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ยศ สันตสมบัติ และคณะ. (2544). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการจัดการทรัพยากร. โครงการพัฒนาองค์ความรู้และการศึกษานโยบายการจัดการทรัพยากรชีวภาพในประเทศไทย. เชียงใหม่: โรงพิมพ์นพบุรีการพิมพ์.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 6 ต.ค.-ธ.ค. 2559. จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8265, 20 กรกฎาคม 2560.

สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชนองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2553).

ชุดความรู้ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชน”. กรุงเทพฯ: บริษัท โคคูน แอนด์ โค จำกัด.

สินธุ์ สโรบล, และคณะ. (2548). การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ. พิมพ์ครั้งที่ 1.

เชียงใหม่: วนิดา เฟลส.

อรรถพล จันทร์เพ็ญ. (2554). ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อชุมชนบริเวณคลองอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.

วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อุไรรัตน์ วรรณวิสันต์. (2550). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชน ตำบลเกาะ

ช้างได้ กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒน-

สังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

NBUS028: การส่งเสริมภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมดูแลเด็กในสถานรองรับเด็กของราชการ TO PROMOTE CIVIL SOCIETY'S PARTICIPATION IN JUVENILE CARE IN STATE WELFARE FACILITIES

นิรันดร์ ภิรมย์ลาภา¹ อนันต์ ธรรมชาลย์² สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล³

¹ นักศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนอร์ท มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

³ อาจารย์หลักสูตรปริญญาตรี สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการส่งเสริมภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมดูแลเด็กในสถานรองรับเด็กของราชการผล ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดย 1) ใช้ประสบการณ์ตรงจากการเข้าสังเกตการณ์ภาคสนามด้วยการเข้าไปดูแลเด็กในสถานสงเคราะห์ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้บริหารทั้งภาครัฐและภาคประชาสังคม 3) การประชุมกลุ่มระดมสมอง ผู้ปกครองสถานสงเคราะห์และผู้แทนภาคประชาสังคม

จากการวิจัยพบว่า การดูแลเด็กและเยาวชนในสถานรองรับเด็กทั่วประเทศ มีข้อจำกัดจริง โดยมีข้อจำกัดในเรื่องกฎหมาย กำลังคน และงบประมาณ ทำให้ขาดการนำเสนอโครงการที่เป็นประโยชน์ มีข้อเสนอแนะให้นำแนวนโยบายที่มีไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม โดยภาคราชการออกระเบียบเป็นการเฉพาะ ให้มีภาคประชาสังคม เข้าสมทบร่วมดูแลเด็กและเยาวชนในสถานสงเคราะห์ เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนภาคประชาสังคมเข้ามีส่วนร่วมดูแลเด็กและเยาวชนอย่างเป็นระบบ และเพื่อให้เด็กและเยาวชนในสถานสงเคราะห์มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น เช่น โครงการแม่นมจิตอาสา และโครงการครอบครัวอุปการะ เป็นต้น

คำสำคัญ: การส่งเสริมภาคประชาสังคม การมีส่วนร่วมดูแลเด็ก สถานรองรับเด็กของราชการ

Abstract

The researcher objective was study to promote civil society's participation in juvenile care in state welfare facilities. Using the qualitative method by: 1) Participating directly in one orphanage in Bangkok, 2) In-depth interviews with top management in public and private sectors, and 3) Setting up meetings and brainstorming with the representatives of civil society.

Result of this research found that juvenile care in state welfare facilities has some limitations within their budget and manpower affecting the lack of a beneficial campaign. The suggestion on this issue is to promote the concrete campaign systematically to raise the numbers in civil society participation in juvenile care and to develop the well-being of juveniles in the state welfare facilities.

Keywords: promote civil society participation in juvenile care state welfare facilities

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เด็กในสถานสงเคราะห์เด็กมีภูมิหลังทางครอบครัวที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์เผชิญปัญหาชีวิตที่ซับซ้อนกว่าเด็กที่อาศัยในครอบครัว เช่น เด็กทารกกถูกทำแท้งเถื่อนแต่ไม่สำเร็จ เด็กกำพร้าถูกทอดทิ้งในถังขยะตั้งแต่แรกเกิด เด็กหญิงถูกพ่อทำข่มขืน เด็กติดเชืเอชไอวี เด็กถูกใช้เป็นแรงงานก่อสร้าง เด็กถูกใช้เป็นคนขายยาเสพติด เด็กที่ครอบครัวยากจนไม่มีแม่ปั๊จยี่สี่ เด็กเร่ร่อนไม่มีที่อยู่อาศัย เด็กขอทาน เป็นต้น เด็กเหล่านี้มีต้นทุนชีวิตน้อยกว่าเด็กปกติที่อาศัยในครอบครัว จำเป็นต้องได้รับสวัสดิการสังคมเพื่อให้หลักประกันทางสังคมที่เอื้อให้เด็กเหล่านี้สามารถดำเนินชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ส่งผลให้พัฒนาการสมวัยเช่นเดียวกับเด็กปกติที่อาศัยในครอบครัวสถานสงเคราะห์เด็กเป็นสถานรองรับเด็กประเภทหนึ่งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 ที่ให้การอุปการะเลี้ยงดูและพัฒนาเด็กอายุแรกเกิดถึง 18 ปี ที่กำพร้า ถูกทอดทิ้ง ไร้ที่พึ่ง ได้รับผลกระทบจากโรคเอดส์ และบิดามารดาหรือผู้ปกครองไม่สามารถให้การอุปการะได้อย่างเหมาะสมโดยให้บริการปัจจัย 4 การดูแลสุขภาพพยาบาล พัฒนาการด้านร่างกาย จิตใจ การศึกษา การฝึกอาชีพนันทนาการ การติดตามสืบหาครอบครัว การจัดหาครอบครัวทดแทน ตลอดจนการอบรมขัดเกลาด้านจริยธรรม เพื่อเตรียมความพร้อมแก่เด็กในการกลับคืนสู่ครอบครัวและสังคม (กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ, 2556: ย่อหน้าที่ 3) มีงานวิจัยยืนยันว่าการจัดสวัสดิการสังคมในสถานสงเคราะห์เด็กส่วนใหญ่เป็นบริการสังคมทั่วไปขั้นพื้นฐานเพื่อทำบทบาทหน้าที่เป็นครอบครัวทดแทนแก่เด็กในสถานสงเคราะห์

การอบรมสั่งสอน การดูแลจิตใจ การฝึกทักษะทางสังคม และการจัดหาเครื่องอุปโภคบริโภค เป็นต้น โดยมีบุคลากรในสถานสงเคราะห์เด็กทำหน้าที่เป็นพ่อหรือแม่ทดแทนแก่เด็ก โดยจัดให้พี่เลี้ยงเด็ก 1 คน ดูแลเด็ก 25-30 คน นักสังคมสงเคราะห์ 1 คน นักจิตวิทยา 1 คน ต่อเด็กทั้งสถานสงเคราะห์ประมาณ 100-300 คน จะเห็นว่าแม้สถานสงเคราะห์เด็กจะจัดบริการสวัสดิการสังคมแก่เด็กในอุปการะแต่เป็นที่น่าสังเกตว่าจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่เป็นพ่อหรือแม่ทดแทนแก่เด็กมีสัดส่วนที่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน จึงมีแนวโน้มที่เด็กในสถานสงเคราะห์เด็กอาจได้รับการดูแลไม่ทั่วถึง ส่งผลให้เด็กในสถานสงเคราะห์เด็กอาจมีพัฒนาการไม่สมวัย หรือมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนได้ เนื่องจากไม่ได้เติบโตในครอบครัวที่มีพ่อแม่เลี้ยงดูเด็กที่ไม่ได้รับการดูแลจากครอบครัว จะขาดความรู้สึกผูกพันระหว่างพ่อแม่และลูก ซึ่งอาจส่งผลเสียร้ายแรงต่อพัฒนาการทางด้านอารมณ์และสังคมของเด็ก เนื่องจากครอบครัวจะให้บทเรียนที่จำเป็นในการพัฒนาด้านอารมณ์ความรู้สึกเข้าใจผู้อื่น ทักษะทางสังคมและตัวตนของเด็ก เด็กที่ได้รับการเลี้ยงดูในสถานสงเคราะห์ตั้งแต่อายุต่ำกว่า 3 ปี จะส่งผลให้เด็กปิดกั้นการเรียนรู้และพัฒนาทางการทางอารมณ์ของเด็กอย่างมาก (องค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ (ยูนิเซฟ) แห่งประเทศไทย, 2554: 56) ในทางกลับกัน Day (2010: 13-14) อธิบายว่าลักษณะครอบครัวในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป มีครอบครัวเลี้ยงเดี่ยวจำนวนมากที่พ่อแม่ต้องทำงานหาเลี้ยงชีพและไม่มีเวลาเลี้ยงดูลูกในวัยเด็กด้วยตนเอง จึงเชื่อว่าพี่เลี้ยงเด็กสามารถอบรมเลี้ยงดูเด็กได้ดีพอๆ กับที่พ่อแม่เลี้ยงดูเด็กด้วยตนเอง ทำให้การให้บริการพัฒนาคุณภาพชีวิตมุ่งที่ปัจเจกบุคคลมากกว่าครอบครัว จึงมีการเสริมพลังและเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของปัจเจกบุคคลมากกว่าการปฏิบัติงานที่ใช้ครอบครัวเป็นฐานหรือครอบครัวเป็นศูนย์กลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วรากร ททรัพย์วิริยะปกรณ (2551: 117-119) พบว่า สถานสงเคราะห์เด็กเป็นเสมือนบ้านหลังหนึ่งของเยาวชนผู้พักพิง บ้านหลังนี้ต้องร่มเย็นพอที่จะสรรสร้างสิ่งดีงามให้กับเยาวชน ทั้งปกป้องให้ปลอดภัย สร้างความอบอุ่น ความไว้วางใจเข้าใจในความรู้สึกอย่างถ่องแท้ และพร้อมเสมอที่จะทำทุกวิถีทางเพื่อให้เยาวชนผู้พักพิงเหล่านี้เกิดความสุข ตลอดจนบ่มเพาะประสบการณ์อันดีงาม เพื่อให้พวกเขาก้าวออกไปสู่สังคมอย่างคนที่มีคุณลักษณะที่สามารถสร้างสรรค์คุณค่าให้เกิดกับตนเอง และสังคมต่อไป การใช้ชีวิตร่วมกับเด็กอื่นที่มีลักษณะเดียวกันในสถานสงเคราะห์เด็กทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีและมีความสุขเวลาที่ได้ทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน นอกจากนี้ยังเกิดความรู้สึก

ปลอดภัยเหมือนอยู่ “บ้าน” ลักษณะดังกล่าวเกิดจากกระบวนการจัดการของสถานสงเคราะห์ที่ตระหนักต่อความต้องการพื้นฐานของเด็ก

การดูแลเด็กในสถานสงเคราะห์จึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างไรก็ตามในการดูแลเด็กและเยาวชนสถานรองรับเด็กทั่วประเทศจำนวน 30 แห่ง ของกรมกิจการเด็กและเยาวชน ซึ่งผู้วิจัยเรียกกรวมๆ ว่า สถานสงเคราะห์ ยังมีข้อจำกัดจำเป็นต้องเพิ่มแนวทางให้ภาคประชาสังคมเข้ามีส่วนร่วมดูแลเด็กและเยาวชนในสถานสงเคราะห์ อย่างไรก็ตามการที่ภาคประชาสังคมจะเข้ามาร่วมจำเป็นจะต้องมีแนวทางการส่งเสริมทั้งในแง่ของการปรับแก้ไขกฎหมาย การกำหนดนโยบายให้เหมาะสม ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา การส่งเสริมภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมดูแลเด็กในสถานรองรับเด็กของราชการเพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานราชการกำหนดนโยบายให้ภาคประชาสังคมเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดูแลเด็กและเยาวชนในสถานสงเคราะห์ต่างๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการส่งเสริมภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมดูแลเด็กในสถานรองรับเด็กของราชการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

การมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม หมายถึง การที่ภาคประชาสังคมเข้าไปมีส่วนร่วมในการดูแลและช่วยเหลือเด็กของสถานสงเคราะห์ของรัฐ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการประชุม การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา มีส่วนร่วมในการวางแผน มีส่วนร่วมในการคิดหรือการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการบริจาคทรัพย์ การมีส่วนร่วมในการดูแลเด็กและเยาวชนตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก

เด็ก หมายถึง เด็กและเยาวชนที่มีอายุตั้งแต่แรกเกิด จนถึงก่อนอายุครบ 18 ปีบริบูรณ์ ซึ่งเข้ามาอาศัยอยู่ในสถานสงเคราะห์ของราชการ

สถานสงเคราะห์ หมายถึง สถานรองรับเด็กในประเทศไทย ที่สังกัดกรมกิจการเด็กและเยาวชน กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ได้แก่ 1) สถานแรกรับ 2) สถานสงเคราะห์ 3) สถานคุ้มครองสวัสดิภาพ และ 4) สถานพัฒนาและฟื้นฟู

ภาคประชาสังคม หมายถึง มูลนิธิ สมาคม ที่จดทะเบียนจัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์ดูแลเด็กและเยาวชนในสถานสงเคราะห์หรือทั่วไป ที่ไม่เกี่ยวข้องกับพรรคการเมืองหรือชื่อในทางธุรกิจ และหมายความรวมถึงสโมสร ชมรม ตลอดจนเอกชน ที่มีวัตถุประสงค์หรือมีจิตอาสาช่วยเหลือดูแลเด็กและเยาวชนในสถานสงเคราะห์

การดูแลเด็กและเยาวชนในสถานสงเคราะห์ หมายถึง การจัดการดูแลเด็กและเยาวชนให้เป็นไปตามมาตรฐานส่งเสริมการจัดสวัสดิการสำหรับเด็กในสถานสงเคราะห์เด็ก โดยเน้นในห้าด้านคือ ด้านสุขภาพ ด้านพัฒนาการ ด้านอาหาร ด้านการจัดสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย และด้านสิทธิประโยชน์เด็ก

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานสงเคราะห์เด็กและเยาวชน หมายถึง กฎหมายที่มีผลต่อสถานสงเคราะห์เด็กและเยาวชน ประกอบด้วย 1) รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 2) พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 และฉบับแก้ไข 3) พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชน พ.ศ. 2550 และฉบับแก้ไข 5) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ. 2550 และฉบับแก้ไข 6) พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการค้ามนุษย์ พ.ศ. 2551 และฉบับแก้ไข

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัย

Peters and Waterman, Jr. (2004) ได้เสนอแนวคิดที่เรียกว่า McKinsey 7'S Framework กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการขององค์กรจะเกิดความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ 7 ประการ ได้แก่ 1) กลยุทธ์ขององค์กร 2) โครงสร้างองค์กร 3) ระบบการปฏิบัติงาน 4) บุคลากร 5) ทักษะ ความรู้ ความสามารถ 6) รูปแบบการบริหารจัดการ 7) ค่านิยมร่วม

กระบวนการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม: พิจารณามิติระดับการมีส่วนร่วม

ประเด็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม ในการดูแลเด็ก เป็นหลักคิดที่รัฐบาลในประเทศเสรีประชาธิปไตยต่างๆ ให้ความสนใจ เพราะเป็นการบริหารราชการที่ภาคประชาสังคม เรียกร้องเป็นที่ยอมรับที่มุ่งเน้นให้การบริหารราชการ การตัดสินใจทำให้บริการสาธารณะ ตลอดจนการดำเนินนโยบายสาธารณะต่างๆ เป็นไปอย่างสุจริต โปร่งใส ตอบสนองความต้องการของเด็กและเยาวชนมีการตัดสินใจที่รอบคอบ เป็นธรรมและคำนึงถึงผลประโยชน์และสิทธิขั้นพื้นฐานของเด็กและเยาวชนโดยรวม การเปิดโอกาสให้ภาคประชาสังคม เข้ามามีส่วนร่วมเป็นวิธีการหนึ่งที่จะเกิดการบริหารราชการที่สุจริตโปร่งใสมากขึ้น (ณรงค์ เหล่าอุทิศวาทิธย์, 2553: 14-15)

จากความพยายามในการให้ภาคประชาสังคม เข้ามามีส่วนร่วมในภาครัฐมากขึ้น หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องปรับระบบการบริหารราชการให้เป็นประชาธิปไตย ซึ่งเรียกว่า การบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Governance) ส่วนการศึกษาครั้งนี้ เป็นการบริหารการจัดการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งหมายถึง การจัดระบบการบริหารราชการ การจัดโครงสร้าง ทศนคติในการบริหารราชการ และการกำหนดแนวทางที่เจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานของรัฐ เปิดโอกาสให้ภาคประชาสังคม เข้ามามีส่วนร่วม มีบทบาทในกระบวนการตัดสินใจทางการบริหารและการดำเนินกิจกรรมการดูแลเด็กและเยาวชนของสถานสงเคราะห์ แบบมีส่วนร่วมที่เปิดโอกาสให้ภาคประชาสังคม เข้ามามีส่วนร่วมทั้งทางตรงและทางอ้อม

การบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมที่เปิดโอกาสให้ภาคประชาสังคม เข้ามามีส่วนร่วมในภาครัฐ อาจจะสามารถดำเนินการได้ในหลายมิติ ตามความเหมาะสม และความต้องการพื้นฐานของเด็กและเยาวชนในแต่ละสังคม องค์กรที่เรียกตนเองว่า International Association for Public Participation (IAPP) ซึ่งเป็นสถาบันนานาชาติ ได้ศึกษาและกำหนดระดับการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม ไว้ 5 ระดับ เพื่อที่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และหน่วยงานภาครัฐ จะเลือกตัดสินใจออกแบบการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม จากระดับการเปิดโอกาสให้ภาคประชาสังคม ได้ เข้ามามีส่วนร่วมในภาครัฐ ตั้งแต่ระดับการเข้ามามีส่วนร่วมที่น้อยที่สุด ถึงระดับการเข้ามามีส่วนร่วมที่มากขึ้นในระดับที่ 5 มีรายละเอียดดังกล่าวคือ

ระดับที่ 1 การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ภาคประชาสังคม เกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ (To Inform) เป็นระดับที่ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นน้อยสุด ซึ่งเป็นสิทธิพื้นฐานของภาคประชาสังคม ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานของภาครัฐ โดยหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่ในการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง ถูกต้อง ทันสมัย และภาคประชาสังคม สามารถเข้าถึงได้

ระดับที่ 2 การเปิดให้ภาคประชาสังคม แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการ/การปฏิบัติงานของหน่วยงานของรัฐ อย่างอิสระและเป็นระบบ โดยหน่วยงานภาครัฐจัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็น การปรึกษาหารือ ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และนำข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น ประเด็นที่ภาคประชาสังคม เป็นห่วงไปเป็นแนวทางการปรับปรุงนโยบาย การตัดสินใจและพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานในหน่วยงาน (To Consult)

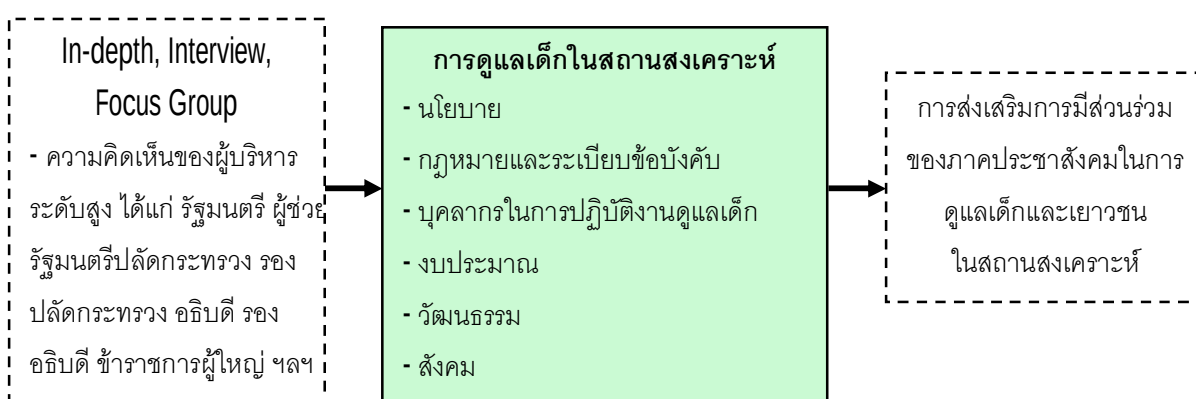
ระดับที่ 3 เป็นระดับที่หน่วยงานภาครัฐ เปิดโอกาสให้ภาคประชาสังคม เข้ามามีส่วนร่วม หรือเกี่ยวข้อง ในกระบวนการกำหนดนโยบาย การวางแผนงานโครงการ และวิธีการทำงาน โดยหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่จัดระบบ อำนาจความสะดวก ยอมรับการเสนอแนะและการตัดสินใจร่วมกับภาคประชาชน (To Involve) การมีส่วนร่วมระดับนี้ มักดำเนินการในรูปแบบกรรมการที่มีตัวแทนภาคประชาสังคม เข้าร่วม

ระดับที่ 4 การที่หน่วยงานภาครัฐเปิดโอกาสให้ภาคประชาสังคม เข้ามามีส่วนร่วม มีบทบาทเป็นหุ้นส่วน หรือภาคีในการดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ (To Collaborate)

ระดับที่ 5 การเสริมอำนาจภาคประชาสังคม เป็นระดับที่เปิดโอกาสให้ภาคประชาสังคม มีบทบาทเต็ม ในการตัดสินใจ การบริหารงาน และการดำเนินกิจกรรมใดๆ เพื่อเข้ามาทดแทนการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ดำเนินการหรือปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่ง ระดับการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม ในระดับสูงสุดนี้เน้นให้ภาคประชาสังคม เป็นเจ้าของดำเนินการกิจ และภาครัฐมีหน้าที่ในการส่งเสริมสนับสนุนเท่านั้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นกรอบแนวคิดชั่วคราว (tentative conceptual framework) กระทำโดยอาศัยแนวคิด และทฤษฎีการบริหารและการจัดการ ตลอดจนผลงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ และข้อมูลเบื้องต้น มาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดได้กาด้านนโยบาย กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ บุคลากรในการปฏิบัติงานดูแลเด็ก งบประมาณ วัฒนธรรม และประเด็นทางสังคม ดังภาพประกอบ ต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพและปัญหาการจัดการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม ในการดูแลเด็กในสถานสงเคราะห์ภาคราชการ มีดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ผู้บริหารภาครัฐ ภาคราชการ และภาคประชาสังคม ที่มี ส่วนดูแลเด็ก และเยาวชนในสถานสงเคราะห์

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ (Content Data) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และ สนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งได้แก่ รัฐมนตรี กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ผู้ช่วยรัฐมนตรีว่าการกระทรวง ปลัดกระทรวง รองปลัดกระทรวง อธิบดี ผอ.ส่งเสริม ผอ.สถานสงเคราะห์ อธิบดีนายกลิขสิทธิ์ (ร.อ.ชจิต หัพนานนท์) นักร้องที่ช่วยเหลือเด็ก (นครินทร์ กิ่งศักดิ์) ดาราภาพยนตร์ที่อาสาสมัครช่วยสังคม (ปิณฑ์ บันลือฤทธิ์) ผู้อุปการะรับดูแลเด็ก ประธานมูลนิธิโดมดรุณ ตัวแทนองค์กรไลออนส์ และผู้อุปการะ (Foster) จากประเทศแคนาดา เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ได้แก่

1. การเข้าถึงเหตุการณ์ของผู้วิจัยซึ่งเข้าไปมีส่วนดูแลเด็กในสถานสงเคราะห์มานานไม่น้อยกว่าสิบปี
2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็น

การรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง

3. การประชุมระดมสมอง ของผู้บริหารสถานสงเคราะห์และภาคประชาสังคม จากนั้นนำข้อมูล

ที่ได้จากการเข้าถึงเหตุการณ์การสัมภาษณ์ และการประชุมระดมสมอง มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การส่งเสริมภาคประชาสังคม มีส่วนร่วมดูแลเด็กในสถานรองรับเด็กของราชการ ผู้วิจัยนำข้อมูล มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกับกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลไปพร้อมกัน โดยมีกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบในการกระบวนการศึกษา โดยจะวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลทฤษฎีที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ ตำรา วารสาร บทความ เว็บไซต์ต่างๆ เพื่อหาข้อสรุปเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า

นโยบาย สถานรองรับเด็กภาคราชการได้มีการจัดทำกรอบยุทธศาสตร์พัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน มีแผนสามปี (พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๖) และแผนปฏิบัติการพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชนจังหวัด แล้วก็ตาม โดยกรอบนโยบายดังกล่าวได้มีการทำประชาพิจารณ์ร่วมกับองค์กรภาคีเครือข่าย และกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนในสถานศึกษา เยาวชนในชุมชนและเยาวชนเร่ร่อน โดยระบุเป้าหมายไว้ว่า สถานรองรับเด็กจะมีบริการทางสังคมรองรับเด็กและเยาวชนเร่ร่อนได้อย่างครอบคลุม แต่่นโยบายดังกล่าวไม่ได้อ้างอิงถึงหรือเชื่อมโยงกับพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๐ นโยบายเยาวชนแห่งชาติและแผนพัฒนาเด็กและเยาวชนระยะยาว (พ.ศ. ๒๕๔๕ และ ๒๕๕๔) หรือนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติด้านการพัฒนาเด็กตามแนวทาง “โลกที่เหมาะสมสำหรับเด็ก” (พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๙) ซึ่งปัจจุบันได้ผนวกรวมเป็นแผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙ ไว้แล้ว ประกอบกับสถานรองรับเด็กบางจังหวัด ยังไม่มีแผนแม่บทในการขับเคลื่อนงานด้านภาคประชาสังคมเข้าไปมีส่วนร่วมในการดูแลเด็กและเยาวชน ซึ่งจะเป็นจุดที่เชื่อมโยงระหว่างส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น จึงทำให้ไม่ทราบเป้าหมายหรือทิศทางการดำเนินงาน และไม่สามารถติดตามประเมินผลเพื่อวัดผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานร่วมกับภาคประชาสังคมได้ นอกจากนี้ ยังไม่พบการนำนโยบายและแผนระดับชาติเพื่อให้

เกิดผลในทางปฏิบัติ ในขณะที่สถานรองรับเด็กแต่ละแห่งกำลังเผชิญกับสภาพปัญหาในการที่จะให้ภาคประชาสังคมเข้าไปมีส่วนร่วมในการดูแลเด็กและเยาวชนอย่างมาก

กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ สถานสงเคราะห์เด็กถือปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. ๒๕๔๖ และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองดูแลเด็ก มีข้อกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการในการกำกับดูแลสถานที่รองรับตามกฎหมาย บุคลากร วิธีการปฏิบัติงาน และการบริหารจัดการเงินกองทุนตามกฎหมายที่ค่อนข้างครอบคลุม แต่การบังคับใช้ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ด้วยปัญหาการเร่งบังคับใช้กฎหมายโดยปราศจากการเตรียมการให้มีกลไกและการจัดสรรทรัพยากรรองรับที่เพียงพอ ทศนคติ ความรู้ความเข้าใจ ความตระหนักของบุคลากรต่อการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองเด็กในสถานสงเคราะห์ การขาดความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน ในขณะที่กรอบของกฎหมายที่มีอยู่ทั้งในระดับประเทศ หรือกฎระเบียบของ ยังไม่สามารถรองรับปัญหาเด็กและเยาวชนในสถานสงเคราะห์ ยังไม่มีกฎหมายกำหนดให้มีภาคประชาสังคมไว้ดูแลเด็กในสถานสงเคราะห์

บุคลากรในการปฏิบัติงานดูแลเด็ก สถานสงเคราะห์ยังขาดแคลนบุคลากร เนื่องจากงบประมาณไม่เพียงพอ ต้องจ้างบุคลากรในหลายตำแหน่ง โดยเฉพาะพี่เลี้ยงดูแลเด็กบุคลากรบางแห่งเป็นอัตราจ้าง บางแห่งเป็นจ้างเหมาบริการ บุคลากรดังกล่าวจะอยู่ทำงานไม่นาน เมื่อได้สถานที่ทำงานใหม่ที่มีมั่นคงกว่า ดีกว่า ก็จะลาออกไป ทำให้ขาดบุคลากรที่อยู่ต่อเนื่อง เมื่อจ้างคนใหม่ ต้องมาเรียนรู้ใหม่ และก็มีผลกระทบต่อพัฒนาการของเด็กในสถานสงเคราะห์ สถานสงเคราะห์บางแห่งมิได้เปิดโอกาสให้ภาคประชาสังคมเข้าไปช่วยดูแลเด็ก โดยอาจเกิดจากความไม่เข้าใจกัน หรืออาจเกิดจากไม่มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน บางแห่งแม้ ได้เปิดโอกาสให้ภาคประชาสังคมที่มีจิตอาสาเข้าไปช่วยดูแล แต่มิได้ส่งเสริมภาคประชาสังคมอย่างเป็นระบบ ทำให้เด็กในสถานสงเคราะห์ขาดการพัฒนาการอย่างยั่งยืนเพราะจิตอาสาเข้าไปช่วยด้วยหัวใจมิได้มุ่งหวังประโยชน์ตอบแทนเป็นเงินหรือของรางวัล แต่ก็ไม่มีการส่งเสริมสนับสนุนให้ภาคประชาสังคมได้เข้าไปช่วยอย่างทั่วถึง และไม่มีหลักเกณฑ์จากส่วนกลางให้ภาคประชาสังคมยึดถือปฏิบัติเป็นแนวทางเดียวกัน โดยเฉพาะในด้านครอบครัวอุปถัมภ์ ซึ่งภาคประชาสังคมมีความพร้อมที่จะเข้าไปช่วยรับเด็กสถานสงเคราะห์ไปดูแลในฐานะครอบครัวอุปถัมภ์ (foster) แต่ติดขัดที่กฎระเบียบของทางราชการและการขาดการประชาสัมพันธ์

งบประมาณ แม้เงินงบประมาณแผ่นดินที่กรมกิจการเด็กและเยาวชนได้รับในแต่ละปีดูเหมือนว่าจะมาก เช่น ปี 2559 เป็นเงิน 321,651,600 บาท ปี 2560 จำนวนเงิน 390,363,200 บาท ปี 2561 จำนวนเงิน 327,170,700 บาท แต่เงินจำนวนดังกล่าวรวมถึงเงินเดือน ค่าจ้าง ค่าเดินทางราชการ ค่าน้ำประปา ค่ากระแสไฟฟ้า ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายทุกอย่างของสถานรองรับเด็กทั่วประเทศ ดังนั้นตัวเงินที่ใช้กับเด็กในสถานสงเคราะห์ยังไม่เป็นการเพียงพอ ถ้าเฉลี่ยค่าใช้จ่าย 57 บาทต่อคนต่อวัน ก็เห็นชัดเจนว่า ยังไม่เป็นการพอเพียง สถานสงเคราะห์ที่ตั้งมานานในส่วนกลางไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องเงินสนับสนุน เพราะจะมีผู้คนเข้ามาบริจาคเงินทำการกุศลแทบทุกวัน จึงมีเงินจำนวนหนึ่งเข้ามูลนิธิของสถานสงเคราะห์นั้น เพื่อหมุนเวียนใช้จ่ายให้คล่องตัว ไม่ผูกติดกับเงินงบประมาณแผ่นดินที่มีกฎเกณฑ์มากมายและเคร่งครัด แต่สถานสงเคราะห์ต่างจังหวัดจะมีปัญหาเรื่องเงินค่อนข้างมาก

วัฒนธรรม “การช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในองค์กร” “การสร้างความรู้สึกช่วยเหลือเกื้อกูลกัน” “ค่านิยมทางศาสนาและวัฒนธรรมถือศีลกินเจ” ความที่เราเป็นผู้มีใจโอบอ้อมอารี ความพยายามมองเด็กเปรียบเหมือนลูกหลาน พยายามสร้างค่านิยมในการช่วยเหลือเด็กผู้ด้อยกว่า ร่วมสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ให้และสร้างปลูกจิตสำนึกกับภาคประชาสังคม จะทำให้ได้ภาคประชาสังคม เข้าร่วมดูแลเด็กในสถานสงเคราะห์ เป็นการแบ่งเบาภาระของสถานสงเคราะห์ และช่วยเด็กได้รับพัฒนาการที่ดียิ่งขึ้น

สังคม สื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการจัดบริการสังคม การรณรงค์เผยแพร่สร้างความตระหนักและตรวจสอบการทำงานของภาครัฐและภาคเอกชนในการดูแลเด็กให้ปลอดภัย

ข้อมูลที่ได้รับฟังเสียงสะท้อนจากเวทีการรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคม มีข้อเสนอให้สถานรองรับเด็กเปิดโอกาสให้พื้นที่แก่ภาคประชาสังคมเพิ่มขึ้น จัดศูนย์การให้ความช่วยเหลือระดมทรัพยากรบุคคลและทุนจากสถานสงเคราะห์เด็กและส่วนราชการต่างๆ โดยมีเครื่องมือคัดกรองกรณีของการดูแลเด็กที่จะเชื่อมโยงไปกับกฎหมายต่างๆ เป็นรายกรณี โดยศูนย์ดังกล่าวจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจและพนักงานเจ้าหน้าที่รองรับไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการคุ้มครองเด็ก เนื่องด้วยสภาพปัญหาเด็กและเยาวชนของสถานรองรับเด็กอยู่ในระดับที่มีความรุนแรงมาก

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การส่งเสริมภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมดูแลเด็กในสถานรองรับเด็กของราชการ ผู้วิจัยค้นพบนวัตกรรมสังคม มีประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

1. การกำหนดนโยบายและกฎหมายภาครัฐ ภาคการเมือง กำหนดนโยบายในเรื่องส่งเสริมสนับสนุนภาคประชาสังคมในมุมกว้าง ไปไม่ถึงเด็กในสถานสงเคราะห์ หรือที่บทความนี้เรียกว่า สถานรองรับเด็ก ดังนั้น การออกกฎหมายหรือมีกฎเกณฑ์กำหนดให้มีอาสาสมัครภาคประชาสังคมไว้ดูแลเด็กในสถานสงเคราะห์เป็นสิ่งจำเป็น โดยกำหนดหน้าที่ คุณสมบัติ ระยะเวลาในการเข้าดูแลเด็ก จรรยาบรรณ สิทธิประโยชน์ที่พึงได้รับ ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าใช้จ่ายอื่นๆ การออกจากผู้ดูแลเด็กในสถานสงเคราะห์ เป็นต้น การ

2. กลไกการคุ้มครองดูแลเด็กจากภาคประชาสังคมเข้าไปมีส่วนร่วม สถานรองรับเด็กของราชการ ผลสำรวจ พบว่ามีจำนวน 4 แห่งเป็นแบบอย่างที่ดีในความตระหนักถึงปัญหาและจัดให้มีกลไกการคุ้มครอง ดูแลเด็กที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัญหา โดยมีภาคประชาสังคมและนักวิชาชีพปฏิบัติงานอยู่ในหน่วยงาน จึงทำให้มีหน่วยขับเคลื่อนที่เอื้ออำนวย เข้าไปดูแลเด็ก ทั้งนี้หน่วยงานดังกล่าว ควรปรากฏอยู่ในโครงสร้างและอัตรากำลัง ตามกฎระเบียบของสถานสงเคราะห์ที่กำหนดไว้

3. องค์กรพัฒนาเอกชน/องค์กรภาคประชาสังคม และองค์กรสาธารณกุศลทางด้านศาสนา เป็นหน่วยย่อยที่สามารถทำหน้าที่เสริมไปกับหน่วยงานภาครัฐ ทั้งในการดำเนินงานคุ้มครองดูแลเด็ก การสืบเสาะข้อเท็จจริง การส่งต่อเข้ารับบริการ และสามารถระดมทุน เข้าไปให้ความช่วยเหลือเด็กในสถานรองรับเด็กได้ แต่ยังจำเป็นที่จะต้องเสริมในด้านศักยภาพของบุคลากร ความเป็นนักวิชาชีพ มาตรฐานการคุ้มครองดูแลเด็กภายในองค์กร และจัดมาตรการเสริมสร้างความโปร่งใสที่สามารถตรวจสอบได้ในการปฏิบัติงาน

4. อาสาสมัคร ผู้มีจิตอาสา ภาคธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นกลไกเฝ้าระวังและคุ้มครองเด็ก สื่อมวลชน เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการจัดบริการสังคม การรณรงค์เผยแพร่สร้างความตระหนัก และตรวจสอบการทำงานของภาครัฐและภาคเอกชนในการปกป้องคุ้มครองดูแลเด็กให้ปลอดภัย

ทั้งนี้ อาจพิจารณาให้แนวทางปฏิบัติที่ดีให้ภาคประชาสังคมเข้าไปมีส่วนร่วมในการดูแลเด็กอย่างเป็นทางการ มีงบประมาณสนับสนุนรองรับ ด้วยการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสถานรองรับเด็ก สุดท้ายจะเรียกชื่อ เช่น นักสังคมสมทบ พี่เลี้ยงสมทบ แม่แทนอาสา ผู้อุปการะ เป็นต้น ซึ่งเป็นกลไกอาสาสมัครในสถานรองรับเด็ก ภายใต้การส่งเสริมสนับสนุนจาก กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ที่ส่งผ่านงานให้สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ในทุกจังหวัดทำหน้าที่ในระดับท้องถิ่น โดยสนับสนุนงบประมาณ คู่มือ การฝึกอบรมให้ โดย

สร้างหลักประกันว่า สถานรองรับเด็กแต่ละแห่ง คือ เมืองศักราชประชาสังคมที่มาจากตัวแทนกลุ่ม หรือองค์กรในชุมชนที่คอยช่วยกันดูแล ป้องกันและแก้ไขปัญหาเด็ก ที่มีการบริหารจัดการในรูปของ “คณะทำงาน” จัดการเสริมสร้างศักยภาพและให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลเด็กเพื่อสิทธิประโยชน์เด็ก รวมทั้งการนำทรัพยากรและการสนับสนุนจากองค์กรเข้ามาเสริม เพื่อให้ได้ทำหน้าที่ดูแลเด็กที่เด่นชัดขึ้น

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. เพื่อให้ภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในการจัดโครงการที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนแต่ละวัยในสถานสงเคราะห์ ให้มีประสิทธิภาพ เช่น โครงการแม่นมจิตอาสา โครงการครอบครัวอุปการะ เป็นต้น
2. เพื่อให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคประชาสังคมในการให้ความคุ้มครองช่วยเหลือดูแลเด็กและเยาวชนในสถานสงเคราะห์
3. เพื่อพัฒนาการจัดการสถานสงเคราะห์เด็กและเยาวชนให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ให้ภาครัฐออกระเบียบให้มีภาคประชาสังคมเข้ามาสมทบดูแลเด็กและเยาวชนในสถานรองรับเด็กทั้งประเทศและให้มีมาตรการจูงใจต่างๆ และสร้างแนวทางอนาคตให้มีผู้อุปการะเด็กให้มากยิ่งขึ้น จากการให้มีกฎหมายและระเบียบข้อบังคับกับการเข้าไปมีส่วนร่วมจากภาคประชาสังคม

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ. (2551). คู่มือการจัดทำรายงานการประเมินตนเอง. กรุงเทพฯ: กรมฯ.
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2552). แผนกลยุทธ์กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ พ.ศ. 2552-2556. กรุงเทพฯ: กระทรวงฯ.
- _____. (2559). การให้บริการสวัสดิการแก่เด็กในสถานรับเลี้ยงเด็ก ปี 2556-2558. รายงานสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- ณรงค์ เหล่าคุปตะวานิชย์. (2553). การมีส่วนร่วมของประชาชนในงานชุมชนสัมพันธ์เพื่อการป้องกันอาชญากรรมในเขตพื้นที่สถานีตำรวจนครบาลทองหล่อ กรุงเทพมหานคร. รม. (นโยบายสาธารณะ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรกร ทรัพย์วิริยะปกรณ. (2551). วิธีการดำเนินชีวิตของเยาวชนในสถานสงเคราะห์: การศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยา. วารสารศึกษาศาสตร์. 19(1): 109-122.
- องค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ (ยูนิเซฟ) ประเทศไทย. (2554). การวิเคราะห์สถานการณ์เด็กและสตรี พ.ศ. 2554.
- John, Gary; & Saks, Alan M. (2001). Organizational Behavior: Understanding and Managing Life at Work. 5th ed., Toronto: Addison Wesley Longman.
- Peters, Thomas J.; & Waterman, Robert H. Jr. (2004). In Search of Excellence. 2nd ed., London: Profile Book.

NBUS029: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม OPERATION EFFECTIVENESS OF NAKHONPATHOM MUNICIPALITY

วาสนา คงสกุลทรัพย์¹ ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย²

¹ นักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษา ประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรที่ปฏิบัติงานในเทศบาลนครนครปฐม จำนวน 208 คน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการบริหารงาน ประกอบด้วย การสร้างเสริมบรรยากาศในหน่วยงาน การพัฒนาบุคลากร การให้รางวัล การจัดการความรู้ และการมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันในการดำเนินงานในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สำหรับประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม ประกอบด้วย ด้านการบริหารบุคคล ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารงานทั่วไป และด้านการบริหารพัสดุ ผลการวิจัยพบว่าประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม ในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารบุคคล ปัจจัยด้านการบริหารงบประมาณ ปัจจัยด้านการบริหารงานทั่วไป และปัจจัยด้านการบริหารพัสดุ ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการดำเนินงาน, ปัจจัยการบริหารงาน, เทศบาลนครนครปฐม

Abstract

Research on operation effectiveness of Nakhonpathom Municipality that are affect to operation effectiveness of Nakhonpathom Municipality. The purpose is to study the decision to factors affecting to the operation effectiveness of Nakhonpathom Municipality. The classification questionnaire of 208 sample the statistics used were Multiple Regression Analysis test.

The research respondents The Management factors include Organizational Climate, Human Development, Reward, Knowledge Management and Participation. The research found that Current conditions in operation of overview have an opinion in high level, operation effectiveness of Nakhonpathom Municipality include Human Management, Budget Management, General Management and Supplies Management have an opinion in high level accordingly. The hypothesis testing found that The Management factors include Organizational Climate, Human Development, Reward, Knowledge Management and Participation, is affecting to the operation effectiveness of Nakhonpathom Municipality. statistically significance at .05 level, which is consistent with the hypothesis.

Keywords: effectiveness, the Management factors, Nakhonpathom Municipality

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เหมาะสม โดยเร่งสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันปัจจัยเสี่ยง และเสริมรากฐานของประเทศด้านต่างๆ ให้เข้มแข็งควบคู่ไปกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพมีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรและได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 เป็นแผนยุทธศาสตร์ที่ชี้นำทิศทางการพัฒนาประเทศระยะกลาง เพื่อมุ่งสู่วิสัยทัศน์ระยะยาว ที่ทุกภาคส่วนในสังคมไทยได้เห็นพ้องร่วมกันกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ปี พ.ศ. 2570 ซึ่งกำหนดไว้ว่าคนไทยภาคภูมิใจในความเป็นไทย มีมิตรไมตรีกับวิถีชีวิตแห่งความพอเพียง ยึดมั่นในวัฒนธรรมประชาธิปไตย และหลักธรรมาภิบาล การบริการสาธารณะสูงขึ้นพื้นฐานที่ทั่วถึง มีคุณภาพ สังคมมีความปลอดภัยและมั่นคง อยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ดี เกื้อกูล และเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน ระบบการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน อยู่บนฐานเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองและแข่งขันได้ในเวทีโลก สามารถอยู่ในประชาคมภูมิภาคและโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี ภายใต้หลักการสำคัญดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2557)

1. พัฒนาตามหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และขับเคลื่อนให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติที่ชัดเจนยิ่งขึ้นในทุกระดับ
2. ยึดคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ให้ความสำคัญกับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของประชาชน
3. พัฒนาประเทศสู่ความสมดุลในทุกมิติ อย่างบูรณาการและเป็นองค์รวม
4. ยึดวิสัยทัศน์ประเทศไทยปี พ.ศ. 2570 เป็นเป้าหมาย ซึ่งจะส่งผลให้บรรลุการพัฒนาที่อยู่บนรากฐานการพัฒนาของสังคมไทย อยู่บนกรอบแนวคิดของการพัฒนาบนหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประเทศไทยมีสถาบันพระมหากษัตริย์เป็นเสาหลักของความเป็นปึกแผ่นของคนไทยในชาติ ครอบครัวมีความสุขและเป็นพื้นฐานที่สร้างคนเป็นคนดี ชุมชนมีความเข้มแข็งและบทบาทในการพัฒนา ระบบเศรษฐกิจมีเสถียรภาพและความสามารถในการแข่งขัน มีการบริการสาธารณะที่มีคุณภาพ มีกฎระเบียบและกฎหมายที่บังคับใช้อย่างเป็นระบบ และประเทศไทยมีความเชื่อมโยงกับประเทศภูมิภาคและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่มีความสำคัญต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เนื่องจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเป็นแผนพัฒนาที่มุ่งไปสู่สภาพการณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มุ่งไปสู่สภาพการณ์อันพึงประสงค์ได้อย่างเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลง โดยสามารถจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจึงเป็นการกำหนดทิศทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ต้องกำหนดถึงสภาพการณ์ที่ต้องการจะบรรลุและแนวทางในการที่จะทำให้บรรลุถึงสภาพการณ์นั้น การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ดีจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบด้านและเป็นระบบ ทั้งนี้ เพื่อให้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและสนองตอบความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง

สำหรับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่กำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งแสดงถึงวิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาในอนาคต โดยสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาอำเภอและนโยบายในการพัฒนาท้องถิ่น การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงเป็นกระบวนการกำหนดทิศทางในอนาคตขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยกำหนดสภาพการณ์ที่ต้องการบรรลุและแนวทางในการบรรลุบนพื้นฐานของการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบด้านและเป็นระบบ ทั้งนี้ จะต้องสอดคล้องกับศักยภาพของท้องถิ่น และปัญหา/ความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นด้วย (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2546)

อนึ่ง ในการปฏิบัติตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นจะต้องเผชิญกับความเสี่ยงหลายประการ อาทิ 1) การจัดสรรงบประมาณของรัฐในการทำตามแผนยุทธศาสตร์ 2) การพัฒนาที่ขาดความเหมาะสม 3) จำนวนโครงการที่จะต้องปฏิบัติตามแผนมีจำนวนโครงการที่มากเกินไป 4) ความไม่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทย 5) การเปลี่ยนแปลงทางด้านการเงินและอัตราการแลกเปลี่ยน 6) ความขัดแย้งของชุมชนหรือประชาชนในกลุ่มต่างๆ 7) การขาดความเข้าใจในการจัดทำแผน เช่น ผู้เขียนแผนและผู้ปฏิบัติตามแผนเป็นบุคคลคนละกลุ่มกัน 8) ปัญหาภัยธรรมชาติ 9) การใช้งบประมาณที่ผิดไปจากแผน เป็นต้น

เทศบาลนครนครปฐมซึ่งเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีขนาดใหญ่ มีประชาชนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก โดยในจังหวัดนครปฐมมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมสูงถึง 3,116 โรงงาน เหตุผลสืบเนื่องมาจากจังหวัดนครปฐมอยู่ห่างกรุงเทพมหานครเพียง 56 กิโลเมตร ซึ่งเป็นเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก รวมถึงเป็นเส้นทางหลักของภาคใต้ของประเทศไทย จึงทำให้ภูมิศาสตร์ทางด้านการคมนาคมได้เปรียบจังหวัดอื่น ที่ใกล้เคียง อันเป็นเหตุผลที่ว่าผู้ประกอบการโรงงานสนใจปัจจัยเชิงบวกด้านนี้ จึงทำให้เกิดการตั้งโรงงานมากขึ้น ประกอบกับความเจริญเติบโตของชุมชนเป็นไปอย่างรวดเร็ว ความต้องการของประชาชนด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ จึงเพิ่มขึ้น เป็นหน้าที่ของเทศบาลนครปฐมที่จะต้องให้บริการในด้านต่างๆ อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม รวมถึงเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมทำงาน ร่วมตัดสินใจ และตรวจสอบการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้เป็นไปอย่างโปร่งใสและยุติธรรมตามระเบียบว่าด้วยการบริหารจัดการที่ดี

จากสาเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะเลือกทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครปฐม” เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นมากที่สุด ตลอดจนหวังผลในภายหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆ แก่ชุมชนท้องถิ่นและภาคอื่นๆ ของประเทศไทย ในการบริหารงานให้สำเร็จตามแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาของท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ ซึ่งข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

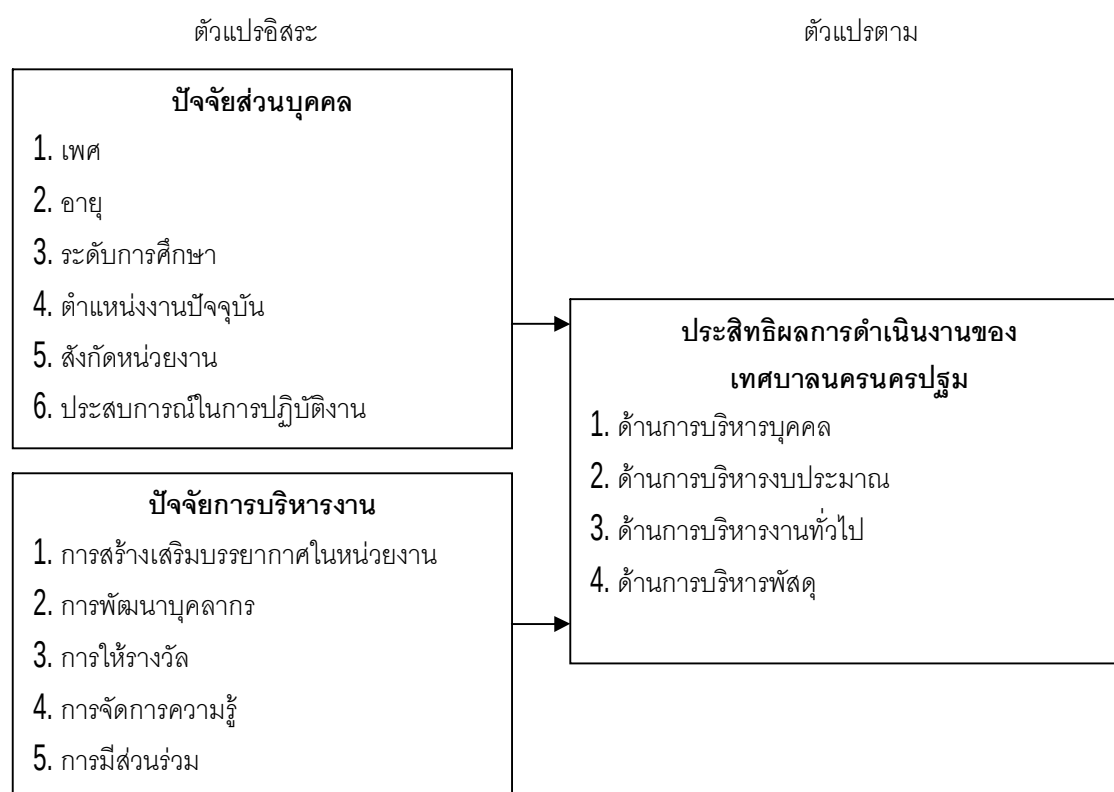
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการดำเนินงานของเทศบาลนครปฐม
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครปฐม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครปฐม

สมมติฐานในการวิจัย

ปัจจัยการบริหารงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครปฐม

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในเทศบาลนครนครปฐม จำนวน 449 คน
2. กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในเทศบาลนครนครปฐม ในกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้วิธีเปิดตาราง เครจซี่; และ มอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 208 คน
3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
 - ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยการบริหารงาน
 - ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ขึ้นมา โดยทำการศึกษาจากวัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives) และกรอบแนวคิดการวิจัย (Conception Framework) รวมทั้งจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้อื่น นำมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถามในแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามจะมีทั้งส่วนที่เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) ตำแหน่งงานปัจจุบัน 5) สังกัดหน่วยงาน และ 6) ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 การศึกษาปัจจัยบริหารงาน ได้แก่ 1) ด้านการสร้างเสริมบรรยากาศในหน่วยงาน 2) ด้านการพัฒนาบุคลากร 3) ด้านการให้รางวัล 4) ด้านการจัดการความรู้ และ 5) ด้านการมีส่วนร่วม

ส่วนที่ 3 การศึกษาประสิทธิผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม ได้แก่ 1) ด้านการบริหารบุคคล 2) ด้านการบริหารงบประมาณ 3) ด้านการบริหารงานทั่วไป และ 4) ด้านการบริหารพัสดุ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้มาตรวจสอบและความถูกต้อง และบันทึกข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยกำหนดสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics Analysis) ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean-) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ได้แก่

2.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ t-test (Independent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างประชากร 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ เพื่อทดสอบสมมติฐาน และลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน

2.2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ F-test หรือ One-Way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างที่มีความเป็นอิสระต่อกันตั้งแต่ 3 กลุ่ม ขึ้นไป ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานปัจจุบัน สังกัดหน่วยงาน และ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน

2.3 ค่าสถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended) ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำเสนอด้วยการบรรยาย

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงพรรณนาเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ที่ปฏิบัติงานในเทศบาลนครนครปฐมเป็นเพศชาย มีอายุ 31-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ตำแหน่งงานปัจจุบัน สังกัดหน่วยงาน สำนักปลัดเทศบาล โดยมี ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน 6-10 ปี

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการบริหารงาน ประกอบด้วย การสร้างเสริมบรรยากาศในหน่วยงาน การพัฒนาบุคลากร การให้รางวัล การจัดการความรู้ และการมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันในการดำเนินงานในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ย 3.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 ด้านการจัดการความรู้ มีค่าเฉลี่ย 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการให้รางวัล มีค่าเฉลี่ย 3.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 ด้านการพัฒนาบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 และด้านการสร้างเสริมบรรยากาศในหน่วยงาน มีค่าเฉลี่ย 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม ประกอบด้วย ด้านการบริหารบุคคล ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารงานทั่วไป และด้านการบริหารพัสดุ ผลการวิจัยพบว่าประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม ในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ด้านการบริหารบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ด้านการบริหารงบประมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 ด้านการบริหารงานทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.73 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 และด้านการบริหารพัสดุ มีค่าเฉลี่ย 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ปัจจัยการบริหารงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม พบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม มากที่สุด

ตาราง 1 การทดสอบการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของความสัมพันธ์

ลำดับ ที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ ทดสอบ	ผลการ ทดสอบ สมมติฐาน
1	เทศบาลนครนครปฐมมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการท้องถิ่น	Multiple Regression Analysis	.016 สอดคล้อง
2	เทศบาลนครนครปฐมมีการพัฒนาการบริหารงานให้เกิดประสิทธิภาพ โปร่งใส เป็นธรรม ประหยัด และเกิดความคุ้มค่า	Multiple Regression Analysis	.033 สอดคล้อง
3	เทศบาลนครนครปฐมมีการสร้างความร่วมมือและเครือข่ายพัฒนาการศึกษาของรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	Multiple Regression Analysis	.014 สอดคล้อง

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับ	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการ

ที่		ทดสอบ		ทดสอบ
				สมมติฐาน
4	เทศบาลนครนครปฐมมีการส่งเสริมกิจกรรมทางด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี นันทนาการและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการสนับสนุนการจัดกิจกรรมเฉลิมพระเกียรติงานพระราชพิธี งานรัฐพิธี และงานวันสำคัญทางศาสนาต่างๆ	Multiple Regression Analysis	.003	สอดคล้อง
5	การจัดการไหลในการผลิตส่งผลต่อความได้เปรียบเทศบาลนครนครปฐมมีการส่งเสริมสนับสนุน การจัดการขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูล และความสะอาดของบ้านเมือง โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน	Multiple Regression Analysis	.032	สอดคล้อง

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม ผู้วิจัยข้อค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม ใน 5 ด้าน โดยสามารถอธิบายและจำแนกได้ดังต่อไปนี้

การสร้างเสริมบรรยากาศในหน่วยงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า เทศบาลนครนครปฐมมีการส่งเสริม สนับสนุน การจัดทำข้อมูลพื้นฐานและแผนแม่บทชุมชนพึ่งตนเองของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญญรัตน์ มีสิทธิ์ (2553) ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาสู่การเป็นเทศบาลน่าอยู่อย่างยั่งยืนของเทศบาลตำบลช้างซ้าย อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี วัตถุประสงค์เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาสู่การเป็นเทศบาลน่าอยู่อย่างยั่งยืนของเทศบาลตำบลช้างซ้าย อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน โดยใช้วิธีการประชุมเชิงปฏิบัติการ จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 5 กลุ่ม จำนวน 46 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหาและสังเคราะห์เป็นข้อมูลสรุปในลักษณะพรรณนาความ ผลการศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาพบว่า มีปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่ ความมั่นคงปลอดภัย สุขภาพอนามัย เศรษฐกิจ สวัสดิการการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การพัฒนาจิตสำนึกทัศนคติ การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยี การมีส่วนร่วม และการบริหารงานภายในองค์กร แนวทางการพัฒนาควรมีการส่งเสริมและพัฒนาใน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ตามแนวทางแผนพัฒนาท้องถิ่นที่เน้นให้ท้องถิ่นนำหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนสู่การปฏิบัติจริง โดยการริเริ่มเองของท้องถิ่นภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมจากภาคีทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่เป้าหมาย จึงเห็นควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาของเทศบาลตำบลช้างซ้าย จำนวน 3 ยุทธศาสตร์ คือ 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านคุณภาพชีวิต มีแนวทางการพัฒนา 9 แนวทาง 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กร โดยมีข้อเสนอให้มีการกำหนดแม่บทเพื่อการแก้ไขปัญหาในระยะยาว แบ่งแยกกลุ่มของแนวทางอย่างเด่นชัด จัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบโครงการเทศบาลน่าอยู่หรือมีผู้ประสานงานอย่างชัดเจน มอบหมายให้เอกชนเข้ามาบริหาร

จัดการแทนในบางเรื่อง พัฒนานุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจ ความสำคัญ และวางกรอบแนวทางพัฒนา ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยงบประมาณ และ ความร่วมมือจากประชาชนในการพัฒนาสู่การเป็นเทศบาลน่าอยู่ยิ่งขึ้น

การพัฒนานุคลากร ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า เทศบาลนครนครปฐมมีการพัฒนานุคลากร โดยการให้มีการอบรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระธีระพงศ์ ธีรบุญโญ (จันทนา) (2556) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคและข้อเสนอแนะต่อประสิทธิผลการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ด้านการบริหารงานบุคคล พบว่า การจัดตำแหน่งบุคลากรไม่ตรงกับตำแหน่งของงานที่ทำ สืบเนื่องจากการใช้ระบบอุปถัมภ์ ด้านการบริหารงบประมาณพบว่า งบประมาณจัดสรรจากรัฐน้อยเกินไปไม่เพียงพอต่อภาระงานที่เพิ่มมากขึ้นในการบริการประชาชนและมีข้อจำกัดในการใช้งบประมาณในการบริหารงานต่างๆ ด้านการบริหารทั่วไปพบว่า ขาดการประสานงานที่ดีทำให้การทำงานไม่ราบรื่นและล่าช้าและการทำงานมีความซับซ้อนและด้านการบริหารวัสดุอุปกรณ์ พบว่า วัสดุอุปกรณ์ไม่เพียงพอต่อการบริหารงานต่างๆ และวัสดุอุปกรณ์ไม่ค่อยมีความทันสมัย ส่วนข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช ควรจัดสรรบุคลากรให้มีความเหมาะสมกับงานที่ทำโดยใช้ระบบการคัดเลือกบุคลากรโดยใช้ระบบคุณธรรมในการคัดเลือกบุคลากร และควรจัดให้มีการพัฒนานุคลากรอยู่เสมอ ควรจัดสรรงบประมาณให้เกิดความคุ้มค่าและเกิดประโยชน์ต่อการบริหารงานและประชาชนมากที่สุด และเน้นการประสานงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อความรวดเร็วในการบริหารงานและควรปรับปรุงระบบการบริหารให้มีความยืดหยุ่นและให้มีความชัดเจนและการบริหารวัสดุอุปกรณ์องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจัดหาอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยสะดวกรวดเร็วต่อการบริการประชาชน

การให้รางวัล ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า เทศบาลนครนครปฐมมีการมอบรางวัลให้แก่บุคลากรที่มีการปฏิบัติหน้าที่โดยให้เกิดความตระหนักและเห็นคุณค่าของการทำงานให้เกิดประสิทธิผลแก่องค์กรมากที่สุด ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉิม สุขเจริญ (2557) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงาน และระดับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี วิธีการศึกษาใช้วิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นบุคลากรผู้ปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี จำนวน 125 คน ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ระดับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเครียดมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการขาดงาน ด้านผลดีภาพของแต่ละบุคคล ด้านผลการปฏิบัติงาน ด้านการตั้งใจจะลาออก และด้านทัศนคติของบุคคล ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แรงจูงใจในการทำงานมีสหสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีระดับของความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.464$) เมื่อพิจารณา

ในแต่ละด้าน พบว่าความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงาน ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้า มีสหสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

การจัดการความรู้ ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า เทศบาลนครนครปฐมมีการพัฒนา ปรับปรุง เครื่องมือเครื่องใช้อาคารสถานที่ และเทคโนโลยีสารสนเทศที่จำเป็น สำหรับการปฏิบัติงานและการบริการประชาชน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมหมาย เทียนสมใจ (2556) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการบริหารงานที่มีประสิทธิผลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ทราบองค์ประกอบการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา 2) นำเสนอรูปแบบการบริหารงานที่มีประสิทธิผลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การศึกษาวิเคราะห์กรอบแนวคิดในการวิจัยบนพื้นฐานแนวคิด ทฤษฎีการบริหารงานที่มีประสิทธิผล 2) วิเคราะห์ความเป็นไปได้และพัฒนาารูปแบบการบริหารงานที่มีประสิทธิผลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา 3) ตรวจสอบ และสร้างรูปแบบการบริหารงานที่มีประสิทธิผลที่เหมาะสม 4) ปรับปรุงและนำเสนอรูปแบบการบริหารงานที่มีประสิทธิผลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบการบริหารงานที่มีประสิทธิผลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบคือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การวางแผนกลยุทธ์ องค์การแห่งการเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์การ เทคโนโลยีสารสนเทศ และ สนับสนุนการมีส่วนร่วม 2) รูปแบบการบริหารงานที่มีประสิทธิผลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา ประกอบด้วย องค์ประกอบที่สำคัญ 6 องค์ประกอบ ซึ่งมีความเหมาะสม ถูกต้อง เป็นไปได้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ สอดคล้องกับกรอบแนวคิดทฤษฎีของการวิจัย

การมีส่วนร่วม ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า เทศบาลนครนครปฐมมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการท้องถิ่น ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาภรณ์ วุฒิคุณาภรณ์ (2548) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของหัวหน้าส่วนราชการประจำจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลำปาง โดยทำการศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของหัวหน้าส่วนราชการประจำจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลำปาง และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของหัวหน้าส่วนราชการประจำจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลำปาง ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของหัวหน้าส่วนราชการประจำจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลำปาง อยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ การรับข้อมูลข่าวสาร ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ การสนับสนุนจากส่วนราชการ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของหัวหน้าส่วนราชการประจำจังหวัด ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลำปาง ส่วนการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง ภูมิฐานะ และความคาดหวัง จากการเข้าร่วม ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของหัวหน้าส่วนราชการประจำจังหวัดในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลำปาง

สรุปผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ทำให้รับรู้ว่าประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม ควรมีแนวทางอย่างไรบ้าง จากการศึกษาประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม และเพื่อเป็นการรับรู้ว่ามีความต้องการอะไรบ้าง

นอกจากนี้ยังสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนทางยุทธศาสตร์การดำเนินงาน เพื่อให้ประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลนครนครปฐม และนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านการสร้างเสริมบรรยากาศในหน่วยงาน พบว่า เทศบาลนครนครปฐมมีการส่งเสริม สนับสนุน การจัดทำข้อมูลพื้นฐานและแผนแม่บทชุมชนพึ่งตนเองของชุมชนอย่างสม่ำเสมออยู่แล้ว ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมงานสวัสดิการสังคมในด้านอื่นๆ ให้มากขึ้น เช่น การสังคมสงเคราะห์กับผู้ประสบภัยพิบัติ กลุ่มผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ และผู้สูงอายุได้อย่างมีคุณภาพและทั่วถึง การป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดอย่างจริงจังและต่อเนื่อง มีการรักษาความสงบเรียบร้อยและสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และมีการเสริมสร้างความปลอดภัยและลดอุบัติเหตุทางถนน มีการพัฒนาระบบการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยให้มีประสิทธิภาพให้มากขึ้นกว่าเดิม

2. ด้านการเพิ่มอำนาจสมาชิก พบว่า เทศบาลนครนครปฐมมีโครงสร้างสายการบังคับบัญชาและหน้าที่ของส่วนงานอย่างชัดเจน ดังนั้น ควรเพิ่มมีการจัดกลุ่มงานที่มีความสอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบตามแผนยุทธศาสตร์ มีการเปิดโอกาสให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานได้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ มีการมอบหมายอำนาจในการทำงาน และมีการสนับสนุนการแบ่งงานกันทำอย่างเหมาะสม

3. ด้านการมีส่วนร่วม พบว่า เทศบาลนครนครปฐมมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมออยู่แล้ว แต่หากจะให้ได้ความร่วมมือจากสมาชิกให้มากขึ้น ควรมีการพัฒนาการบริหารงานให้เกิดประสิทธิภาพ โปร่งใส เป็นธรรม ประหยัด และเกิดความคุ้มค่า มีการส่งเสริมกิจกรรมทางด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี นันทนาการและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการสนับสนุนการจัดกิจกรรมเฉลิมพระเกียรติงานพระราชพิธี งานรัฐพิธี และงานวันสำคัญทางศาสนาต่างๆ มีการส่งเสริมสนับสนุน การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล และความสะอาดของบ้านเมือง โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อการสร้างความร่วมมือและเครือข่ายพัฒนาการศึกษารองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

4. หน่วยงานอื่นๆ สามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้กับองค์กรของตนเพื่อเพิ่มประสิทธิผลการดำเนินงานได้ตามความเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิเคราะห์ประสิทธิผลการดำเนินงานของหน่วยงานอื่นๆ เพื่อเป็นการช่วยในการปรับยุทธศาสตร์การดำเนินงานขององค์กรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมด้านต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

2. ควรศึกษาประสิทธิผลการดำเนินงานของหน่วยงานอื่นๆ ในแต่ละภูมิภาคหรือจังหวัดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แตกต่าง และหลากหลายกันออกไป เพื่อจะช่วยให้ทราบข้อมูลด้านการดำเนินงาน และประสิทธิผลการดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ ได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น. (2546). แนวคิดคู่มือการปฏิบัติงานสภาตำบลและ อบต.กรุงเทพมหานคร.
- เฉลิม สุขเจริญ. (2557). แรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.
- พระธีระพงศ์ ธีรปัญญา (จันทนา). (2556). ประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พัชรี ชมพุดา. (2552). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.
- สมหมาย เทียนสมใจ. (2556). รูปแบบการบริหารงานที่มีประสิทธิผลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา. คุรุภัณฑ์บัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักงานกฤษฎีกา. (2557). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559.
- อัญญรัตน์ มีสิทธิ์. (2553). ยุทธศาสตร์การพัฒนาสู่การเป็นเทศบาลน่าอยู่อย่างยั่งยืนของเทศบาลตำบลช้างซ้าย อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น. วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อาภรณ์ วุฒิคุณาภรณ์. (2548). การมีส่วนร่วมของหัวหน้าส่วนราชการประจำจังหวัดในภาคตะวันออก เจียงเหนือในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) สาขารัฐศาสตร์ ภาควิชารัฐศาสตร์ และรัฐประศาสนศาสตร์.
- Krejcie, R. V.; & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement. 30(3): 607-610.

NBUS030: โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
A CAUSAL RELATIONSHIP MODEL PURCHASING DECISIONS OF COSMETICS PRODUCT VIA INSTAGRAM OF POPULATION IN BANGKOK AND SUBURBAN AREA

ณัฐพงษ์ รอบคอบ¹ สุมาลย์ ปานคำ²

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

วิทยาลัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยรังสิต

บทคัดย่อ

ในยุคของเทคโนโลยีดิจิทัลการซื้อขายสินค้าออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ซึ่งอินสตาแกรมเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการซื้อขายเครื่องสำอางผ่านโซเชียลมีเดีย งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์แบบมาตราส่วนค่า 7 ระดับ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล โมเดลการวิจัยประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการรับรู้ 2) ด้านทัศนคติ 3) ด้านความไว้วางใจ และ 4) ด้านการตัดสินใจซื้อ

ผลการวิจัยปรากฏว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดีมาก โดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 46.97, ค่า P-Value เท่ากับ 0.27, ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 42, ค่า CMIN/df เท่ากับ 1.11, ค่า GFI เท่ากับ 0.98, ค่า AGFI เท่ากับ 0.95, ค่า SRMR เท่ากับ 0.01, และ RMSEA เท่ากับ 0.01 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.80 แสดงว่าตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมได้อย่างน้อย 80 พบว่า ด้านการรับรู้ ด้านทัศนคติกับด้านความไว้วางใจส่งผลร่วมกันในการกำกับ การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม

คำสำคัญ: เครื่องสำอาง, อินสตาแกรม, ตัดสินใจซื้อ, การรับรู้, โมเดลสมการโครงสร้าง

Abstract

In the era of digital technology online increasingly popular as Instagram channel for Buy and Sale of Cosmetics Product via Instagram. A Causal Relationship Model Purchasing Decisions of Cosmetics Product via Instagram of population in Bangkok and Suburban area. The objectives of this study were causal relationship model purchasing decision of Cosmetics Product via Instagram and to validate the concordance of the causal model with empirical data. The sampling of this research consisted of 400 Instagram users who buy cosmetic product via Instagram by convenient sampling who have experience

to buy cosmetic product via Instagram. The online questionnaires composed of the 7 rating scales. The questionnaires contain the query measure gauges for measuring variables included four variables: 1. Recognition, 2. Attitude, 3. Trust and 4. Purchasing Decisions.

The findings were as follows: the model is consistent with the empirical data to a great extent. The statistic shows results the Chi-square statistics goodness of fit test at (χ^2) = 46.97, degrees of freedom (df) = 42, CMIN/df = 1.11, GFI = 0.98, AGFI = 0.95, SRMR = 0.01 and RMSEA = 0.01 and the final is the predictive coefficient of 0.80. We could explain the variability of purchasing decision the cosmetic product for percentage 80 with the Recognition, attitude and trust which are combined affecting with the purchasing decision cosmetic product via Instagram.

Keywords: Cosmetic Product, Instagram, Purchasing Decisions, Structural Equation Modeling

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสของโลก โดยการทำธุรกิจปัจจุบันนั้นต้องอ้างอิงกระแสของโลก และการเปลี่ยนแปลงเรื่องของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนออกไปจากเดิมหลายด้าน ทั้งด้านการซื้อสินค้าและบริการที่เปลี่ยนแปลงออกไปจากเดิมจากออฟไลน์สู่โลกออนไลน์ (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. 2559)

ธุรกิจออนไลน์ (Social Commerce) เป็นรูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่เหมาะสมและตอบสนองวิถีชีวิตของคนไทยเป็นอย่างดีจากรายงานไพรวอร์เทอร์เฮาส์คูเปอร์ส ประเทศไทย มีตลาดธุรกิจออนไลน์ (Social Commerce) ที่ใหญ่มากและนักช้อปปิ้งออนไลน์เกินครึ่งในประเทศไทยเคยซื้อสินค้าจากผู้ค้าโดยตรงผ่านธุรกิจออนไลน์ (Social Commerce) อีกด้วย (Techsauce. 2016)

อินสตาแกรมเป็นหนึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมและถูกนำมาใช้ในการขายสินค้าโดยเฉพาะสินค้าเกี่ยวกับผู้หญิง เนื่องจากสามารถสื่อสารด้วยภาพและวิดีโอได้ดีและยังได้รับความนิยมจนที่ผ่านมามีเติบโตมากถึง ร้อยละ 546.52 จึงทำให้มีเงินจำนวนมหาศาลเกี่ยวกับธุรกิจการขายเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม (มติชนเส้นทางเศรษฐกิจ. 2561)

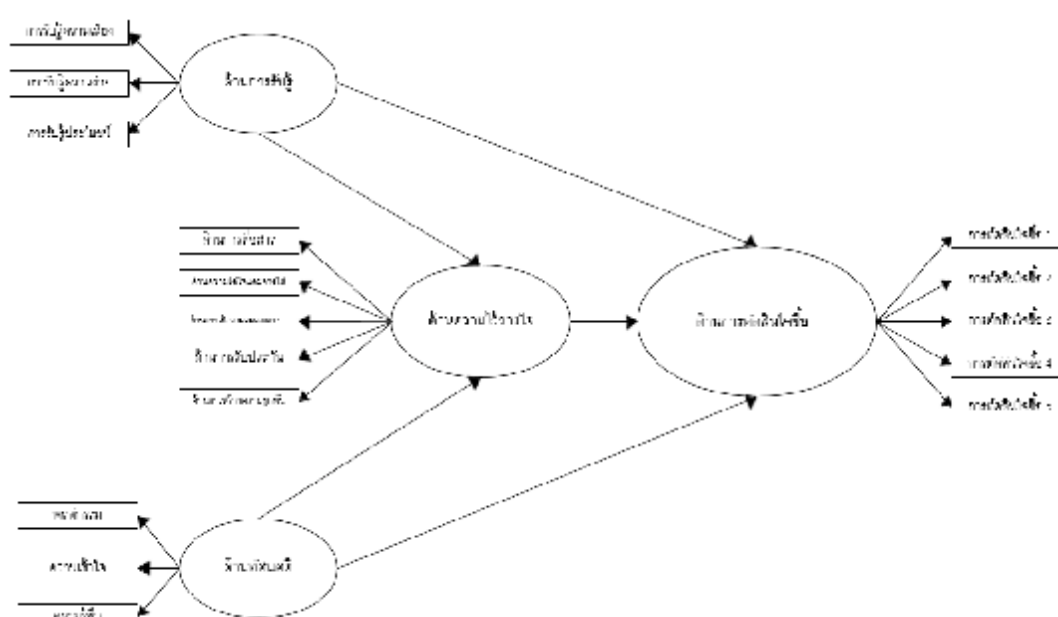
จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์สามารถใช้เป็นแนวทางการทำการตลาดออนไลน์ผ่านอินสตาแกรม เพื่อมาใช้ในการกระบวนการตัดสินใจ และจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอิสระในการปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ (Online Social Network) โดยเฉพาะอินสตาแกรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

กรอบแนวคิด

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ได้แก่ 1. ด้านความไว้วางใจในการซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม จำแนกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสื่อสาร 2) ด้านความใส่ใจและการให้ 3) การสร้างความผูกพัน 4) ด้านการให้ความสะดวกสบาย และ 5) ด้านการรับประกัน (Stern. 1997; อ้างอิงถึงใน วรารัตน์ สีนติวงษ์. 2549) 2. ด้านการรับรู้จำแนกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) การรับรู้ความเสี่ยง 2) การรับรู้ความง่าย และ 3) การรับรู้ประโยชน์ (Yusniza Kamarulzaman; & Anna A. Che Azmi; อ้างอิงถึงใน ปิยะดา ทองมาก. 2558) 3. ด้านทัศนคติในการซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมจำแนกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านพฤติกรรม 2) ด้านความเข้าใจ และ 3) ด้านความรู้สึก (Schiffman; & Kanuk. 2000; อ้างอิงถึงใน วิจารณ์ มโนปรางค์. 2556) และ 4) ด้านการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม



ภาพประกอบ 1 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่เคยซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม ที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

2. ตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่เคยซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 ตัวอย่าง ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural Models with Latent Variable) นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้เสนอไว้ว่าขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมควรจะอยู่ในอัตราส่วน 10-20 ต่อ 1 ตัวแปร และตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้จากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 จึงจะถือว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 16 ตัวแปร ซึ่งต้องใช้กลุ่ม

ตัวอย่างประมาณ 160 คน เป็นอย่างน้อย เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านการรับรู้ และ 2) ด้านทัศนคติ

ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านความไว้วางใจ และ 2) ด้านการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม จำนวนเงินที่ซื้อเครื่องสำอางในแต่ละครั้ง จำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการรับรู้ความเสี่ยง 2) ด้านการรับรู้ความง่าย และ 3) ด้านการรับรู้ประโยชน์ โดยเป็นแบบมาตรประมาณค่า 7 ระดับ จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติ จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านพฤติกรรม และ 2) ความเข้าใจ 3) ด้านความรู้สึก โดยคำตอบเป็นแบบมาตรประมาณค่า 7 ระดับ จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความไว้วางใจ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสื่อสาร และ 2) ด้านความใส่ใจ 3) ด้านการสร้างความผูกพัน 4) ด้านการให้ความสะดวกสบาย และ 5) ด้านการรับประกัน โดยคำตอบเป็นแบบมาตรประมาณค่า 7 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม โดยคำตอบเป็นแบบมาตรประมาณค่า 7 ระดับ จำนวน 5 ข้อ

เกณฑ์การวัดและแปลความหมายคะแนน (ตอนที่ 2-5)

ค่าเฉลี่ย 6.51-7.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 5.51-6.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างมาก

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

การหาคุณภาพเครื่องมือ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน แล้วนำคะแนนที่ได้มาหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) โดยได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีของครอนบาค

(Cronbach's Alpha) พบว่าข้อคำถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.86 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นไม่ควรต่ำกว่า 0.70 (ชไมพร กาญจนกิจสกุล. 2555)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 1 ฉบับ ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการศึกษาเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2560 รวมระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามทั้งสิ้น 1 เดือน มีผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 528 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวนแบบสอบถาม 400 คน และทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ใช้วิเคราะห์ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรหาขนาดอิทธิพลและทิศทางว่าเป็นอย่างไรจากแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้อ้างอิงมีการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ค่าสถิติ Chi-square P-Value มากกว่า 0.05, CMIN/df น้อยกว่า 2.00, GFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป, AGFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และ RMSEA น้อยกว่า 0.08 ซึ่งสอดคล้องกับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (กริช แรงสูงเนิน. 2554)

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.25 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 ความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 และจำนวนเงินที่ซื้อเครื่องสำอางในแต่ละครั้งอยู่ที่ 500-1,000 บาท จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.25

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม

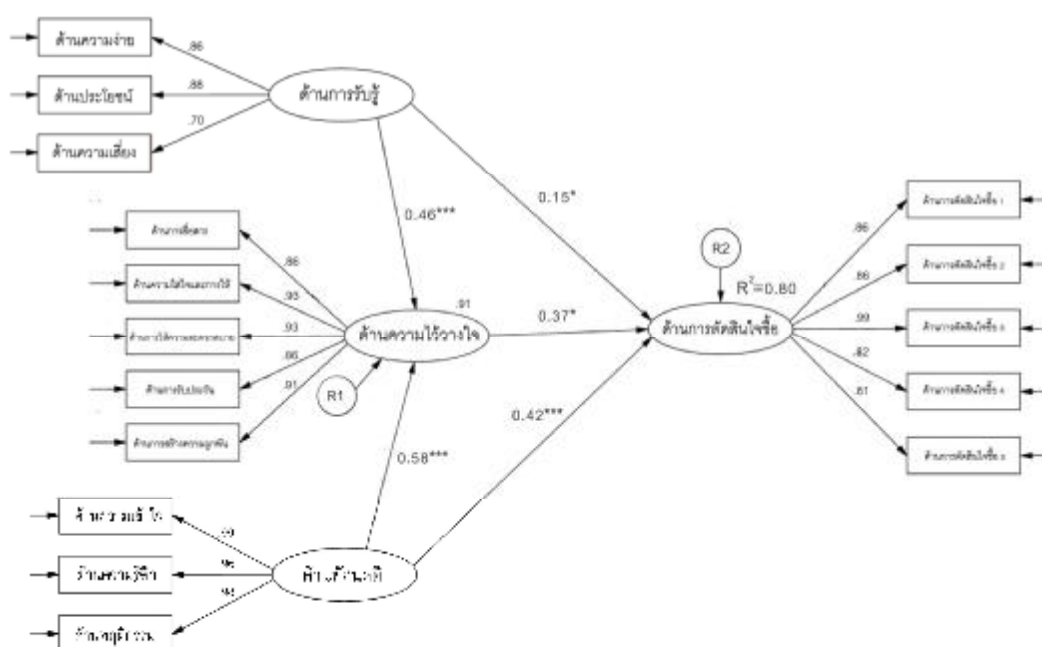
รายด้าน	ค่าเฉลี่ย (M)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย	ค่าความเบ้ (Sk)	ค่าความโด่ง (Ku)	ความหมาย
1. ด้านทัศนคติ	4.81	1.18	ค่อนข้างมาก	-0.22	-0.03	มีการแจกแจงแบบปกติ
2. ด้านการรับรู้	4.68	1.22	ค่อนข้างมาก	-0.11	-0.26	มีการแจกแจงแบบปกติ
3. ด้านความไว้วางใจ	4.75	1.18	ค่อนข้างมาก	-0.14	0.11	มีการแจกแจงแบบปกติ
4. การตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางผ่าน อินสตาแกรม	4.76	1.17	ค่อนข้างมาก	-0.16	-0.02	มีการแจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	4.75	1.18	ค่อนข้างมาก	-0.15	0.10	มีการแจกแจงแบบปกติ

จากตาราง 1 ปรากฏว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ในภาพรวมเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม มีค่าเฉลี่ย 4.75 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านทัศนคติมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.81 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมา ด้านการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมมีค่าเฉลี่ย 4.76 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และน้อยที่สุด ด้านการรับรู้ มีค่าเฉลี่ย 4.68 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -0.11 ถึง -0.22 และค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -0.26 ถึง 0.11 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ $\pm$ ไม่เกิน 3 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้เทคนิคสมการโครงสร้างเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร โดยการทดสอบความสอดคล้องกล่มกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมจากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่อยู่ในรูปของคะแนนดิบ

ค่าสถิติ	เกณฑ์	ค่าที่ได้	ความหมาย
1. ค่า CMIN/df	< 2.00	1.11	ผ่านเกณฑ์
2. ค่า GFI	$\geq .90$ (เข้าใกล้ 1.00)	0.98	ผ่านเกณฑ์
3. ค่า AGFI	$\geq .90$ (เข้าใกล้ 1.00)	0.95	ผ่านเกณฑ์
4. ค่า CFI	$\geq .90$ (เข้าใกล้ 1.00)	0.99	ผ่านเกณฑ์
5. ค่า RMSEA	< .08 (เข้าใกล้ 0)	0.01	ผ่านเกณฑ์
6. ค่า Standardized RMR	< .08 (เข้าใกล้ 0)	0.01	ผ่านเกณฑ์
7. ค่า HOELTER	> 200	494	ผ่านเกณฑ์

จากตาราง 2 พบว่า ค่า CMIN/df เท่ากับ 1.11 มีค่าน้อยกว่า 2.00 ค่าดัชนีตรวจสอบความกลมกลืน GFI เท่ากับ 0.98, AGFI เท่ากับ 0.95 มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไปและค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า SRMR เท่ากับ 0.01, RMSEA เท่ากับ 0.01 มีค่าน้อยกว่า 0.08 ซึ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมินความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดล พบว่าผ่านเกณฑ์ทุกค่า สรุปได้ว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดีมาก



ภาพประกอบ 2 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากภาพประกอบ 2 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม พบว่าด้านการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านทัศนคติ ด้านความไว้วางใจ และด้านการรับรู้ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.42, 0.37, 0.15 ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านความไว้วางใจได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านทัศนคติ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.58 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และด้านความไว้วางใจได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านการรับรู้ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.46 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตาราง 3 ค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม

ตัวแปร	ตัวแปรแฝงภายใน						หมายเหตุ
ตัวแปรแฝงภายนอก	ด้านความไว้วางใจ			การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง			
				ผ่านอินสตาแกรม			
	อิทธิพล	อิทธิพล	อิทธิพล	อิทธิพล	อิทธิพล	อิทธิพล	
	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม	
ด้านการรับรู้	0.46***	-	0.46***	0.15*	0.17***	0.32***	สนับสนุน
ด้านทัศนคติ	0.58***	-	0.58***	0.42***	0.21***	0.63***	สนับสนุน
ด้านความไว้วางใจ	-	-	-	0.37*	-	0.37*	สนับสนุน
ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์	0.91			0.80			

หมายเหตุ: * $p < 0.05$, *** $p < 0.001$

จากตาราง 3 พบว่า ด้านการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านทัศนคติมีขนาดอิทธิพล เท่ากับ 0.42 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากด้านทัศนคติผ่านด้านไว้วางใจมีขนาดอิทธิพล เท่ากับ 0.21 รวมขนาดอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม เท่ากับ 0.63 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ในส่วนด้านความไว้วางใจได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านทัศนคติมีขนาดอิทธิพล เท่ากับ 0.58 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

สรุปผลวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม ผู้วิจัยข้อค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาสรุปผล ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.2 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 ความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 และจำนวนเงินที่ซื้อเครื่องสำอางในแต่ละครั้งอยู่ที่ 500-1,000 บาท จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.25

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.81 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมาด้านการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมมีค่าเฉลี่ย 4.76 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และน้อยที่สุด ด้านการ

รับรู้ มีค่าเฉลี่ย 4.68 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ค่าความเบี่ยงระหว่าง -0.21 ถึง -0.39 และค่าความโด่ง อยู่ระหว่าง 0.12 ถึง 0.94 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ $\pm$ ไม่เกิน 3 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ โดยการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านทัศนคติมีขนาดอิทธิพล เท่ากับ 0.42 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมผ่านด้านใ่วางใจมีขนาดอิทธิพล เท่ากับ 0.21 รวมขนาดอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม เท่ากับ 0.63 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ในส่วนด้านความใ่วางใจได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านทัศนคติมีขนาดอิทธิพล เท่ากับ 0.58 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมและเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดีโดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 46.976, องศาอิสระ (df) เท่ากับ 42, CMIN/DF เท่ากับ 1.118, GFI เท่ากับ 0.986, AGFI เท่ากับ 0.954, SRMR เท่ากับ 0.001 และ RMSEA เท่ากับ 0.017 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.80 แสดงว่าตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมได้ร้อยละ 80 ด้านการรับรู้ ด้านทัศนคติกับด้านความใ่วางใจส่งผลร่วมกันในการกำกับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่าด้านทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมเนื่องมาจากการซื้อขายผ่านอินสตาแกรมนั้นผู้ซื้อมีความเข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ประกาศขายผ่านอินสตาแกรมและรู้สึกชื่นชอบการเลือกชมเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sciffman; & Kanuk (2000) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิภาพร รุ่งสว่าง (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของคอลลาเจน พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของคอลลาเจน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภวิชญ์ อุทัยแพน; และ เบญญาดา กระจำจั่ง (2558) ที่ศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าเออาร์บีของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี พบว่า ทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าเออาร์บีของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี และยังพบว่าด้านความใ่วางใจมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมมากจากผู้ขายเครื่องสำอางที่จำหน่ายผ่านอินสตาแกรมมีการรีวิวสินค้าและระบุรายละเอียดสินค้าครบถ้วนและให้คำแนะนำต่างๆ เกี่ยวกับเครื่องสำอางได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ มโนปราชญ์ (2556) พบว่า ปัจจัยด้านความใ่วางใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการขายเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมควรคำนึงถึงด้านความเข้าใจด้วยการสร้างความเข้าใจในรายละเอียดสินค้า วิธีการสั่งซื้อ และการชำระเงิน

2. ผู้ประกอบการขายเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมควรคำนึงถึงด้านความรู้สึกด้วยการสร้างความน่าสนใจและทำให้การเลือกเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมมีความเพลิดเพลิน มีความชื่นชอบโดยการลงสินค้าให้หลากหลายและต้องสร้างความรู้สึกมีความสุขให้กับลูกค้า
3. ผู้ประกอบการขายเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมควรคำนึงถึงด้านพฤติกรรมโดยการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดการเข้ามาเยี่ยมชมเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรมสม่ำเสมอ
4. นักศึกษาที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับการขายสินค้าออนไลน์ ควรคำนึงถึงปัจจัยด้านการรับรู้ ด้านทัศนคติ และด้านของความไว้วางใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ซื้อเป็นหลักเพราะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม
2. นักศึกษาที่จะศึกษาเรื่องของการขายสินค้าออนไลน์ควรศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ ด้านทัศนคติ และด้านของความไว้วางใจ เพราะเป็นปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจซื้อ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. วิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติมที่อาจจะส่งผลการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินสตาแกรม
2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านสื่อโซเชียลมีเดียอื่นๆ นอกเหนือจากอินสตาแกรม

เอกสารอ้างอิง

- กรีซ แวงสูงเนิน. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS AMOS เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. ตาก: โพเจ็คท์ ไฟฟ์-โฟว์ จำกัด.
- ณัฐพันธ์ ผ่องพันธุ์. (2552). ทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านออนไลน์. วิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีการศึกษา 2552 (14 สิงหาคม 2552). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสเรล สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิภาพร รุ่งสว่าง. (2551). ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของคอลลาเจน. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปิยะดา ทองมาก. (2558). อิทธิพลของความไว้วางใจ และการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- วรารัตน์ สันติวงษ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารต่อการใช้บริการ E-Banking. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ศุภวิชญ์ อุทัยแพน, และเบญญาดา กระจ่างแจ้ง. (2558). ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าเออาร์พีของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี. การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2559 (9 กรกฎาคม 2559). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2560). ผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตคนไทย. Thailand Internet User Profile 2017.
- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. (2560). รู้ทัน Mega Trand กระแสโลก “เกาะติดพฤติกรรม “แซะ แอนด์ แซร์”. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/726203>.
- Sciffman, L.G.; & Kanuk, L. L. (2000). Consumer Behavior. 7th ed., New Jersey: Prentice-Hall
- Techsauce Team. (2016). e-conomy SEA: Unlocking the 200\$ Billion Digital Opportunity in Southeast Asia. สืบค้นจาก <https://techsauce.co/en/report-all/e-conomy-sea-digital-opportunity/>.

NBUS031: ทศนคติของนักบัญชีในจังหวัดนครปฐมต่อการพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพสู่บัญชียุคดิจิทัล

ATTITUDE OF ACCOUNTANTS IN NAKHON PATHOM PROVINCE ON THE DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL KNOWLEDGE TO DIGITAL ACCOUNTANTS

ดร.วัชรภรณ์ กลิ่นภู¹

¹ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักบัญชีในจังหวัดนครปฐมต่อการพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพสู่บัญชียุคดิจิทัล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 264 คน ซึ่งเป็นนักบัญชีในจังหวัดนครปฐม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 92 อายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.36 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 97.73 สำเร็จการศึกษาด้านการบัญชี คิดเป็นร้อยละ 89.77 ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของพื้นที่หน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 49.24 มีระยะเวลาในการทำงาน น้อยกว่า 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 61

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพสู่บัญชียุคดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.348) เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ ผู้ทำบัญชีควรที่จะเข้ารับการอบรมอย่างน้อยปีละ 6 ชั่วโมง ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.156) นักบัญชีควรมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรี ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.491) และผู้ทำบัญชีต้องแจ้งรายละเอียดของการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพเอง ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.224) ตามลำดับ

พฤติกรรมที่มีต่อการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของนักบัญชีผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมัครเป็นสมาชิกของสภาวิชาชีพบัญชี คิดเป็นร้อยละ 84.85 เข้ารับการอบรมพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชีตามพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 คิดเป็นร้อยละ 84.85 ควรจัดอบรม/สัมมนาในเดือน กรกฎาคม-เดือน กันยายน คิดเป็นร้อยละ 30.70 และมีความสนใจที่จะเข้ารับการอบรมพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพด้วยเนื้อหาวิชาการบัญชี คิดเป็น ร้อยละ 57.20

คำสำคัญ: ทัศนคติ, นักบัญชี, วิชาชีพ

Abstract

The purpose of this research was to study the attitudes of accountants in Nakhonpathom province to the development of professional knowledge to accountants in the digital age. Accidental sampling was performed using questionnaire. (Questionnaire) is a tool to collect data from 264 samples

who are accountants in Nakhon Pathom province. The statistics used for data analysis are Frequency, Percentage, Mean, and S.D.

The results showed that most of the respondents were female, 92%, aged 26-30 years or 36.36%, 97.73% graduated from accounting. 89.77% were government officials. 49.24% had working time less than 6 years, accounted for 61%.

Respondents perceived that the level of opinion on professional accountant's continuing professional development was at a high level, ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.348), considering the ranking of the three lowest rankings. ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.156). The accountant should have at least a bachelor's degree ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.491), and the accountant must provide details of the continuing knowledge of the subject. Life itself ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.224).

The behavior towards professional accountant development of the accountant. The results of the research found that most respondents applied for membership of the Federation of Accounting Professions. 84.85% attend training course on professional knowledge development of bookkeepers according to Accounting Profession Act BE 2547, accounting for 84.85%. Training / Seminar should be held in July - September, representing 30.7%. They are interested in being trained in professional knowledge with accounting content accounting for 57.2%. Keywords: Influence, consumption, cleanliness.

Keywords: Attitude, Accountants, Professional

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 ทำให้ทุกธุรกิจต้องมีการพัฒนาให้เติบโตเท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของยุคดิจิทัล การปฏิวัติการให้บริการลูกค้าด้วยนวัตกรรมดิจิทัล ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่จะรอช้าไม่ได้แม้แต่วินาทีเดียว เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้รูปแบบธุรกิจที่มีอยู่เกิดความตึงเครียดมากขึ้น หรือเกิดเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ (New business mode) ท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและเข้มข้นของโลกไร้พรมแดน กดดันให้ผู้ประกอบการต้องคิดค้นนวัตกรรมในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน นั่นคือการคิดค้นนวัตกรรมเพื่อต่อยอดธุรกิจให้เติบโต เพิ่มยอดขาย และสร้างเส้นทางใหม่ของธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันนวัตกรรมกลายเป็นเครื่องมือใหม่ทางยุทธศาสตร์ของการแข่งขันทางธุรกิจในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะเมื่อผู้ประกอบการกำลังเผชิญหน้ากับความเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัล (Digital Disruption) ซึ่งโดยปกติแล้วผู้ประกอบการมักจะมองนวัตกรรมว่าเป็นสิ่งใหม่หรือเป็นอะไรที่แปลกใหม่แตกต่างไปจากเดิม แต่แท้จริงแล้วนวัตกรรมไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องใหม่หรือสิ่งแปลกใหม่ทั้งหมด การจัดการกระบวนการหรือคอกวบบางอย่างเพื่อให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพหรือศักยภาพที่ดีขึ้นก็ถือว่าเป็นนวัตกรรมแล้ว และนวัตกรรมที่ดูเหมือนจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยนี้ เมื่อเกิดขึ้นบ่อยครั้ง จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมครั้งใหญ่ที่แตกต่างจากเดิมอย่างสิ้นเชิง (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. 2560)

วิชาชีพบัญชีถือเป็นวิชาชีพที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมในทุกส่วน ทั้งภาคเอกชน ภาครัฐบาล และภาครัฐวิสาหกิจ ทั้งกิจการที่มุ่งหวังผลกำไรและกิจการที่ไม่มุ่งหวังผลกำไร เพราะการดำเนินงานในทุกด้านจำเป็นต้องใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีช่วยในการตัดสินใจ จึงทำให้นักบัญชีมีบทบาทในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารและผู้สนใจทั่วไป ดังนั้น วิชาชีพบัญชีจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สำหรับวิชาชีพบัญชีของประเทศไทยได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลง โดยมีสภาวิชาชีพบัญชีขึ้นมา และได้มีการตราพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 ขึ้น และมีผลบังคับใช้นับตั้งแต่วันที่ 23 ตุลาคม พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา

เหตุผลสำคัญของการตราพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 ขึ้นมาก็เพื่อต้องการจะให้ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีทั้งหมดอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสภาวิชาชีพบัญชี เช่นเดียวกันกับสภาวิชาชีพอื่น ๆ ที่มีการควบคุมดูแลกันเองโดยมีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. เพื่อให้เป็นศูนย์รวมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีและส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นแนวทางและมาตรฐานเดียวกัน รวมทั้งให้ความรู้และพัฒนาส่งเสริมวิชาชีพบัญชีให้เกิดความเชื่อมั่นต่อสังคมและประเทศชาติ
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการวิชาชีพมีคุณภาพและมาตรฐาน อีกทั้งยังมีความก้าวหน้าในวิชาชีพบัญชี
3. เพื่อให้มีการควบคุมจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพบัญชี

ภายใต้พระราชบัญญัติวิชาชีพการบัญชีฉบับนี้ ได้สงวนวิชาชีพในการทำบัญชีให้กับประกอบวิชาชีพบัญชีไว้โดยเฉพาะ ซึ่งผู้ทำบัญชีที่จะลงชื่อในงบการเงินของกิจการต้องขึ้นทะเบียนหรือได้รับใบอนุญาตจากสภาวิชาชีพบัญชีเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ผู้ทำบัญชีก็ได้รับผลกระทบจากพระราชบัญญัติวิชาชีพการบัญชีฉบับนี้ อาทิ ผู้ทำบัญชีจะต้องขึ้นทะเบียนกับสภาวิชาชีพบัญชีโดยเสียค่าบำรุงสมาชิกแล้ว ผู้ทำบัญชียังต้องเข้ารับการอบรมหลักสูตรการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพ (Continuing Professional Development: CPD) ทำให้ผู้ทำบัญชีต้องรับภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มสูงขึ้นอีก โดยประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและระยะเวลาในการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพผู้ทำบัญชี พ.ศ. 2547 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป กำหนดให้ผู้ทำบัญชีต้องเข้ารับการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพทุกรอบสามปี โดยในแต่ละรอบต้องมีจำนวนชั่วโมงในการอบรมไม่น้อยกว่า 27 ชั่วโมงและต้องเป็นกิจกรรมที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีไม่น้อยกว่า 18 ชั่วโมง โดยในแต่ละปีจะต้องเข้ารับการอบรมหลักสูตรการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพไม่น้อยกว่า 6 ชั่วโมง จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของนักบัญชีในจังหวัดนครปฐมต่อการพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพสู่ นักบัญชียุคดิจิทัล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาทัศนคติของนักบัญชีในจังหวัดนครปฐมต่อการพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพสู่ นักบัญชียุคดิจิทัล

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชี

การพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชี เป็นผลมาจากการประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง กำหนดคุณสมบัติและเงื่อนไขของการเป็นผู้ทำบัญชี (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2547 ที่บังคับให้ผู้ทำบัญชีจะต้องมีการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพ โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ออกประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง

กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และระยะเวลาในการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชี พ.ศ. 2547 ขึ้น โดยประกาศฉบับนี้ให้บังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม 2547 เป็นต้นไป ทำให้ผู้ทำบัญชีทุกคนต้องเข้ารับการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ออกคำชี้แจงประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์วิธีการ และระยะเวลาในการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชี พ.ศ. 2547 ซึ่งผู้ทำบัญชีต้องปฏิบัติตามคำชี้แจงฉบับนี้ โดยประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

หลักเกณฑ์ วิธีการ และระยะเวลาในการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชี มีดังนี้

1. จำนวนชั่วโมงขั้นต่ำและหลักเกณฑ์ในการนับชั่วโมง

ผู้ทำบัญชีจะต้องเข้ารับการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพตามหลักสูตรหรือสถาบันที่อธิบดีให้ความเห็นชอบไม่น้อยกว่า 27 ชั่วโมงในทุกกรอบ 3 ปี โดยจะต้องเป็นหัวข้อทางการบัญชีไม่น้อยกว่า 18 ชั่วโมง และในแต่ละปีผู้ทำบัญชีจะต้องเข้ารับการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพไม่น้อยกว่า 6 ชั่วโมง ในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายกิจกรรมรวมกันได้ ดังต่อไปนี้

- 1.1 การอบรมหรือสัมมนา
- 1.2 การเป็นวิทยากร ผู้บรรยาย ผู้ดำเนินการสัมมนา
- 1.3 การเป็นอาจารย์ในสถาบันการศึกษา
- 1.4 การสำเร็จการศึกษาในคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี
- 1.5 การผ่านการศึกษาเฉพาะรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี
- 1.6 กิจกรรมอื่นที่อธิบดีประกาศกำหนด

2. การปฏิบัติตามข้อกำหนดในประกาศฉบับนี้ของผู้ทำบัญชี

ผู้ทำบัญชีที่แจ้งการเป็นผู้ทำบัญชีตามแบบ ส.บช. 5 (ภาคผนวก) หรือแบบ ส.บช. 5-ก ก่อนหรือภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2547 ผู้ทำบัญชีสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดในประกาศฉบับนี้ตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม 2547 เป็นต้นไป ส่วนผู้ทำบัญชีที่แจ้งการเป็นผู้ทำบัญชีตามแบบ ส.บช. 5 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นไป สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวในประกาศฉบับนี้ตั้งแต่วันที่ได้แจ้งการเป็นผู้ทำบัญชีตามแบบ ส.บช. 5

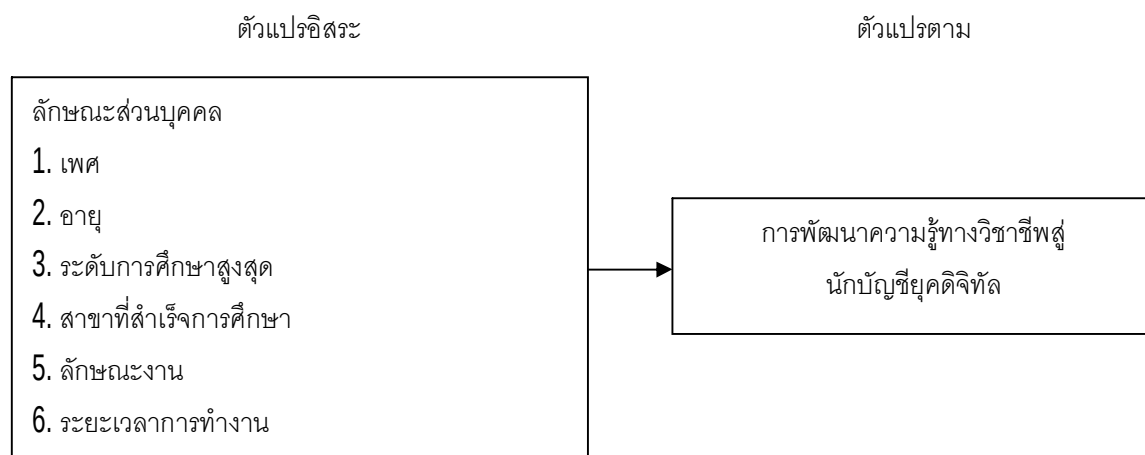
3. หลักฐานการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพ

ผู้ทำบัญชีต้องแจ้งรายละเอียดกิจกรรมการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพตามแบบฟอร์มที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดทางอินเทอร์เน็ตใน www.dbd.go.th

4. การตรวจสอบหลักฐานการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพ

ผู้ทำบัญชีต้องจัดเก็บหลักฐานการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชีไว้กับตนเองเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี นับแต่วันสิ้นปีปฏิทินของวันที่สิ้นสุดการอบรมพัฒนาความรู้ต่อเนื่อง เช่นกรณีผู้ทำบัญชีเข้ารับการอบรมในวันที่ 10 มกราคม 2548 ผู้ทำบัญชีต้องจัดเก็บหลักฐานการอบรมนั้นไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี นับจากวันสิ้นปีปฏิทินของวันที่สิ้นสุดการอบรม (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2547)

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่อง ทักษะคตินักบัญชีในจังหวัดนครปฐม ต่อการพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพสู่ นักบัญชียุคดิจิทัล เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary study) เป็นการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยศึกษาเอกสารจากทางราชการหนังสือบทความรายงานการวิจัยวิทยานิพนธ์สารนิพนธ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักบัญชีของสถานประกอบการในจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 773 ราย (ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า, ข้อมูล ณ มิถุนายน 2559)
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักบัญชีของสถานประกอบการในจังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และใช้เกณฑ์จำนวนประชากรที่จะศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างตามสูตรสุ่มตัวอย่างที่มีความเชื่อมั่น 95% และให้มีความคลาดเคลื่อน 5% (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557; อ้างถึงใน Yamane, 1973: 725) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 264 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สาขาที่สำเร็จการศึกษา ตำแหน่งงาน ลักษณะงาน และระยะเวลาการทำงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2: ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพสู่ นักบัญชียุคดิจิทัล

ส่วนที่ 3: พฤติกรรมที่มีต่อการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของนักบัญชี

ส่วนที่ 4: ข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของนักบัญชี

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมด คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ซึ่งเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อการจัดระดับค่าเฉลี่ยสามารถแบ่งออกเป็นช่วง ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 92 อายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.36 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 97.73 สำเร็จการศึกษาด้านการบัญชี คิดเป็นร้อยละ 89.77 ส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 49.24 มีระยะเวลาในการทำงาน น้อยกว่า 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 61

2. ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพส่วนบุคคล

ตาราง 1 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพส่วนบุคคล

การพัฒนา ความรู้ทางวิชาชีพส่วนบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. นักบัญชีควรมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรี	4.23	0.491	มาก
2. เมื่อผู้ทำบัญชีไม่เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพ ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 10,000 บาท	4.19	0.320	มาก
3. ผู้ทำบัญชีควรที่จะเข้ารับการอบรมพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพอย่างน้อย ปีละ 6 ชั่วโมง	4.28	0.156	มาก
4. ผู้ทำบัญชีต้องแจ้งรายละเอียดของการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพเอง	4.13	0.224	มาก
5. การอบรม/สัมมนาแต่ละครั้งได้รับข่าวสารที่รวดเร็ว	4.24	0.412	มาก
6. ค่าใช้จ่ายในการอบรม/สัมมนามีความเหมาะสมกับเนื้อหาวิชาที่อบรม สัมมนา	4.01	0.337	มาก
7. เนื้อหาวิชาที่เปิดอบรมพัฒนาความรู้บางครั้งไม่สามารถนำไปปฏิบัติงาน ได้จริง	4.06	0.212	มาก
8. การอบรมสัมมนาทำให้นักบัญชีมีความรู้เพิ่มขึ้น	4.09	0.554	มาก
9. การจัดอบรม/สัมมนาทุกครั้งส่วนใหญ่มีความเหมาะสมทั้งเวลาและสถานที่	4.08	0.423	มาก
รวม	4.15	0.348	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.348) เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ ผู้ทำบัญชีควรที่จะได้รับการอบรมอย่างน้อยปีละ 6 ชั่วโมง ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.156) นักบัญชีควรมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรี ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.491) และผู้ทำบัญชีต้องแจ้งรายละเอียดของการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพเอง ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.224) ตามลำดับ

3. พฤติกรรมที่มีต่อการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของนักบัญชีผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมัครเป็นสมาชิกของสภาวิชาชีพบัญชี คิดเป็นร้อยละ 84.85 เข้ารับการอบรมพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชีตามพระราชบัญญัติวิชาชีพ พ.ศ. 2547 คิดเป็นร้อยละ 84.85 ควรจัดอบรม/สัมมนาในเดือน กรกฎาคม-เดือน กันยายน คิดเป็นร้อยละ 30.70 และมีความสนใจที่จะเข้ารับการอบรมพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพด้วยเนื้อหาวิชาการบัญชี คิดเป็น ร้อยละ 57.20

4. ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการอบรมพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของนักบัญชี โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

4.1 ค่าใช้จ่ายในการอบรมบางครั้งสูงเกินไป ส่วนราชการควรมีการจัดอบรมราคาพิเศษสนับสนุนในส่วนนี้ด้วย

4.2 ควรมีการจัดอบรมเรื่อง ความรู้และกฎหมายของพนักงานบัญชี เพื่อจะได้ทำงานด้านการบัญชีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น โดยเนื้อหาที่จัดการอบรมควรสรุปให้เข้ากับการทำงานในชีวิตประจำวันอย่างเหมาะสมและเข้าใจง่าย และเนื้อหาหรือหลักสูตรที่จัดการอบรมควรกำหนดให้ครอบคลุมทุกกิจการ เพื่อได้ความรู้อย่างจริงจังและมีข้อสรุปที่แน่นอนให้แก่ผู้ทำบัญชี

4.3 ความรู้ทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชีจะมีเฉพาะผู้ที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชีเท่านั้นที่ทราบส่วนผู้ที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชีจะไม่ทราบหรือมีความรู้ด้านนี้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าความรู้ทางวิชาชีพยังไม่ได้ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายเท่าที่ควร

4.4 การจัดอบรมไม่ควรกำหนดจำนวนชั่วโมงอบรมโดยแยกเป็นเรื่องบัญชีโดยตรงและเรื่องอื่นๆ เพราะบางครั้งผู้ทำบัญชีต้องการเข้าอบรมในเรื่องที่สนใจแต่จำเป็นต้องอบรมในเรื่องอื่นแทนเพราะชั่วโมงการอบรมยังไม่ครบตามที่กำหนดไว้

4.5 การนับชั่วโมงควรลดจำนวนชั่วโมงลงบ้าง เพราะการอบรมแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายที่สูงน่าจะเป็นการแจ้งจากหน่วยงานราชการว่ามีกฎหมายอะไรออกมาใหม่และพึงปฏิบัติถึงจะมีการอบรมสัมมนา เพราะในวิชาชีพอื่นๆ ไม่ค่อยเห็นมีการอบรมพัฒนาความรู้ต่อเนื่องเหมือนผู้ทำบัญชี

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่อง ทศนคติของนักบัญชีในจังหวัดนครปฐมต่อการพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพบัญชีซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณฐา ธรเจริญกุล (2557) ที่กล่าวว่า การพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพในกิจกรรมการอบรมหรือสัมมนานั้น เป็นกิจกรรมการพัฒนาความรู้แบบเก็บชั่วโมง โดยแยกออกเป็น 2 หลักสูตร คือ 1) หลักสูตรบัญชี ไม่น้อยกว่า 18 ชั่วโมง โดยต้องเข้ารับการอบรมปีละ 6 ชั่วโมง เมื่อครบ 3 ปี ก็จะเก็บชั่วโมงได้ 18 ชั่วโมง หากปีใดอบรมเกิน 6 ชั่วโมงก็จะนับเพียง 6 ชั่วโมงเท่านั้น 2) หลักสูตรทั่วไป ไม่น้อย

กว่า 9 ชั่วโมง ซึ่งเป็นหลักสูตรที่ได้รับอนุมัติจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เช่น ภาษีอากร การบริหาร การจัดการ การเงิน โดยการอบรมจะสามารถอบรม 9 ชั่วโมงให้ครบภายใน 1 ปี ก็ได้ หรือทยอยเก็บชั่วโมงอบรม 9 ชั่วโมงภายใน 3 ปี ก็ได้ นับเป็นระยะเวลาประมาณ 6 ปี (นับตั้งแต่หลักเกณฑ์นี้มีผลบังคับใช้จนถึงปัจจุบัน) และควรมีการแจ้งข่าวสารที่รวดเร็วให้กับผู้ทำบัญชี ถ้าผู้ทำบัญชีไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์อย่างรวดเร็วและถูกต้องก็อาจทำให้จัดทำงบการเงินที่ไม่ถูกต้องได้ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าทัศนคติของผู้ทำบัญชีที่มีต่อการอบรมพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชีเป็นไปในแง่บวก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านผู้จัดการอบรม/สัมมนา

- 1.1 การจัดการอบรมแต่ละครั้งควรมีความเหมาะสมทั้งเวลา สถานที่ และค่าใช้จ่ายในการอบรม
- 1.2 การจัดการอบรมแต่ละครั้งควรให้ผู้ทำบัญชีที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนเข้าร่วมสัมมนาด้วย
- 1.3 ควรจัดการอบรม/สัมมนาในต่างจังหวัดมากขึ้น เพื่อที่ผู้ทำบัญชีที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัดได้เข้ารับการอบรม/สัมมนากันอย่างทั่วหน้า

1.4 ข่าวสารการอบรม/สัมมนาควรกระจายให้ทั่วถึง

1.5 ควรจัดการอบรมด้านอื่นๆ ที่ไม่ใช่บัญชีบ้าง

1.6 เนื้อหาที่อบรมควรสรุปให้เข้าใจง่ายและใช้ได้กับการทำงานในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม

1.7 ควรจะเพิ่มเนื้อหาการอบรมเกี่ยวกับกฎหมายและภาษีให้มากขึ้น

2. ด้านผู้จัดทำบัญชี

2.1 ควรติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการอบรม/สัมมนาเพื่อจะได้ทราบถึงการจัดการอบรมแต่ละครั้ง

2.2 ควรอบรม/สัมมนาในทุกๆ หัวข้อของการอบรม เพื่อที่จะได้มีความรอบรู้ครอบคลุมการปฏิบัติงาน

2.3 ควรยื่นชั่วโมงการอบรมพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพตรงตามเวลาเพื่อที่กรมพัฒนา

ธุรกิจการค้าไม่ต้องออกจดหมายเตือนให้ผู้ทำบัญชี

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาถึงทัศนคติของผู้ทำบัญชีต่อการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชี ตามความคิดเห็นของฝ่ายบริหารของสำนักงานบัญชี และผู้ทำธุรกิจเกี่ยวกับสำนักงานบัญชี

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2547). ประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (พ.ศ.2547) เรื่อง กำหนดคุณสมบัติและเงื่อนไขของการเป็นผู้ทำบัญชี (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2547. 1-2.
- _____. (2547). ประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (พ.ศ. 2547). เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และระยะเวลาในการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชี พ.ศ. 2547. 1-3.

ณฐา ธรเจริญกุล. (2557, ธันวาคม). ความต้องการของผู้ทำบัญชีที่มีต่อกิจกรรมการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพในเขตบางนาและพื้นที่ใกล้เคียง. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย. ปีที่ 20 ฉบับที่ 2.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: บิสซิเนส อาร์แอนดีดี.

NBUS032: ภาพลักษณ์ในการใช้บริการร้านอาหารบ้านปันจําของผู้บริโภคในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

THE IMAGE OF USING THE RESTAURANT SERVICE OF BAN PUN JUM IN THAWI WATTHANA AREA BANGKOK

ดร.วัชรภรณ์ กลิ่นภู¹

¹ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ในการใช้บริการร้านอาหาร บ้านปันจํา ของผู้บริโภคในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 202 คน ซึ่งเป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.29 อายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.97 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 88.25 เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 77.56 และมีรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.11

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ร้านอาหาร บ้านปันจํา พบว่า ภาพรวมด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับดี โดยข้อที่มีค่าสูงสุด คือ เป็นร้านอาหารที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับดี โดยข้อที่มีค่าสูงสุด คือ เจ้าของร้านเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล ภาพรวมด้านราคาอยู่ในระดับดี โดยข้อที่มีค่าสูงสุด คือ มีราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เหมาะสม และภาพรวมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับดี โดยข้อที่มีค่าสูงสุด คือ ใส่ใจการจัดหาวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีความปลอดภัยต่อลูกค้า

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์, การบริการ

Abstract

The purpose of this research was to study Ban Pun Jum sampling was performed using questionnaire. Questionnaire was a tool to collect data for 202 samples by accidental sampling, who were living in Thawi Watthana area Bangkok The statistics used for the data analysis were Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation (S.D)

The respondents' data were mostly female (71.29%), aged between 21 - 30 years (53.97%). 88.25% were students. 77.56% and had revenue of 10,001-20,000 baht or 41.11%.

Respondents had a high level of opinion about Ban Pun Jum image. The highest value was the restaurant in reliable. Acceptance of service users in the level of good. The highest value was the shopkeeper was a visionary. Price overview was good. The highest value was is a reasonable price for

food and beverages and a social responsibility overview stay in good level. The highest value was Pay attention to the supply of raw materials to produce products and services that was safe for customers.

Keywords: Image, Service

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ไม่ว่าจะเศรษฐกิจจะเจริญรุ่งเรืองหรือตกต่ำอย่างไร ธุรกิจร้านอาหารมักจะได้รับผลกระทบน้อยที่สุด ในปัจจุบันพบว่าการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี มีผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งเวลากลายเป็นข้อจำกัดในการดำเนินชีวิต ทำให้ชีวิตมีความเร่งรีบมากขึ้น พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านจึงมีแนวโน้มสูงขึ้น รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การบริโภคอาหารนอกบ้านและการซื้ออาหารสำเร็จรูปมารับประทานที่บ้านมีแนวโน้มสูงขึ้น และยังเป็นการพักผ่อนหย่อนใจหรือการสังสรรค์อีกวิธีหนึ่ง อีกทั้งปัจจุบันสิ่งแวดล้อมรอบตัวเป็นพิษมากขึ้น ก่อให้เกิดโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ทำให้คนหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ พยายามแสวงหาความรู้และแนวปฏิบัติที่ถูกต้อง ด้วยแนวทางปฏิบัติดังกล่าว รวมทั้งการพักผ่อนนอนหลับให้เต็มที่นับเป็นสิ่งที่ช่วยให้ชีวิตยืนยาวและปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ ซึ่งจะนำไปสู่การมีภาวะโภชนาการและสุขภาพที่ดี (แผนการตลาด “ร้านอาหารสุขภาพ”. 2560: ออนไลน์)

ธุรกิจอาหารเป็นธุรกิจที่ผู้มีเงินมักชอบลงทุน เพราะคิดว่าเป็นธุรกิจที่ไม่ยุ่งยาก โดยเฉพาะร้านอาหาร อาจกล่าวได้ว่าเป็นธุรกิจยอดนิยมของการลงทุนในทศวรรษนี้ อย่างไรก็ตามจะพบว่าร้านอาหารที่เปิดขึ้นมากมายในแต่ละปีนั้นกลับล้มหายตายจากออกจากวงจรธุรกิจไปอย่างรวดเร็ว สาเหตุหลักคือ รายได้ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ ค่าใช้จ่ายสูง เงินทุนสำรองไม่เพียงพอ ในที่สุดจำเป็นต้องเลิกกิจการ เพราะขาดทุนมากจนไม่สามารถประคองให้ธุรกิจอยู่ต่อไปได้

ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่เปิดง่ายแต่อยู่รอดได้ยาก โดยเฉพาะในภาวะที่ต้นทุนวัตถุดิบด้านอาหารสูงขึ้น และค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนการประกอบการสูงขึ้น เจ้าของธุรกิจจำนวนมากมองข้าม การควบคุมต้นทุน ธุรกิจอาหารอาจจะมีรายได้สูง จากยอดขายเงินสดประจำวันแต่ผลกำไรอันมีเพียงไม่กี่เปอร์เซ็นต์ของรายได้หากผลขนานยอดขายไปใช้โดยไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนธุรกิจอาจล้มเหลว โดยธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมักจะมีปัญหาที่เกิดจากยอดขายผันแปร ในแต่ละช่วงเวลา เช่น การขายอาหารขึ้นอยู่กับการฤดูกาลจะคาดเดายากทั้งนี้เพราะอิทธิพลของปัจจัยภายนอก เช่น สภาพเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และค่านิยมของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ การแก้ปัญหาต้องเน้นที่การปรับกลยุทธ์เปลี่ยนวิธีการขายมีการติดตามประเมินผลต่อเนื่องและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อหน่วยงานนั้นๆ ทั้งนี้การรับรู้หรือภาพดังกล่าวเป็นผลมาจากการกระทำของคนในองค์กรนั้นนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นคำพูดหรือการกระทำ ดังนั้นการจะสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้สำเร็จมากน้อยเพียงไร จึงขึ้นอยู่กับองค์กรนั้นๆ มีสมาชิกเป็นเช่นไร นั่นก็คือ หากองค์กรใด มีสมาชิกที่เข้มแข็ง มีผลงานเป็นที่ปรากฏเป็นรูปธรรม มีการบริการที่เป็นเลิศ มีคุณธรรมและจริยธรรมเป็นที่น่าเลื่อมใสศรัทธา ภาพขององค์กรที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนย่อมเป็นภาพที่ดี น่าเชื่อถือ มีผลให้การปฏิบัติงานตามพันธกิจขององค์กรบรรลุเป้าหมาย แต่ในทางตรงข้าม หากองค์กรใดสมาชิกส่วน

ใหญ่ขาดความกระตือรือร้น ไม่ได้รับการพัฒนา ไม่รู้ทิศทางเป้าหมายในการปฏิบัติงาน ย่อมส่งผลให้ผลงานออกมาไม่มีคุณภาพ ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือศรัทธาและความร่วมมือจากประชาชน “ภาพลักษณ์” ขององค์กรย่อมตกต่ำกลายเป็น “ภาพลบ” ในที่สุด อีกทั้งองค์กรต้องมีความรับผิดชอบต่อที่มีต่อสังคมขององค์กรธุรกิจจะเป็นข้อกำหนดที่องค์กรนำมาใช้ในการ เพิ่มผลกระทบเชิงบวกสู่สังคมในขณะที่ลดผลกระทบเชิงลบลง (Pooltong. 2008) และมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นเกี่ยวข้องกับความคาดหวังทางเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และการให้เพื่อสังคม (Carroll. 1991) โดยมีองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อแต่ละ ด้านที่องค์กรต้องทำ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย (Law Responsibility) ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม (Ethic Responsibility) และความรับผิดชอบต่อด้านการให้เพื่อสังคม (Philanthropy Responsibility) (Carroll. 1998)

ร้าน บ้านพันจ๋า เป็นร้านอาหารเปิดใหม่อยู่ติดกับมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ถ.เลียบคลองทวีวัฒนา บรรยากาศร้านสวยมาก เมนูอาหารอาจจะยังไม่สมบูรณ์มากนัก แต่เครื่องดื่มอยู่ในระดับที่ดี มีทั้งกาแฟสด สมูทต์ อาหารอร่อยทุกอย่าง ราคาไม่แพง ร้านจะเป็นบ้านที่ดูสบายตา เหมาะกับการนั่งพักผ่อนมาก

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการจะศึกษาภาพลักษณ์ในการให้บริการร้านอาหาร บ้านพันจ๋า ของผู้บริโภคในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ว่าเป็นอย่างไ เพราะภาพลักษณ์ที่ดีจะช่วยสร้างความเชื่อมั่น และสามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงสินค้าให้ได้มาตรฐาน และส่งผลต่อภาพลักษณ์ของร้านอาหาร บ้านพันจ๋า ที่สื่อออกไปยังผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ในการให้บริการร้านอาหาร บ้านพันจ๋า ของผู้บริโภคในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) (พจน์ ใจชาญสุขกิจ. 2548) กล่าวว่า องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร ประกอบด้วย

1. ภาพลักษณ์ของผู้บริหาร (CEO/Management) ต้องเป็นที่ยอมรับของสาธารณชนว่าเป็นคนเก่ง คนดี มีจริยธรรมในการบริหาร เป็นคนทันสมัย วิถีเริ่มสิ่งใหม่ๆ สามารถทำให้ธุรกิจมีความเจริญก้าวหน้าด้วยความสามารถ มีวิสัยทัศน์ รู้จักการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร
2. ภาพลักษณ์ของพนักงาน (Staff) ต้องเป็นที่ประจักษ์ต่อบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กรว่ามีความรู้ ความสามารถทำงานที่รับผิดชอบได้ด้วยความเป็นมืออาชีพ เป็นคนดีที่มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีความจริงใจในการติดต่อธุรกิจ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รู้จักใช้วาจาที่สุภาพและพูดจาให้เกียรติ มีความหวังดีกับผู้ที่เข้ามาติดต่องานด้วย มีวิญญูณแห่งการบริการ พร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ พร้อมจะทำงานที่เกินกว่าภาระหน้าที่ที่มีกิริยาวาจาที่แสดงความเต็มใจพร้อมที่จะอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อใช้สินค้า/บริการ และต้องเป็นคนที่มีบุคลิกดี สง่างาม มีรสนิยมที่เหมาะสม มีความพร้อมอยู่เสมอไม่ว่าจะมีสถานการณ์หรือเหตุการณ์ใดเกิดขึ้นก็ตาม
3. ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ (Product/Service) เป็นสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตรงตามการประชาสัมพันธ์ มีคุณภาพคุ้มกับราคาที่ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการจ่ายไป เป็นสินค้าและบริการที่เสริมสร้าง

คุณภาพชีวิตให้กับสาธารณชน ต้องมีความน่าเชื่อถือทั้งในด้านคุณภาพ ราคา ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคที่เกิดความประทับใจทั้งก่อนและหลังการได้สัมผัสกับสินค้า/บริการนั้นโดยตรง

4. ภาพลักษณ์ของวิธีการดำเนินงาน (Management/Style) มีการดำเนินการโดยอาศัยหลักธรรมาภิบาล คือ โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ซื่อสัตย์ สุจริต เคารพกฎหมาย เป็นการเสริมสร้างเศรษฐกิจของประเทศ เป็นงานที่เกิดจากเจตนาที่ดีของผู้ประกอบการ เน้นเรื่องของความมีคุณธรรมเป็นการสร้างประโยชน์ให้กับผู้ลงทุน ผู้บริโภค ผู้ถือหุ้น พนักงาน รวมทั้งสังคมโดยรวม เพื่อให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าและคุ้มค่ากับบุคคลผู้มารับบริการด้วย

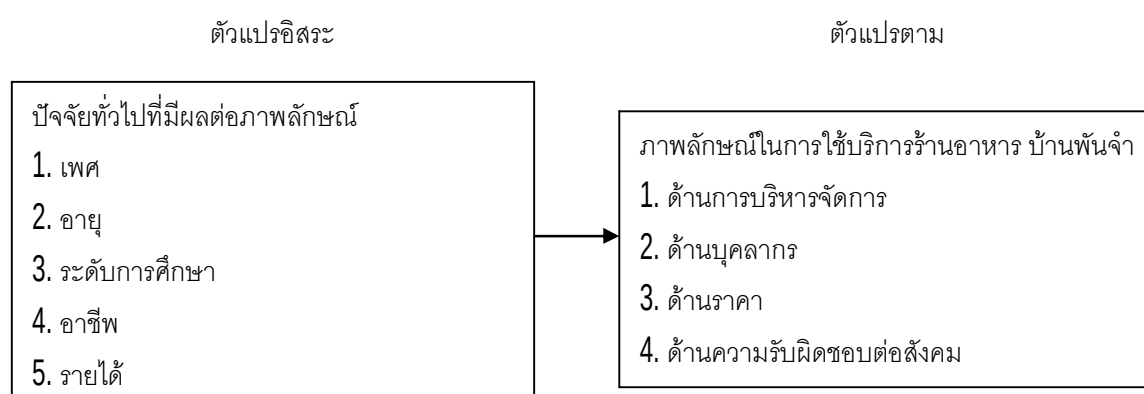
5. ภาพลักษณ์ของบรรยากาศขององค์กร (Atmosphere) หมายถึง ทุกส่วนขององค์กรเมื่อรวมกันเป็นสิ่งแวดล้อมและสิ่งประกอบขึ้นกับองค์กรได้อย่างมีความกลมกลืน เช่น อาคาร สถานที่ การต้อนรับผู้คนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยจะต้องดูดีและมีความเป็นมิตรตั้งแต่การสร้างภาพประทับใจครั้งแรก จนถึงความประทับใจครั้งสุดท้ายก่อนจากไป

6. ภาพลักษณ์ของเครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์ในสำนักงาน (Material) ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งสำนักงาน โต๊ะ เก้าอี้ เครื่องเขียน ดอกไม้ประดับ แก้วน้ำ เป็นต้น ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ผู้คนทั้งหลายใช้ในการประเมินภาพลักษณ์ขององค์กรทั้งสิ้น การจัดซื้อจะต้องพยายามสร้างสมดุลให้ระหว่างการประหยัดกับการรักษาภาพลักษณ์ เพราะถ้าเอียงไปทางข้างประหยัดมากเกินไปก็จะเสียภาพลักษณ์ และหากเอียงทางด้านภาพลักษณ์มากเกินไปก็จะสิ้นเปลืองเกินกว่าเหตุได้

7. ภาพลักษณ์ของวัฒนธรรมองค์กร (Culture) หมายถึง วิธีการทำงาน ค่านิยมของ CEO และบุคลากรระดับต่างๆ รูปแบบในการดำเนินงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ แนวทางและนโยบายของการทำงานในการประสานงานกับผู้อื่น การรู้จักปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรที่เป็นภาพลักษณ์ที่ดี มีปรัชญาที่มีความชัดเจนสามารถนำมาใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรมถึงแม้ว่าภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นมีมาอย่างยาวนาน แต่หากเป็นสิ่งที่ดีควรยึดถือและปฏิบัติต่อไป เพียงแต่จะทำไมให้ภาพลักษณ์ที่ดีนั้นคงอยู่ต่อไปในอนาคต

8. ภาพลักษณ์ทางด้านสังคม (Social) คือ การทำกิจกรรมพิเศษที่นอกเหนือจากภาระหน้าที่ในงานที่ทำอยู่ในองค์กร โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจสะท้อนให้เห็นความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการคืนกำไรให้กับสังคม ให้โอกาสแก่ผู้ด้อยโอกาสในสังคม มีส่วนเข้าไปช่วยงานของประเทศชาติ

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ในการใช้บริการร้านอาหาร บ้านพินิจ ของผู้บริโภคในเขตทวีวัฒนา เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (documentary study) เป็นการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยศึกษาเอกสารจากทางราชการ หนังสือบทความรายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์สารนิพนธ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 22,732 คน (ข้อมูลจากสำนักงานเขตทวีวัฒนา, ประจำเดือนกันยายน 2560)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ ยามาเน่ (Yamane, 1973; อ้างใน ธีรฤดี เอกะกุล, 2543) ศึกษา โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95.00 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% จากประชากรทั้งหมด 22,732 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 393 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามจำนวน 393 ชุด ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวน 202 ชุด มีอัตราตอบกลับร้อยละ 51.40 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2001) กล่าวว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงเป็นที่ยอมรับได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) คำถามปลายปิด ดังนี้

ส่วนที่ 1: เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการร้านอาหาร บ้านพินิจ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการร้านอาหาร บ้านพินิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2: เป็นคำถามภาพลักษณ์ร้านอาหาร บ้านพินิจ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมด คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ซึ่งเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อการจัดระดับค่าเฉลี่ยสามารถแบ่งออกเป็นช่วง ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	ภาพลักษณ์ดีมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	ภาพลักษณ์ดีมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	ภาพลักษณ์ดีปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	ภาพลักษณ์ดีน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง	ภาพลักษณ์ดีน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.29 อายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.97 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 88.25 เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 77.56 และมีรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.11

2. ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์ในการใช้บริการร้านอาหาร บ้านพันจำ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์ในการใช้บริการร้านอาหาร บ้านพันจำ ด้านการบริหารจัดการ

ด้านการบริหารจัดการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. เป็นร้านอาหารที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง	3.81	0.812	ดี
2. เป็นร้านอาหารที่เป็นผู้นำในด้านการให้บริการ	4.11	0.523	ดี
3. เป็นร้านอาหารที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ	4.39	0.591	ดี
4. เป็นร้านอาหารที่มีระบบการบริหารจัดการที่ดี	4.02	0.624	ดี
รวม	4.08	0.523	ดี

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ร้านอาหาร บ้านพันจำ ภาพรวม ด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณารายละเอียด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ เป็นร้านอาหารที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ เป็นร้านอาหารที่เป็นผู้นำในด้านการให้บริการ และเป็นร้านอาหารที่มีระบบการบริหารจัดการที่ดี ตามลำดับ

ตาราง 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์ในการใช้บริการร้านอาหาร บ้านพันจำ ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. เจ้าของร้านเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล	4.05	0.731	ดี
2. พนักงานมีบุคลิกภาพดี	3.90	0.642	ดี
3. พนักงานมีความรู้ความสามารถดี	3.89	0.691	ดี
4. ผู้บริหารมีคุณธรรมและจริยธรรม	3.85	0.644	ดี
5. พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ	3.81	0.711	ดี
รวม	3.90	0.552	ดี

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ร้านอาหาร บ้านพันจำ ภาพรวม ด้านบุคลากรอยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ เจ้าของร้านเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล พนักงานมีบุคลิกภาพดี และพนักงานมีความรู้ความสามารถดี ตามลำดับ

ตาราง 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์ในการใช้บริการร้านอาหาร บ้านพันจำ ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. มีราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เหมาะสม	4.11	0.665	ดี
2. มีราคาที่ประหยัดกว่าเมื่อเทียบราคากับร้านอื่น	4.09	0.723	ดี
3. มีส่วนลดสำหรับบัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้า	3.52	0.724	ดี
รวม	3.91	0.657	ดี

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ร้านอาหาร บ้านพันจำ ภาพรวมด้านราคา อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ มีราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เหมาะสม มีราคาที่ประหยัดกว่าเมื่อเทียบราคากับร้านอื่น และ มีส่วนลดสำหรับบัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้า ตามลำดับ

ตาราง 4 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์ในการใช้บริการร้านอาหาร บ้านพันจำ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. แบ่งปันผลตอบแทนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยความเป็นธรรม	4.23	0.623	ดี
2. ให้ความอิสระกับพนักงานในการวางแผน การตัดสินใจ และการแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง	4.34	0.712	ดี
3. ใส่ใจการจัดหาวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีความปลอดภัยต่อลูกค้า	4.45	0.678	ดี
รวม	4.34	0.567	ดี

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ร้านอาหาร บ้านพันจำ ภาพรวมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ ใส่ใจการจัดหาวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีความ

ปลอดภัยต่อลูกค้า ให้ความอิสระกับพนักงานในการวางแผน การตัดสินใจ และการแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง และแบ่งปันผลตอบแทนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยความเป็นธรรม ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ภาพลักษณ์ร้านอาหาร บ้านพินิจ โดยภาพรวม

ภาพลักษณ์ร้านอาหาร บ้านพินิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการบริหารจัดการ	4.08	0.523	ดี
2. ด้านบุคลากร	3.90	0.552	ดี
3. ด้านราคา	3.91	0.657	ดี
4. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	4.34	0.567	ดี
รวม	4.06	0.662	ดี

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ร้านอาหาร บ้านพินิจ ภาพรวม อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการบริหารจัดการ ด้านราคา และด้านบุคลากร ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษา ภาพลักษณ์ในการใช้บริการร้านอาหาร บ้านพินิจ ของผู้บริโภคในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ในด้านการบริหารจัดการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการ อยู่ในระดับดี คือ เป็นร้านอาหารที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการสอดคล้องกับแนวคิด Frank Jefkins (1993) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจ (Corporate Image) หมายถึง ภาพขององค์การใดองค์การหนึ่ง ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์การที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจและได้มีประสบการณ์ ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์การนั้น ส่วนหนึ่งกระทำโดยอาศัยการนำเสนอ อัตลักษณ์ขององค์การ (Corporate Identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นที่มาของชื่อเสียงและส่งผลให้ภาพลักษณ์ ในด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านบุคลากร อยู่ในระดับดี คือ เจ้าของร้านเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล สอดคล้องกับแนวคิดของ Peter F. Drucker (2006) ที่กล่าวว่า ผู้บริหารต้องมีลักษณะ มีความซื่อสัตย์ มีวิสัยทัศน์ สำหรับจุดหมายขององค์กร มุ่งที่โอกาส เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง และดำเนินงานที่สำคัญ รับผิดชอบต่อและสนับสนุนการฝึกฝนในด้านการบริหาร ในด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านราคา อยู่ในระดับดี คือ มีราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของ รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2544) ที่ว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านราคา คือ การมีราคาที่ยุติธรรมและมีความเหมาะสม แต่ในบางสถานการณ์หรือในบางตลาดธุรกิจ ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าที่ราคาไม่แพงทำให้ต้องมีการปรับราคาย่อมเยาและเหมาะสม ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ด้านราคาเปลี่ยนสู่ราคาย่อมเยา ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับ

ดี คือใส่ใจการจัดหาวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีความปลอดภัยต่อลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ บริษัท มาบุญครอง จำกัด ที่มุ่งมั่นในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และปลอดภัย ที่ได้รับความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือจากผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการ

1. จากผลการศึกษาลักษณะของร้านอาหาร บ้านพันจำ ในด้านบุคลากร ที่ด้อยที่สุด คือ พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ ดังนั้น ร้านอาหาร บ้านพันจำ จึงควรฝึกอบรมและสร้างค่านิยมให้พนักงานมีความรู้ และมีใจรักงานบริการมากขึ้น

2. จากผลการศึกษาลักษณะของร้านอาหาร บ้านพันจำ ในด้านราคา ที่ด้อยที่สุด คือ มีส่วนลดสำหรับบัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้า ดังนั้น ร้านอาหาร บ้านพันจำ ควรให้พิจารณาให้มีส่วนลดมากขึ้น สำหรับบัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะร้านอาหารเพียงร้านเดียว ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจเก็บข้อมูลกิจการร้านอาหาร ที่มีรูปแบบใกล้เคียงกันเพิ่มมากขึ้นเพื่อทำการเปรียบเทียบและจะได้นำผลวิจัยมาพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

จริยพร หาญพยัคฆ์. (2554). ภาพลักษณ์และความพึงพอใจในการใช้บริการร้านค้าบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์การตลาด. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุดรธานี: สถาบันราชภัฏอุดรธานี.

แผนการตลาด “ร้านอาหารสุขภาพ”. (2560). สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2560, จาก <http://www.smesplannet.com/แผนการตลาด-ร้านอาหาร.html>.

พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2548). ภาพลักษณ์ขององค์กร พลังแห่งภาพลักษณ์. กรุงเทพฯ: สุานมีเดีย เน็ตเวิร์ค.

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. (2544). กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ. ใน รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (บรรณาธิการ). นิเทศศาสตร์การตลาด แนวคิด และกรณีศึกษา. หน้า 37-38. กรุงเทพฯ: เจริญทอง ดีไซน์ แอนด์ พับลิเคชั่น.

Aaker, D. A.; Kumar, V.; & Day, G. S. (2001). Marketing Research. New York: John Wiley and Sons.

Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Business horizons. 34(4): 39-48.

Druker, Peter. (2006). Knowledge Management in Virtual Communities of Practice.

Jefkins, Frank. (1993). Planned Press and Public Relations. 3rd ed., Great Britain: Alden Press.

Pooltong, Y. (2008). Customer Loyalty: The Role of CSR, Customer Company Identification and Service Quality. Ph.D. Dissertation. Bangkok: Thammasat University.

NBUS033: แนวทางการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4: กรณีศึกษา บริษัทดับเบิลเอ (1991) จำกัด (มหาชน)

GUIDANCES FOR DEVELOPMENT TOWARDS GREEN INDUSTRY Level 4: A CASE STUDY OF DOUBLE A (1991) PUBLIC COMPANY LIMITED

พัลพงค์ เขียมสุภาชิต¹ ดร.จุฑารัตน์ ชมพันธ์² ดร.สยาม อรุณศรีมรกต³ ดร.จำลอง โพธิ์บุญ⁴

¹ นักศึกษา สาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาบริษัทให้ได้มาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 โดยวิธีการวิเคราะห์หาช่องว่าง (Gap Analysis) การนำเกณฑ์กำหนดของอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 ตามข้อกำหนดของกระทรวงอุตสาหกรรม มาเปรียบเทียบกับกระดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมสีเขียวของบริษัทที่ได้ดำเนินการสำเร็จในปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์หาช่องว่างที่เกิดขึ้น และนำเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข ซึ่งการศึกษาก่อให้เกิดข้อมูล การทบทวนเอกสาร การสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์ สำหรับผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่น ผู้บริหาร พนักงานของสถานประกอบการ ผู้นำชุมชนและประชาชนบริเวณรอบสถานประกอบการ จำนวน 40 คน ในวิเคราะห์ข้อมูล ทำโดยการตรวจสอบแบบสามเส้า วิเคราะห์บริบทองค์กร โดยการใช้ SWOT Analysis และทำการกำหนดกลยุทธ์โดยการใช้ TOWS Matrix เพื่อการผลักดันบริษัทให้ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 ผลการศึกษา พบว่า บริษัทได้ปฏิบัติตามเกณฑ์กำหนดอย่างครบถ้วนใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) กระบวนการสร้างวัฒนธรรมองค์กร 2) การเคารพต่อหลักนิติธรรม และ 3) การปฏิบัติตามแนวทางสากล องค์กรมีจุดอ่อนที่ไม่สามารถผลักดันโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวได้สำเร็จ คือ ด้านปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต โอกาสที่พบ คือ หน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุน เพื่อแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น กลยุทธ์ขององค์กร คือ กลยุทธ์เชิงพัฒนา โดยการขอความช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ในการป้องกันแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต และส่งบุคลากรเข้าอบรมพัฒนาให้มีความรู้ และทักษะในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกระบวนการผลิต

คำสำคัญ: โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว, การวิเคราะห์หาช่องว่าง (Gap Analysis), อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4

Abstract

This qualitative research aimed to study the development guideline for Green Industry Level 4 by using gap analysis method. The research methodology includes document review, observation, and interview with interested parties from government sector, public sector, and entrepreneurial employee for 40 persons. The methods for collecting qualitative data were analyzed by using triangulation of data analysis techniques, SWOT Analysis and TOWS Matrix to determine. Furthermore, the case study was compiled with the Green Industry Level 4 criteria of the Ministry of Industry. The result of evaluation illustrated that the company achieved Green Industry level 4 in 3 issues as follows 1) Organizational

Culture Process 2) Respect for the rule of law, and 3) Respect for international norms of behavior. However, the organization has a weakness point on the environmental production process issues. On the other hand, the opportunity from SWOT Analysis shows that government agencies would support the resolution of environmental issues. Therefore, the company strategic options that fit with the organization are the development strategies. These strategies show that the company needs supporting from government agencies for solving environmental pollution from production process and training staff to be competent with solving company issues.

Keywords: Green Industry Project, Gap Analysis, Green Industry Level 4

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลต่างๆ ที่เกิดขึ้นที่ประเทศใดประเทศหนึ่ง ก็สามารถแพร่กระจายออกเป็นวงกว้างและลุกลามกลายเป็นปัญหาระดับประเทศหรือปัญหาของโลกได้

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาการเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัญหามลพิษจากการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งประเทศไทยเน้นการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ทำให้ปัญหาดังกล่าวมีแนวโน้มที่ความรุนแรงเพิ่มขึ้น จากรายงานสถานการณ์มลพิษของประเทศไทยของกรมควบคุมมลพิษ ในปี พ.ศ. 2559 เห็นได้ว่าปริมาณกากของเสียอันตรายที่เกิดขึ้นทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 3.462 ล้านตัน ซึ่งเพิ่มขึ้น 0.017 ล้านตัน หรือร้อยละ 0.49 จากปี พ.ศ. 2558 โดยส่วนใหญ่เป็นของเสียจากภาคอุตสาหกรรม 2.8 ล้านตัน หรือร้อยละ 80 ของทั้งหมด ซึ่งสามารถจัดการได้แค่ 1.12 ล้านตัน หรือร้อยละ 40 เท่านั้น ส่วนคุณภาพน้ำ ในปี พ.ศ. 2559 พบว่า แหล่งกำเนิดน้ำเสียมีทั้งหมดประมาณ 31.3 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน ส่วนใหญ่มาจากภาคอุตสาหกรรม จำนวน 17.8 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 57 ของทั้งหมด ซึ่งสาเหตุของปัญหามลพิษทางน้ำ เกิดจากการระบายน้ำที่ไม่ได้รับการบำบัดก่อนลงสู่แหล่งน้ำ (กรมควบคุมมลพิษ, 2560) นอกจากนี้ปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของภาคอุตสาหกรรมจากการใช้ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ถ่านหิน และก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงในปี พ.ศ. 2559 มีแนวโน้มสูงขึ้น จำนวน 11.23, 35.07 และ 20.72 ล้านตัน เทียบเท่าคาร์บอนไดออกไซด์ ตามลำดับ (กระทรวงพลังงาน, 2560)

แนวทางการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยหลักการการเติบโตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Growth) จะเน้นแนวทางการพัฒนาที่มุ่งไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างยั่งยืน มีการส่งเสริมการผลิตและการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เน้นการปรับปรุงนโยบายการส่งเสริมการค้าและการลงทุนให้เอื้อต่อการเป็นศูนย์กลางการลงทุนในอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภูมิภาคอาเซียนและในต่างประเทศ มีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม โดยการส่งเสริมให้ภาคอุตสาหกรรมนำเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาดมาใช้ จัดทำการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment) คาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Eco-Labeling) และการออกแบบผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Design) ตลอดจนการส่งเสริมและผลักดันให้สถานประกอบการทุกขนาดได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry Mark) (กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2556)

กระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมมุ่งสู่อุตสาหกรรมที่ยั่งยืน (Sustainable development) โดยริเริ่มโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) ขึ้น เพื่อส่งเสริมและผลักดันให้ภาคอุตสาหกรรมมีการประกอบการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอุตสาหกรรมไทย ส่งผลให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในความปลอดภัยทั้งสภาพแวดล้อม สังคม และความมั่นคงทางเศรษฐกิจ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2556) โดยข้อมูลจากกระทรวงอุตสาหกรรมในปี 2558 จะเห็นได้ว่า โรงงานอุตสาหกรรมที่ผ่านการตรวจและได้รับรองอุตสาหกรรมสีเขียว มีจำนวนทั้งหมด 18,367 โรงงาน (ข้อมูลเดือนมิถุนายน 2558) ส่วนใหญ่ร้อยละ 80 ของสถานประกอบการนั้น จะได้รับการตรวจและรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 1 ความมุ่งมั่นสีเขียว (Green Commitment) และ 2 ปฏิบัติการสีเขียว (Green Commitment) เป้าหมายหลักของกระทรวงอุตสาหกรรมต้องการยกระดับอุตสาหกรรมเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3, 4 และ 5 ตามแผนแม่บทเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (ECO Industrial Town) เพื่อสร้างเมืองปลอดมลพิษ (Eco City) ให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ตลอดจนความสมดุลตามแนวทางเศรษฐกิจสีเขียวและยุทธศาสตร์ชาติ

การวิจัยครั้งนี้ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการยกระดับบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว ของ บริษัท ดับเบิลยู (1991) จำกัด (มหาชน) การศึกษานี้ เพื่อการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ของการดำเนินการด้านอุตสาหกรรมสีเขียวของบริษัทในปัจจุบัน เพื่อหาแนวทางปฏิบัติ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินการ ตลอดจนกลยุทธ์ขององค์กรในการดำเนินการ เพื่อให้บริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียวในระดับ 4

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ช่องว่างของการดำเนินการในการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

คำถามในการวิจัย

1. แนวทางปฏิบัติในการลดช่องว่างของการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 เป็นอย่างไร
2. กลยุทธ์ที่เหมาะสมขององค์กรเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 เป็นอย่างไร

คำจำกัดความ

อุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีการประกอบการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นในเรื่องการพัฒนา การปรับปรุง และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาคอุตสาหกรรมมีภาพลักษณ์ที่ดี ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม สามารถเพิ่มโอกาสทางธุรกิจโดยเน้นประเด็น “สีเขียว” ของกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ได้อีกด้วย

Corporate Social Responsibility: CSR หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ดับเบิลยู (1991) จำกัด (มหาชน) ในการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มาจากการดำเนินงานของบริษัทฯ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับผลประโยชน์และเสียผลประโยชน์จากกิจกรรมและการดำเนินงานของบริษัท ดับเบิลยู (1991) จำกัด (มหาชน)

ต้นกระดาศ หมายถึง ยูคาลิปตัสที่ผ่านการพัฒนาปรับปรุงสายพันธุ์ เพื่อเป็นทางเลือกในการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร

การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) หมายถึง การวิเคราะห์ช่องว่างหรือ Gap Analysis ทำขึ้นเพื่อให้รู้ว่างค์กรมีช่องว่างอะไรบ้างเมื่อเทียบกับมาตรฐานที่กำหนด เพื่อก้าวไปสู่การบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรต้องการต่อไปอย่างเป็นรูปธรรม ผลการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) จะนำมาเพื่อทำแผนดำเนินการ (Action Plan) เพื่อลดช่องว่างที่มีอยู่เพื่อก้าวสู่ระดับการบริหารที่ดีขึ้น (เมธา สุวรรณสาร, 2551)

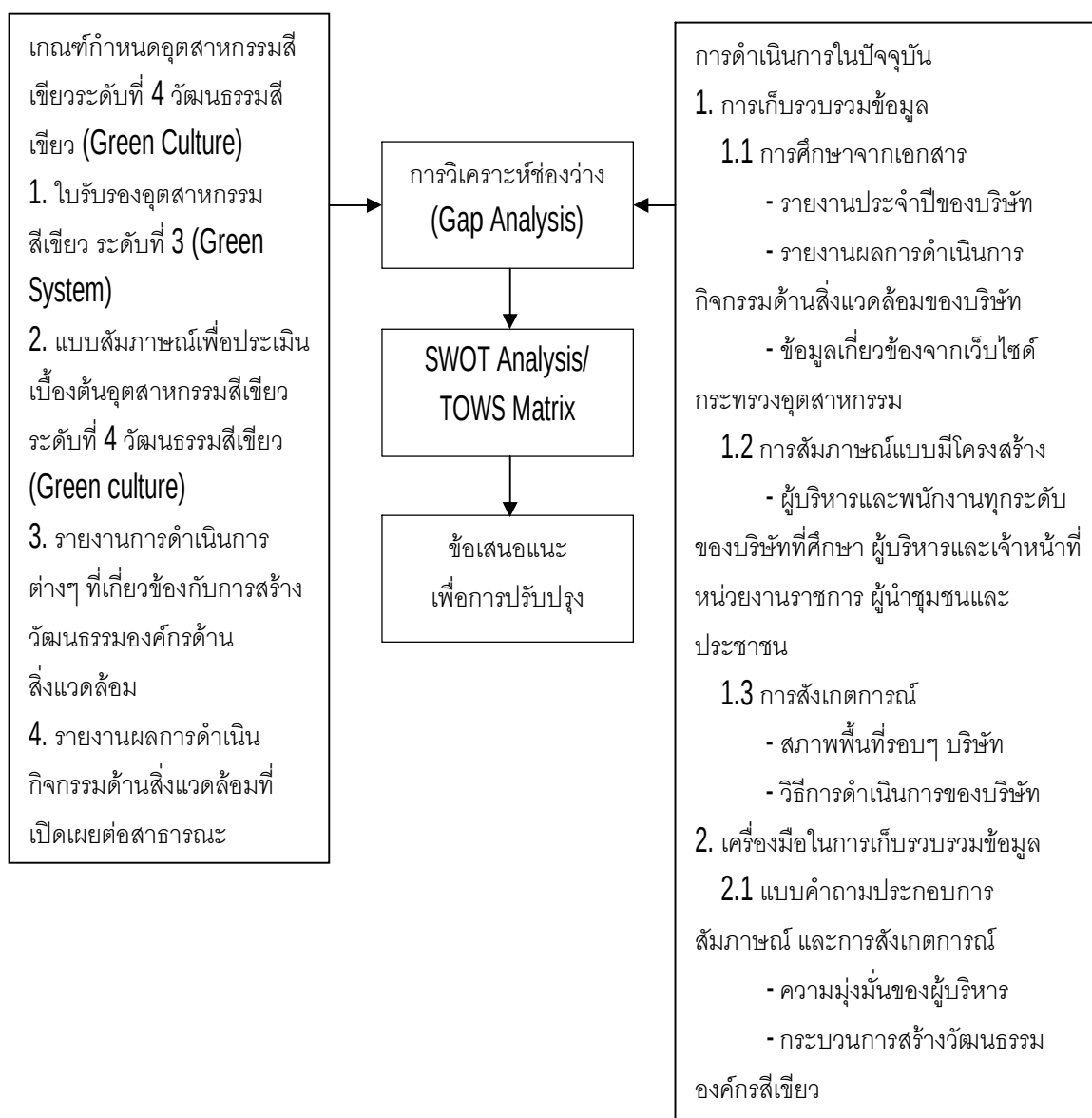
อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) หมายถึง การที่ทุกคนในองค์กรมีจิตสำนึก ร่วมกันในการสงวนและรักษาไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมที่ดีและให้ความร่วมมือร่วมใจในทุกด้านของการประกอบกิจการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและดำเนินการต่างๆ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร ทั้งนี้การที่ผลักดันบริษัทเข้าสู่ อุตสาหกรรมระดับที่ 4 ได้นั้น ต้องผ่านเกณฑ์กำหนดอุตสาหกรรมระดับ ที่ 1 2 และ 3 ตามลำดับ โดยลำดับที่ 1 คือ ความมุ่งมั่นสีเขียว (Green Commitment) เป็นการแสดงความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูงผ่านนโยบาย เป้าหมาย และแผนงานเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลำดับที่ 2 คือ ปฏิบัติการสีเขียว (Green Activity) เป็นการดำเนิน กิจกรรมตามแผนงานที่กำหนดไว้เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ ลำดับที่ 3 คือ ระบบสีเขียว (Green System) เป็นการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตามและทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาบริษัทสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 ของบริษัท ดับเบิล เอ (1991) จำกัด (มหาชน) จังหวัดปราจีนบุรี มีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

Luan, C.; Tien, C.; & Chen, W. (2016: 102-110) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกิจกรรม สีเขียวกับผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในไต้หวัน ผู้วิจัยพบว่าระดับของการลงทุน ทำงานวิจัยของบริษัทที่ล้มเหลวจะส่งผลกระทบต่อบริษัทเกี่ยวกับทางเลือกของกิจกรรมสีเขียว อย่างไรก็ตาม ระดับ ความเป็นสากลของบริษัท นั่นคือ บริษัทมีความเป็นสากลมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จะจ้างรับรองสีเขียว ท่ามกลางกิจกรรมเหล่านี้ในแง่ของผลกระทบของกิจกรรมสีเขียวจากผลการดำเนินงานของบริษัทนั้น บริษัทที่จ้าง กระบวนการสีเขียวสามารถทำงานได้ดีขึ้นตามมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2553) ได้ทฤษฎี GAP Analysis และโมเดล Performance-Importance Analysis มาประยุกต์ใช้ เพื่อวิเคราะห์ และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของท่าเรือ จำนวน 96 บริษัท และผู้ให้บริการด้าน สินค้า (บริษัทผู้นำเข้า-ส่งออกและบริษัทผู้รับจัดการขนส่งสินค้า) จำนวน 240 บริษัท สรุปได้ว่าความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการด้านเรือต่อ การให้บริการของท่าเรือที่ศึกษา มีค่าเท่ากับ 3.06 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินค้าใน การบริการที่ได้รับจากท่าเรือที่ศึกษา มีค่าเท่ากับ 3.07 และเมื่อหาค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยศึกษา จากจำนวน แบบสอบถามที่ตอบกลับในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง สามารถอธิบายได้ว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทั้งด้านเรือ และผู้ให้บริการด้านสินค้าต่อการให้บริการโดยรวมของท่าเรือกรุงเทพ มีค่าเท่ากับ 3.07 การศึกษาครั้งนี้ได้สำรวจและ วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อกิจกรรมการให้บริการด้านต่าง ๆ รวมทั้งยังได้จัดทำข้อเสนอแนะ เพื่อช่วยให้ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาดังกล่าวไปพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการ เพื่อ ยกกระดานท่าเรือกรณีศึกษาให้กลายเป็นท่าเรือระดับโลก



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับของบริษัท ดับเบิล เอ (1991) จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการ ผู้นำชุมชนและประชาชน รวมทั้งสิ้นจำนวน 40 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ใช้ในงานวิจัย คือ การศึกษาแนวทางการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 กรณีศึกษา บริษัท ดับเบิล เอ (1991) จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากเกณฑ์กำหนดอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในงานวิจัย
บริษัท ดับเบิล เอ (1991) จำกัด (มหาชน)

ชุมชนโดยรอบบริษัท ดับเบิล เอ (1991) จำกัด (มหาชน) คือ ชุมชนขยายไปซึ่งมีระยะทางห่างจากบริษัทที่ศึกษาประมาณ 855.29 เมตร และ หมู่บ้านเอื้ออาทร ท่าตูม ปราจีนบุรี ซึ่งมีระยะทางห่างจากบริษัทที่ศึกษาประมาณ 2.42 กิโลเมตร

หน่วยงานราชการในจังหวัดปราจีนบุรี คือ องค์การบริหารส่วนตำบลท่าตูม และ ศูนย์ดำรงธรรมอำเภอศรีมหาโพธิ์

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในงานวิจัย คือ ระยะเวลาในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มตั้งแต่เดือน มีนาคม 2559 ถึง เดือน มกราคม พ.ศ. 2560

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการดำเนินการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ มี 2 วิธี ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีพื้นฐานมาจากการทบทวนเอกสารทุติยภูมิและงานวิจัยเกี่ยวกับสภาพพื้นที่ศึกษา เอกสารการดำเนินการของบริษัทในปัจจุบัน เช่น เอกสารนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน คู่มือการปฏิบัติงานของพนักงาน เอกสารการประชุมทบทวนฝ่ายบริหารและอื่นๆ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับคู่มือและแนวทางปฏิบัติตามโครงการของรัฐ เช่น คู่มืออุตสาหกรรมสีเขียว เป็นต้น

2. การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยการสังเกตการณ์ในพื้นที่เพื่อศึกษาการดำเนินงานขององค์กรต่อหน่วยงานรัฐและท้องถิ่นและชุมชน พร้อมกับสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ได้แก่ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่น เป้าหมาย 3 แห่ง จำนวน 10 คน ผู้บริหารและพนักงานของสถานประกอบการ จำนวน 20 คน ผู้นำชุมชนและประชาชนบริเวณรอบสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง เป้าหมายทั้ง 3 แห่ง จำนวน 10 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงตาราง 1

ตาราง 1 กลุ่มตัวอย่างและรายละเอียดการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

หัวข้อสัมภาษณ์ กลุ่มสถานประกอบการ	หัวข้อสัมภาษณ์ กลุ่มภาครัฐและท้องถิ่น	หัวข้อสัมภาษณ์ กลุ่มชุมชน
1. ความมุ่งมั่นของผู้บริหาร	1. การสื่อสารนโยบาย	1. การสื่อสารนโยบาย
2. กระบวนการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร	2. กระบวนการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร	2. กระบวนการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร
3. ความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม	3. ความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม	3. ความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม
4. ความโปร่งใสในการดำเนินงาน	4. การรับรู้ข้อมูลในการดำเนินงานต่างๆ ของสถานประกอบการ	4. การรับรู้ข้อมูลในการดำเนินต่างๆ ของสถานประกอบการ
5. การปฏิบัติตามจริยธรรม	5. ข้อร้องเรียนและการแก้ไขปัญหาของสถานประกอบการและภาครัฐ	5. ข้อร้องเรียนต่อภาครัฐและท้องถิ่น

ตาราง 1 (ต่อ)

หัวข้อสัมภาษณ์ กลุ่มสถานประกอบการ	หัวข้อสัมภาษณ์ กลุ่มภาครัฐและท้องถิ่น	หัวข้อสัมภาษณ์ กลุ่มชุมชน
6. แนวทางการสร้างความเคารพ ต่อประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย	6. การปฏิบัติให้ถูกต้องตาม กฎหมายของสถานประกอบการ	6. ข้อร้องเรียนและการแก้ไขปัญหา ของสถานประกอบการ
7. การเคารพต่อหลักนิติธรรม	7. จุดแข็ง จุดอ่อน และ	7. การดำเนินกิจกรรมความ รับผิดชอบต่อสังคมของสถาน
8. การเคารพต่อการปฏิบัติตาม แนวทางสากล	ข้อเสนอแนะต่อสถาน ประกอบการ	ประกอบการ
9. การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน เกี่ยวกับการประภาสจรรยาบรรณ ทางธุรกิจและข้อบังคับเกี่ยวกับ การทำงาน		8. จุดแข็ง จุดอ่อน และข้อเสนอแนะ ต่อสถานประกอบการ
10. ผลงานและวิธีการเผยแพร่ กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม		
10.1 จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและ อุปสรรคของการดำเนินงาน		

การวิเคราะห์ข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ มาวิเคราะห์ร่วมกับเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ ข้อมูลรายงานประจำปีของสถานประกอบการ ข้อมูลการดำเนินงานของสถานประกอบการจากผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่น ข้อมูลการดำเนินงานของสถานประกอบการจากผู้นำชุมชน และประชาชน หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาเทียบกับเกณฑ์กำหนดอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว เพื่อให้ทราบผลการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ขององค์กรตามเกณฑ์กำหนดฯ ทั้งหมด 10 ประเด็น พร้อมทั้งนำข้อมูลในส่วนที่เป็นจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคจากการสัมภาษณ์ทั้ง 3 กลุ่ม มาวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis และ TOWS Matrix ตามลำดับ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดย วรณี แกมเกตุ (2551) ใช้เทคนิคสามเส้า (Triangulation) ด้านข้อมูล (Data Triangulation) ดำเนินการควบคู่กับการตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) ตลอดจนการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีเรียบเรียงรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยการใช้วิธีการสังเกตควบคู่ไปกับการซักถาม พร้อมกับศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ในการดำเนินงานตามเกณฑ์กำหนดอุตสาหกรรมระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว มี 10 ประเด็น ดังนี้

1. ด้านความมุ่งมั่นของผู้บริหาร

ในด้านความมุ่งมั่นของผู้บริหาร (นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม) บริษัทมีนโยบายด้านคุณภาพ สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และพลังงาน ที่สอดคล้องกับมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) เพื่อแสดงความมุ่งมั่นในการรักษาสภาพแวดล้อมให้ยั่งยืน ใส่ใจในความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงานและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน มีการสื่อสารให้พนักงานทุกคนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรได้รับทราบ และจัดให้มีกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมทุกๆ ปี เพื่อส่งเสริมจริยธรรมด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทให้บุคลากรภายนอกได้รับทราบ และเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันวัฒนธรรมองค์กรเข้าสู่วัฒนธรรมองค์กรสีเขียว ผู้บริหารให้การสนับสนุนด้านข้อมูล การจัดสรรทรัพยากร บุคลากร งบประมาณ เวลาในการทำงาน การฝึกอบรมในสร้างความตระหนักในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม แต่อย่างไรก็ตาม ช่องว่างที่พบคือ ช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง เนื่องจาก ไม่พบการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการเปิดเผยข้อมูลผลการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทเพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูง เป็นเหตุให้ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นไม่ทราบนโยบายและการขับเคลื่อนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท

2. ด้านกระบวนการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้ปฏิบัติตามเกณฑ์กำหนดด้านกระบวนการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม คือ องค์กรได้กำหนดให้มีนโยบายด้านคุณภาพ สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และพลังงาน ข้อกำหนดมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) และตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเชื่อและพฤติกรรมร่วมกันในการผลักดันวัฒนธรรมองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร มีระเบียบปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมเป็นหลักสูตรความจำเป็นในการฝึกอบรมสำหรับพนักงานทุกคน เช่น หลักสูตรการปลูกจิตสำนึกและลดการก่อให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม การอบรมหลักสูตรมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 การอบรมผู้ปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อม และอื่นๆ ทั้งนี้ องค์กรได้จัดกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (CSR) ทุกปี และกำหนดให้มีขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Work Instruction) การสื่อสารผลงานด้านสิ่งแวดล้อมแก่พนักงานในองค์กร ชุมชน และ ผู้เยี่ยมชมโรงงาน (ข้าราชการ นักเรียน NGO นักลงทุนและอื่น ๆ) เพื่อแสดงออกถึงค่านิยม ด้านสิ่งแวดล้อมภายในของบริษัทฯ ให้บุคลากรภายนอกได้รับทราบ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่น ชุมชนได้มีโอกาสเข้าไปเยี่ยมชมกระบวนการผลิตเยื่อกระดาษและเข้าร่วมกิจกรรมปลูกต้นไม้ ลดโลกร้อนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีแนวทางปฏิบัติ การตรวจประเมินภายใน (Internal Audit) อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และการทบทวนฝ่ายบริหารเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อประเมินความคงอยู่ของวัฒนธรรมองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

3. ด้านความรับผิดชอบ (Accountability)

ด้านความรับผิดชอบนั้น บริษัทที่ศึกษาได้กำหนดให้มีขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Procedure) การประเมินค่านัยสำคัญของลักษณะปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และผลกระทบสิ่งแวดล้อม โดยปัญหาที่พบจากการประเมินผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมขององค์กร คือ ปัญหามลพิษทางกลิ่น มลพิษทางอากาศ และมลพิษทางน้ำ พร้อมทั้งจัดหามาตรการเยียวยาหรือฟื้นฟู เพื่อป้องกัน ไม่ให้ปัญหาและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการปรับปรุงดังกล่าวเกิดขึ้นซ้ำ ๆ โดยการกำหนดวิธีปฏิบัติงาน (WI) เกี่ยวกับวิธีการควบคุมก๊าซและฝุ่นละอองภายในโรงงานผลิตเยื่อกระดาษ และกำหนดให้มีการวิธีปฏิบัติงาน (WI) การป้องกันและระงับอัคคีภัย และข้อปฏิบัติและขั้นตอนในการระงับเหตุ กรณีสารเคมี น้ำมัน ก๊าซของเสียจากการผลิต น้ำทิ้งจากระบบ น้ำเสียจากกระบวนการใดๆ ในโรงงาน รั่วไหลปนเปื้อนสู่ทางระบายน้ำฝน ตลอดจนกำหนดให้มีการซ่อมแผนฉุกเฉิน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ทั้งนี้

บริษัทที่ศึกษามีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาด คือ บริษัท ได้กำหนดให้มีโครงการปลูกต้นไม้บนคันนา ซึ่งเป็นการตลาดทางสังคม โครงการนี้จะส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้จากการนำต้นไม้ไปปลูกบริเวณแนวคันนา และต้นคันนายังช่วยดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ได้อีกด้วย จากโครงการดังกล่าว ถ้ามีผลกระทบเกิดขึ้นจากการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาด ทางบริษัทจะมีมาตรการป้องกัน คือ การกำหนดเป็นขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Procedure) การประเมินความสำคัญของลักษณะปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และผลกระทบสิ่งแวดล้อม พร้อมกับการประชุมผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงาน (Management of Change) แต่อย่างไรก็ตาม ช่องว่างที่พบ คือ ไม่พบรายงานประเมินปัญหาสิ่งแวดล้อม และการจัดการความเสี่ยงเกี่ยวกับโครงการปลูกต้นไม้บนคันนา และรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบจากการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ พร้อมทั้งมาตรการป้องกันผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตด้วยเหตุนี้ องค์กรควรจัดทำรายงานนี้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าโครงการดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ

4. ด้านความโปร่งใส (Transparency)

บริษัทที่ศึกษามีการชี้แจงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละภาคส่วน คือ ผู้ถือหุ้น พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า คู่แข่ง เจ้าหนี้ ชุมชน และภาครัฐ และได้กำหนดช่องทางในการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยให้มีวิธีปฏิบัติงาน (WI) การสื่อสารผลงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยการเปิดเผยข้อมูลการตัดสินใจและการดำเนินการผ่านทางรายงานประจำปี โครงการเปิดบ้าน และเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทรับทราบและสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ในทุกๆ ปี นอกจากนี้ องค์กรได้กำหนดปัญหาสิ่งแวดล้อมหลักซึ่งมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ ปัญหามลพิษทางกลิ่น และปัญหาภาวะฉุกเฉิน คือ ภาวะฉุกเฉินจากเหตุเพลิงไหม้ และสารเคมีหกรั่วไหล พร้อมทั้งจัดให้มีแผนการเตรียมการภาวะฉุกเฉินและฝึกซ้อมแผนฯ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และมีการตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการทำงานประจำปี รายงานคุณภาพสิ่งแวดล้อมประจำวัน (Daily report) สรุปผลคุณภาพสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยทุก ๆ เดือน แต่อย่างไรก็ตาม ช่องว่างที่พบ คือ พบข้อร้องเรียนปัญหามลพิษทางกลิ่นจากการสอบถามหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่น และไม่พบการเผยแพร่แผนการจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นต่อชุมชน ทั้งนี้ องค์กรมีการตรวจสอบสภาพแวดล้อมประจำปี มีรายงานผลการดำเนินงาน CSR-DIW Reporting เรื่องการดำเนินงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย แต่ไม่ได้มีการรายงานผลดังกล่าวให้ชุมชนรับทราบ

5. ด้านการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical behavior)

บริษัทที่ศึกษามีการกำหนดโครงสร้างการบริหาร ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร โดยกำหนดโครงสร้างองค์กรไว้ในรายงานประจำปี ทั้งนี้ได้จัดทำเอกสารที่แสดงถึงขอบเขตความรับผิดชอบในตำแหน่งงาน โดยกำหนดให้เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยรับผิดชอบงานด้านความปลอดภัย เจ้าหน้าที่สิ่งแวดล้อมและเจ้าหน้าที่ควบคุมเอกสารมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านสิ่งแวดล้อม ตรวจประเมินภายในอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ติดตามการแก้ไขข้อบกพร่อง และแก้ไขข้อร้องเรียนที่ไม่เป็นธรรม ส่วนตัวแทนฝ่ายบริหาร (Management Representative) จะทบทวนการดำเนินการของระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระบบการจัดการ ISO อื่นๆ ของบริษัท เพื่อดำเนินการให้สอดคล้องกับระบบมาตรฐานสากลที่บริษัทขอการรับรอง นอกจากนี้ องค์กรไม่มีปัญหาทับซ้อนแต่อย่างใด และได้จัดทำแบบจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม มีการเปิดเผยข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ผ่านทางรายงานประจำปี และแบบรายงาน 56-1 เพื่อแก้ไขความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้น ถ้าหากพบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาหรือผลประโยชน์ทับซ้อน

จะมีการติดตามตรวจสอบโดยคณะกรรมการตรวจสอบ ตลอดจนการทบทวนฝ่ายบริหาร แต่อย่างไรก็ตาม ช่องว่างที่พบ คือ ฝ่ายโครงสร้างองค์กรที่เปิดเผยต่อสาธารณชนยังไม่ชัดเจน ควรจะมีการระบุหน่วยงานย่อยและตำแหน่งต่างๆ ให้ครบถ้วน ไม่มีการเผยแพร่คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการด้านคุณภาพ สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และพลังงาน ไม่พบรายงานผลการดำเนินการ CSR-DIW reporting วาระและผลการประชุมทบทวนฝ่ายบริหาร นอกจากนี้ควรจะมีหนังสือยืนยันจากหน่วยงานท้องถิ่นหรืออุตสาหกรรมจังหวัด ว่าไม่มีข้อร้องเรียนของบริษัทให้บุคลากรภายนอกรับทราบ เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทได้ปฏิบัติตามมาตรฐานแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ด้านการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical behavior) และไม่มีปัญหา หรือผลประโยชน์ทับซ้อนที่นำไปสู่การปฏิบัติอย่างไม่มีจริยธรรมด้านสิ่งแวดล้อม

6. ด้านการเคารพต่อประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for stakeholder interests)

บริษัทมีแนวทางปฏิบัติเพื่อสร้างความเคารพ พิจารณา และตอบสนองต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม โดยการกำหนดและระบุแนวทางในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไว้ในรายงานประจำปี ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดให้ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท คือ จำนวนข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้รับ และมีการสรุปผลข้อร้องเรียนไว้ในรายงานการประชุมทบทวนฝ่ายบริหาร แต่อย่างไรก็ตาม ช่องว่างที่พบ คือ ไม่มีการกำหนดนโยบายการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ พร้อมลายเซ็นของผู้มีอำนาจสูงสุดขององค์กรในการดำเนินงานขององค์กร อีกทั้งไม่มีการประเมินผลประโยชน์และผลกระทบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้องค์กรควรจะมีการเผยแพร่วาระและผลการประชุมเกี่ยวกับตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม ข้อร้องเรียน พร้อมกับชี้แจงมาตรการติดตามตรวจสอบข้อร้องเรียนในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมให้สาธารณะชนรับทราบ

7. ด้านการเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the rule of law)

บริษัทได้ปฏิบัติตามการเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the rule of law) ตามเกณฑ์กำหนดอย่างครบถ้วน คือ บริษัทมีการชี้แจง รวบรวมกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดให้มีขั้นตอนการปฏิบัติงาน กฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และจัดให้ทบทวนและอัปเดตกฎหมายเดือนละ 1 ครั้ง โดยเจ้าหน้าที่ควบคุมระบบเอกสาร ISO และเจ้าหน้าที่สิ่งแวดล้อม ตลอดจนการสื่อสารกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆ ผ่านการอบรมหลักสูตรความจำเป็น (Training Needs) นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นองค์กร พบว่า องค์กรได้จัดส่งรายงานผลการติดตามตรวจสอบคุณภาพสิ่งแวดล้อมตรงต่อเวลา โดยค่ามาตรฐานส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ซึ่งแสดงว่า บริษัทได้ปฏิบัติตามหลักนิติธรรม

8. ด้านการเคารพต่อการปฏิบัติตามแนวทางสากล (Respect for international norms of behavior)

บริษัทได้ปฏิบัติตามแนวทางสากล (Respect for international norms of behavior) ตามเกณฑ์กำหนดอย่างครบถ้วน คือ บริษัทได้นำมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) ซึ่งเป็นแนวทางสากลมาปฏิบัติใช้ และยังได้รับประกาศนียบัตรการรับรองขึ้นทะเบียนฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร เนื่องจากการปลูกต้นไม้บนคันนาสามารถดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 6.7 ล้านตันต่อปี อีกทั้งยังช่วยลดโลกร้อนได้อีกด้วย ซึ่งแสดงว่าบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามแนวทางสากล ทั้งนี้ บริษัทได้จัดทำโครงการการจัดการพลังงาน มาดำเนินการควบคู่ไปกับการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการปรับเปลี่ยนหลอดไฟแสงสว่างเป็นหลอด LED เป็นต้น นอกจากนี้ องค์กรมีแนวทางในการผลักดันให้บุคลากรปฏิบัติตาม โดยการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (WI) การตรวจประเมินภายใน โดยทุกแผนจะต้องให้ความร่วมมือในการตรวจประเมิน และมีการรายงานผลการตรวจประเมิน และทบทวนการดำเนินการในการประชุมทบทวนฝ่ายบริหาร แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ควรปรับเปลี่ยนระบบการจัด

การสิ่งแวดล้อมให้มีความทันสมัย (ISO 14001: 2015) สอดคล้องกับบริบทขององค์กร พร้อมทั้งจัดทำทะเบียนกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อสะดวกในการติดตามกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆ รวมถึงแนวทางสากลด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน

9. ด้านการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for human rights)

องค์กรมีจรรยาบรรณธุรกิจ และ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นแนวทางปฏิบัติในการเคารพต่อสิทธิมนุษยชนในด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี และให้การยอมรับถึงความสำคัญและความเป็นสากลของสิทธิมนุษยชนในด้านสิ่งแวดล้อม แต่อย่างไรก็ตาม ช่องว่างที่พบ คือ องค์กรไม่มีนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนเพื่อกำหนดแนวทางในการดำเนินการของผู้บริหารสำหรับการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน และไม่ได้เผยแพร่นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมให้สาธารณชนรับทราบ อีกทั้ง ในการแก้ไขปัญหาจากการเรียกร้องความเป็นธรรมไม่พบภาพเสียงตามสายของผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วม

10. ด้านผลงานและการเผยแพร่กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม

องค์กรมีการรายงานผลการดำเนินงานของธุรกิจผ่านทางรายงานประจำปี และเว็บไซต์ของบริษัท แต่อย่างไรก็ตาม ช่องว่างที่พบ คือ ช่องทางการสื่อสารยังไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจาก ชุมชนไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศได้ ดังนั้น บริษัทควรจะเชิญชุมชนข้างเคียงเข้าร่วมประชุมรับฟังการรายงานผลการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม โดยในประชุมดังกล่าวควรมีการประกาศนโยบายต่างๆ เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นของผู้บริหาร รายงานความยั่งยืนประจำปี ผลการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม และรายงานสรุปผลโครงการด้านสิ่งแวดล้อมให้สาธารณชนรับทราบด้วย

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์และข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว

การใช้ SWOT Analysis เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว ประกอบด้วยปัจจัยภายใน คือ จุดแข็ง (Strengths) และ จุดอ่อน (Weaknesses) ส่วนปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats)

การใช้ TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่มีผลต่อการพัฒนาบริษัท ประกอบด้วย กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO) กลยุทธ์ป้องกัน (ST) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT) ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 การวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix

	ปัจจัยภายใน	
	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ปัจจัยภายใน	1. ความมุ่งมั่นของผู้บริหาร	1. ขาดบุคลากรไม่มีความรู้ความ
	2. การติดตามตรวจสอบทบทวน	สามารถ
	คุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็นประจำ	2. โครงสร้างองค์กรไม่ชัดเจน
	3. บุคลากรเพียงพอ	3. นโยบายไม่ทันสมัย
ปัจจัยภายนอก	4. นโยบายและทิศทางการบริหาร	4. ไม่ทราบงบประมาณการลงทุนด้าน
	สอดคล้องกับกฎหมายสิ่งแวดล้อม	สิ่งแวดล้อม

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
	5. วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือมีความทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 6. การดำเนินการและได้รับใบรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม	5. ช่องทางการสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ 6. ลักษณะปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต
โอกาส (Opportunities)	กลยุทธ์เชิงรุก	กลยุทธ์เชิงพัฒนา
1. ผู้นำชุมชนเป็นตัวแทนประชาชนในการดูแลปัญหาสีเขียว 2. หน่วยงานภาครัฐ เข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนโครงการฯ 3. กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี จะมุ่งสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ 4. ภาครัฐมีช่องทางการสื่อสารหลายช่องทางในการเข้าถึงข้อมูล	1. สมัครเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว (S1, O2) 2. แต่งตั้งผู้รับผิดชอบโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว (S1, S6, O3) 3. อบรมบุคลากรให้มีความรู้ (S3, O2, O4) 4. จัดเวทีชุมชนเพื่อผลักดันโครงการ (S2, O1)	1. ปรึกษาขอความช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและท้องถิ่นในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต (W1, W3, W4, W5, W6, O2) 2. ส่งบุคลากรเข้าอบรมพัฒนาให้มีความรู้และทักษะในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต (W1, O2) 3. จัดตั้งตัวแทนชุมชน เป็นคนกลางในการสื่อสารกับชุมชน (W5, O1)
อุปสรรค (Threats)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน	กลยุทธ์เชิงรับ
1. พื้นที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน 2. ชุมชนไม่ให้ความร่วมมือ 3. ชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม 4. ชุมชนไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ 5. ผลกระทบจากเศรษฐกิจผันผวนมีผลต่องบประมาณของภาครัฐและสถานประกอบการ	1. การจัดสรรงบประมาณสำรองให้เพียงพอต่อการดำเนินการโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว (S1, T5) 2. การวางแผนการดำเนินการในการผลักดันโครงการฯ (S6, S2, T5) 3. การลงพื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมสานสัมพันธ์กับชุมชน (S2, S3, T2, T3, T4) 4. จัดกิจกรรมเยี่ยมโรงงานเพื่อให้ความรู้แก่ชุมชน (S5, T2, T3)	1. ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาในการอบรมให้ความรู้แก่ชุมชน (W1, W5, T2, T3, T4) 2. การจัดสรรงบประมาณสำรอง (W4, T5) 3. เสริมสร้างความเข้าใจกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการผลักดันโครงการฯ (W6, T2, T3)

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4: กรณีศึกษา บริษัท ดับเบิลยู (1991) จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยมีข้อค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานตามเกณฑ์กำหนดอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว เพื่อเป็นแนวทางในการลดช่องว่างการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของ กระทรวงอุตสาหกรรม (2558) สามารถอธิบายว่า ในการผลักดันบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) นั้น องค์กรได้นำมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001: 2004) การดำเนินการอนุรักษ์พลังงานตามกฎหมาย และ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) มาประยุกต์ใช้ให้บรรลุผลตามเกณฑ์กำหนด อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในการสร้างวัฒนธรรมสีเขียวขององค์กร ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์ ช่องว่างการดำเนินงานขององค์กรตามเกณฑ์กำหนดอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 ซึ่งมีทั้งหมด 10 ประเด็น สามารถสรุปผลได้ว่า องค์กรได้ปฏิบัติตามเกณฑ์กำหนดอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 ด้านกระบวนการสร้างวัฒนธรรม องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการเคารพต่อหลักนิติธรรม (Respect for the rule of law) และด้านการเคารพต่อการ ปฏิบัติตามแนวทางสากล (Respect for international norms of behavior) อย่างครบถ้วน รวมทั้งหมด 3 ประเด็น และในอีก 7 ประเด็นนั้น องค์กรต้องจัดทำแผนปฏิบัติงานเพิ่มเติม (Action Plan) เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการลด ช่องว่าง ก้าวไปสู่การดำเนินงานตามเกณฑ์กำหนดอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว ดังนี้

1.1 ด้านความมุ่งมั่นของผู้บริหาร ควรจัดทำแผนปฏิบัติงานเพิ่มเติม (Action Plan) คือ แผนพัฒนาช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ มีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับคำสั่ง แต่งตั้งคณะทำงาน และการเปิดเผยข้อมูลงบประมาณด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูง ซึ่ง สอดคล้องกับทฤษฎีของ เนตรพัฒนา ยาวีราช (2553) เกี่ยวกับบทบาทของผู้บริหารเชิงวิสัยทัศน์

1.2 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Accountability) ควรจัดทำแผนปฏิบัติงานเพิ่มเติม (Action Plan) คือ การจัดทाराายงานประเมินปัญหาสิ่งแวดล้อมและการจัดการความเสี่ยงไว้ในรายงานการวิเคราะห์ ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ขององค์กรพร้อมทั้งกำหนดแผนการป้องกันผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นใน อนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของกระทรวงอุตสาหกรรม (2558) เกี่ยวกับผลกระทบจากการตัดสินใจและ การดำเนินการเพื่อป้องกันผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจ

1.3 ด้านความโปร่งใส (Transparency) ควรจัดทำแผนปฏิบัติงานเพิ่มเติม (Action Plan) คือ แผนพัฒนาช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ โดยมีการเผยแพร่แผนการจัดการ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นต่อชุมชน รายงานผลการดำเนินงาน CSR-DIW Reporting เรื่องการดำเนินงาน ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผลการดำเนินงานฝ่ายสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยให้สาธารณชนรับทราบ ซึ่ง สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของกระทรวงอุตสาหกรรม (2558) เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลอย่างชัดเจน และถูกต้อง

1.4 ด้านการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (Ethical behavior) สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของ กระทรวงอุตสาหกรรม (2558) คือ ควรจัดทำแผนปฏิบัติงานเพิ่มเติม (Action Plan) กำหนดให้มีโครงสร้างองค์กรที่ เปิดเผยต่อสาธารณชนให้ชัดเจนและครบถ้วน มีการเผยแพร่คำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน รายงานผลการดำเนินการ CSR-DIW reporting เรื่องวาระ และผลการประชุมทบทวนฝ่ายบริหาร ตลอดจนมีหนังสือยืนยันจากหน่วยงาน ท้องถิ่นหรืออุตสาหกรรมจังหวัด ว่าไม่มีข้อร้องเรียนของบริษัทให้บุคลากรภายนอกรับทราบ

1.5 ด้านการเคารพต่อประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Respect for stakeholder interests)

ควรจัดทำแผนปฏิบัติงานเพิ่มเติม (Action Plan) คือ กำหนดให้มียุทธศาสตร์การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ พร้อมลายเซ็นของผู้มีอำนาจสูงสุดขององค์กร และมีการประเมินผลประโยชน์และผลกระทบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการเผยแพร่และผลการประชุมเกี่ยวกับตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม ชีวจริยธรรม พร้อมกับชี้แจงมาตรการติดตาม ตรวจสอบข้อร้องเรียนในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมให้สาธารณชนรับทราบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของกระทรวงอุตสาหกรรม (2558) เกี่ยวกับการเคารพ พิจารณา และตอบสนองต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย ด้านประเด็นสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย

1.6 ด้านการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน (Respect for human rights)

ควรจัดทำแผนปฏิบัติงานเพิ่มเติม (Action Plan) คือ กำหนดให้มียุทธศาสตร์ด้านสิทธิมนุษยชนพร้อมลายเซ็นของผู้มีอำนาจสูงสุดขององค์กร และในการแก้ไขปัญหาจากการเรียกร้องความเป็นธรรมหรือข้อร้องเรียน ควรจะมีภาพเสียงตามสายของผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของกระทรวงอุตสาหกรรม (2558) เกี่ยวกับการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน และให้การยอมรับถึงความสำคัญ และความเป็นสากลของสิทธิมนุษยชนในด้านสิ่งแวดล้อม

1.7 ด้านผลงานและการเผยแพร่กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม ควรจัดทำแผนปฏิบัติงานเพิ่มเติม

(Action Plan) คือ แผนพัฒนาช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ โดยมีการเผยแพร่รายงานผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมพร้อมสรุปผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ให้สาธารณชนรับทราบ อีกทั้งจัดทำรายงานข้อมูล SD Report ประจำปีพร้อมทั้งกำหนดตัวเลือกเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว ซึ่งตรงกับทฤษฎีของ ปราณี พันธุมสินชัย (2541) เกี่ยวกับการสื่อสารข้อมูลว่า องค์กรต้องจัดทำและรักษาสำหรับการสื่อสาร โดยต้องมีการสื่อสารข้อมูลภายในองค์กร และต้องมีการรับ และการตอบการสื่อสารจากกลุ่มผู้สนใจภายนอก

2. กลยุทธ์และข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานขององค์กรในการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) โดยสามารถอธิบายและจำแนกได้ดังต่อไปนี้

2.1 กลยุทธ์และข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานของบริษัทที่ศึกษา คือ บริษัทที่ศึกษาควรจะ

นำกลยุทธ์เชิงรุก (SO) คือ การสมัครเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวไปปฏิบัติ เนื่องจาก ผู้บริหารมีความมุ่งมั่น อีกทั้งมียุทธศาสตร์และแนวทางการบริหารที่สอดคล้องกับกฎหมายและสามารถผลักดันบริษัทเข้าสู่โครงการอุตสาหกรรมสีเขียวซึ่งกระทรวงอุตสาหกรรมได้สนับสนุนโครงการฯ ทั้งให้คำปรึกษาเชิงลึก การอบรมบุคลากรให้มีความรู้ ตลอดจนสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับ

2.2 กลยุทธ์และข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานของบริษัทต่อภาครัฐและท้องถิ่น คือ บริษัท

ที่ศึกษาควรจะนำกลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO) ไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานต่อภาครัฐและท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ โดยการปรึกษาขอความช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและท้องถิ่นในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม จากกระบวนการผลิต พร้อมทั้งส่งบุคลากรเข้าอบรมพัฒนาให้มีความรู้และทักษะในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม จากกระบวนการผลิต เนื่องจาก ปัญหามลพิษทางอากาศและกลิ่นเป็นประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการขององค์กร ส่งผลต่อการเกิดข้อร้องเรียน ซึ่งมีผลกระทบต่อตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ และการผลักดันบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียวของบริษัท

2.3 กลยุทธ์และข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานของบริษัทต่อภาคประชาชน คือ บริษัทที่

ศึกษาควรนำกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) การลงพื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมสานสัมพันธ์กับชุมชน ไปปฏิบัติด้วยความสนใจ

เพื่อร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมให้เข้มแข็งและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังช่วยเพิ่มช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ต่อชุมชนให้มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ชุมชนมีความรู้และมีวิธีปรับตัวต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมขององค์กร ความเข้าใจ จิตสำนึก และทัศนคติที่ดีต่อโรงงานอุตสาหกรรม

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. เป็นแนวทางปฏิบัติในการพัฒนาบริษัทให้สอดคล้องกับเกณฑ์กำหนดอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยภายในและภายนอกของบริษัทเป็นอย่างไร และมีกลยุทธ์อะไรบ้างที่ทำให้เกิดการพัฒนาองค์กรตามโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture)

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green culture) เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเงิน เทคโนโลยี ความรู้ ทัศนคติ และอื่นๆ
2. ควรศึกษาการติดตามและประเมินผลการพัฒนาบริษัทเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 หลังจากได้รับการรับรอง

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมมลพิษ. (2560). รายงานสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย พ. ศ. 2559. จาก http://www.pcd.go.th/public/Publications/print_report.cfm?task=pcdreport-59final.

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2556). จากนโยบายสู่การปฏิบัติและก้าวของการพัฒนาสู่อุตสาหกรรมเชิงนิเวศจากปี 2551-2556. จาก <http://iei.or.th/media/file/AM-281013-MONRE.pdf>.

กระทรวงพลังงาน. (2560). การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์แยกรายชนิดเชื้อเพลิง และรายสาขาเศรษฐกิจ. จาก http://www.pcd.go.th/public/Publicationsprint_report.cfm?task=pcdreport59%0Afinal%0A.

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2558). โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว. จาก <http://greenindustry.diw.go.th/factorylist.php?lang=th>.

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2553). การประยุกต์ทฤษฎีความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้า (Gap Analysis) กับการสำรวจ ความพึงพอใจผู้ใช้บริการของท่าเรือกรุงเทพฯ. วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์.

เนตรพัฒนา ยาวีราช . (2553). Modern Management การจัดการสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.

ปราณี พันธมสินชัย. (2541). ISO 14000: มาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมและกฎหมายสิ่งแวดล้อมไทยสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เมธา สุวรรณสาร. (2551). แนวทางการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ด้านการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Management) บางมุมมอง. จาก http://www.tisa.or.th/articles/metha/Gap_Analysis_ITM_part_1.pdf.

วรรณิ์ แกมเกตุ. (2551). วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Luan, C.; Tien, C.; & Chen, W. (2016). Which “green” is better? An empirical study of the impact of green activities on firm performance. *Asia Pacific Management Review*. 102–110.

NBUS034: แนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย MANAGEMENT GUIDANCE FOR THE PRISON ESCAPE PROBLEM IN THAILAND

ว่าที่ร้อยตรี นิติชัย นิยมวัน¹ รศ.ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์²

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งจากผลการวิจัย เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์ในการควบคุมผู้ต้องขังรายสำคัญ คดี ยาเสพติดให้โทษ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย และ 2) นำเสนอแนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย ซึ่งได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีภูมิเอกสาร รายงานประจำปี เรื่อง ระดับความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดหลบหนีจากที่คุมขัง กรมราชทัณฑ์ ในระหว่างปี พ.ศ. 2557-2559

ผลการวิจัย พบว่า การหลบหนีของผู้ต้องขังส่วนใหญ่ เป็นการหลบหนีจากภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน ผู้ต้องขังที่หลบหนีส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ประเภทผู้ต้องขังเด็ดขาด คดี พ.ร.บ.ยาเสพติดให้โทษ ส่วนมากหลบหนีในช่วงเวลาระหว่าง 12.01-18.00 น. ซึ่งส่วนใหญ่สามารถจับกุมตัวกลับมาได้ สำหรับแนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทยในเชิงนโยบายที่สำคัญ ได้แก่ การลดจำนวนผู้ต้องขังเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุม การติดเอนกการกักขังสนับสนุนให้แก่หน่วยงานภายนอก (การรักษาพยาบาล การพัฒนาอาชีพ) การเพิ่มอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ การพัฒนาเทคโนโลยีในการควบคุมผู้ต้องขังขณะออกภายนอกเรือนจำ การกำหนดมาตรฐาน/คุณลักษณะเฉพาะของเจ้าหน้าที่ผู้ควบคุมผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำ การศึกษาสภาพและกำหนดเขตพื้นที่การทำงานภายนอกเรือนจำ แนวทางในด้านการจัดการ ได้แก่ การคัดเลือกเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่ควบคุมผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำ การพัฒนาระบบการจำแนกผู้ต้องขังให้สามารถวิเคราะห์ความเสี่ยงในการหลบหนีของผู้ต้องขัง การพัฒนาระบบในการคัดกรองผู้ต้องขังที่จะออกภายนอกเรือนจำในกรณีต่างๆ การพัฒนาระบบในการตรวจสอบและกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารที่ผู้ต้องขังจะได้รับจากบุคคลภายนอก การพัฒนาระบบการดำเนินการควบคุมผู้ต้องขังโดยเฉพาะการควบคุมผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำ การตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงของเรือนจำ การทำข้อตกลงกับโรงพยาบาลให้มีห้องแยกการควบคุมสำหรับผู้ต้องขังป่วยโดยเฉพาะ การจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันอยู่เสมอโดยต้องให้ความสำคัญกับการหลบหนีภายนอกเป็นสำคัญ การสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานควบคุมภายนอกเรือนจำ

คำสำคัญ: การหลบหนีของผู้ต้องขัง การควบคุมผู้ต้องขัง การจัดการปัญหา

Abstract

This article is the partial results from the research, “The Development Of Strategies On Controlling High-Profile Illegal For Drugs Prisoners”, aims to 1) to study conditions of the prison escape problem in Thailand, 2) to present the management guidance for the prison escape problem in Thailand. The data

was analysis by corrected the secondary data from Department of Correctional Annual Report 2014-2016.

The research was found that most of the prison escape is the escape from outside prison, male, convicted prisoners, offences relating to Narcotics under Narcotics Act. Escape duration is between 12.01 PM.-06.00 PM. and can be arrested. The Important policy of management guidance for the prison escape problem is reducing the number of prisoners, mission transfer to another agency (medical treatment, career development), increase staffing rates, technology development for prevention of outside prison escape, standardization of staff who controls work outside prisoners, study of the working area's conditions. In the field of management are selecting staff who controls prisoners outside the prison, prisoners classification development, prisoner service system development, monitoring and screening the information from outside prison system development, human resource development, checking the prison's security, memorandum of agreement with the hospital to have separate rooms for ill prisoners, Risk Management Planning, motivating for control outside the prison staff etc.

Keywords: Prison escape, Prisoner custody, Problem management

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรมราชทัณฑ์ เป็นหน่วยงานสำคัญในระบบการยุติธรรม ที่มีภารกิจหลักในการควบคุมผู้ต้องขังให้เป็นไปตามคำพิพากษาของศาลและการแก้ไขพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังให้กลับตนเป็นคนดี โดยมีวิสัยทัศน์ว่า “กรมราชทัณฑ์ เป็นองค์กรชั้นนำของอาเซียนในการควบคุม แก้ไขและพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังเพื่อคืนคนดีสู่สังคม” มีพันธกิจ คือ การควบคุมผู้ต้องขังอย่างมีอาชีวภาพและการบำบัดฟื้นฟู แก้ไขพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในปัจจุบันกรมราชทัณฑ์ต้องควบคุมผู้ต้องขังที่เพิ่มสูงขึ้นอันเนื่องจากการปราบปรามอาชญากรรมทุกรูปแบบอย่างจริงจังของทางราชการ จากสถิติเดือนกันยายน 2560 พบว่ามีผู้ต้องขังรวมทั้งสิ้น 309,271 คน ในขณะที่เรือนจำ/ทัณฑสถาน ทั่วประเทศ มีความจุมาตรฐานของพื้นที่เรือนนอนรองรับผู้ต้องขังได้เพียง 120,865 คน ประกอบกับอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ราชทัณฑ์มีจำนวน 11,117 คน คิดเป็นสัดส่วนเจ้าหน้าที่ต่อผู้ต้องขัง 1 : 27 ซึ่งเกินกว่ามาตรฐานสากล ที่องค์การสหประชาชาติกำหนด (อัตราส่วน 1 : 5) และมาตรฐานที่สำนักงาน กพ. กำหนด (อัตราส่วน 1 : 10)

จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่าประเทศไทยกำลังเผชิญกับปัญหา “ผู้ต้องขังล้นเรือนจำ” (Prison Overcrowding) และเจ้าหน้าที่ราชทัณฑ์ก็มีจำนวนน้อยกว่ามาตรฐาน ส่งผลให้เกิดการก่อเหตุจลาจล การก่อสถานการณ์เหตุความวุ่นวายและการแหกหักหลบหนีของผู้ต้องขังอยู่เป็นระยะๆ หากพิจารณาจากพฤติการณ์ผู้ต้องขังที่แหกหักหลบหนี ทั้งที่หลบหนีสำเร็จและไม่สำเร็จ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) การหลบหนีภายในเรือนจำ/ทัณฑสถาน และ 2) การหลบหนีภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน (ส่วนมาตรการควบคุมผู้ต้องขัง. 2556) ปรัชญาการแก้ไขเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงระบบการจัดการในการควบคุมผู้ต้องขังในประเทศไทย ซึ่งหากปรากฏการณ์เหล่านี้ยังไม่ได้รับการแก้ไข ย่อมก่อให้เกิดความเสียหายทั้งในด้านความสงบสุขและสวัสดิภาพของสังคม ที่จะได้รับผลกระทบจากภัยอันเกิดจากการแหกหักหลบหนีของผู้ต้องขัง เป็นการทำลายความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการ

ปฏิบัติงานของกรมราชทัณฑ์ นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการควบคุมผู้ต้องขังในเรือนจำ/ทัณฑสถาน ซึ่งเป็นภารกิจหลักของกรมราชทัณฑ์อีกด้วย

จากความสำคัญในข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย เพื่อนำผลจากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการจัดการด้านการควบคุมผู้ต้องขังในเรือนจำ/ทัณฑสถาน ทั่วประเทศ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการยุติธรรมให้แก่สังคมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

ด้านประชากร

ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ 1) การศึกษาสภาพปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังจากเรือนจำ/ทัณฑสถาน จำนวน 143 แห่ง ทั่วประเทศ โดยศึกษาวิเคราะห์จากจำนวนการหลบหนีของผู้ต้องขังในระหว่างปี พ.ศ. 2557-2559 2) ศึกษาแนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังจากผู้บริหารราชทัณฑ์/และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง จำนวน 17 ราย

ด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหาของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากตำรา หนังสือ บทความและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย สภาพปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในระหว่าง พ.ศ. 2557-2559 รวมถึงแนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขัง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ ดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ สถิติการหลบหนีของผู้ต้องขังระหว่างปี พ.ศ. 2557-2559 โดยการบันทึกข้อมูลจากเอกสารรายงานประจำปี เรื่อง ระดับความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดหลบหนีจากที่คุมขัง ซึ่งรวบรวมโดยส่วนมาตรการควบคุมผู้ต้องขัง สำนักทัณฑวิทยา กรมราชทัณฑ์ (2559)
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับแนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้บริหารงานราชทัณฑ์และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง จำนวน 17 ราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงสภาพปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย
2. ได้แนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทยที่เหมาะสมกับสภาพปัญหา

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยสำคัญที่นำมาใช้ในการวิจัยที่สำคัญ ได้แก่

นัทธิ จิตสว่าง (หลักทัณฑวิทยา: น.23) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับมาตรการป้องกันการหลบหนีของผู้ต้องขังไว้ว่า เมื่อมีการกระทำผิดเกิดขึ้นในสังคม สังคมจะต้องหาวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่ง ในการจัดการกับคนที่กระทำผิด ละเมิดกฎเกณฑ์ของสังคม เพราะหากสังคมไม่ได้จัดการกับการกระทำผิดก็เท่ากับว่าสังคมยอมรับการกระทำผิดดังกล่าว แต่การที่สังคมจัดการกับคนที่ทำผิดอย่างไรวินั้น ขึ้นอยู่กับความเชื่อของแต่ละยุคแต่ละสมัย สำหรับประเทศไทยนั้นวิธีการปฏิบัติต่อผู้กระทำผิดส่วนใหญ่จะใช้เรือนจำเป็นมาตรการในการปฏิบัติต่อผู้กระทำผิด โดยมีรูปแบบและวิธีการในการปฏิบัติต่อผู้กระทำผิด คือการควบคุมอย่างเคร่งครัด ควบคู่กับการจัดกิจกรรมในการแก้ไข และการปฏิบัติต่อผู้กระทำผิดในเรือนจำ มุ่งควบคุมไม่ให้หลบหนีและให้อบรมแก้ไขโดยการจำแนกลักษณะตามความร้ายแรงของการกระทำผิดและระยะเวลาที่ถูกลงโทษและประเภทของผู้กระทำผิด รวมทั้งได้อธิบายองค์ประกอบที่สำคัญของการหลบหนีสำเร็จของผู้ต้องขัง 1) ตัวผู้ต้องขังมีความต้องการที่จะหลบหนี (มีมูลเหตุจูงใจในการหลบหนี) 2) สถานการณ์หรือโอกาสเปิดช่องให้มีการหลบหนี

เกียรติกร บัณฑิต (2550) ได้กล่าวถึง การกระทำผิดวินัยกรณีการหลบหนีของผู้ต้องขัง กับสมรรถนะหลักของข้าราชการกรมราชทัณฑ์ (Core Competency) ไว้ว่า การหลบหนีของผู้ต้องขังในแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะเป็นหลบหนีภายในเรือนจำหลบหนีภายนอกเรือนจำ การแหกหักหลบหนีการชิงตัวประกัน เหตุการณ์ดังกล่าวข้าราชการราชทัณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่างถูกลงโทษทางวินัยด้วยเหตุผลหลายประการ ฉะนั้น ข้าราชการกรมราชทัณฑ์ควรจะมีพฤติกรรมการทำงาน โดยอาศัยหลักวิชาการหลักกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง รู้จักสังเกตพฤติกรรมของผู้ต้องขัง นำมาวิเคราะห์ในการทำงานด้านการควบคุมผู้ต้องขังมิให้หลบหนี

ส่วนแก้ไขฟื้นฟูและเตรียมความพร้อมก่อนปล่อย สำนักสังคมสงเคราะห์ กรมราชทัณฑ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “สภาพปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน” พบว่าผู้บริหารเรือนจำ/ทัณฑสถานเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการเลือกเจ้าหน้าที่ผู้ควบคุมผู้ต้องขังทำงานภายนอกเรือนจำ ในส่วนของเจ้าหน้าที่เห็นว่าการปฏิบัติงานควบคุมผู้ต้องขังภายนอกมีความเสี่ยงมากกว่าการปฏิบัติงานภายในเรือนจำ/ทัณฑสถาน โดยผู้ต้องขังที่หลบหนีจากการทำงานภายนอกเรือนจำมีสาเหตุมาจากการทราบข่าวร้ายทางครอบครัว ปัญหาด้านการปรับตัวของผู้ต้องขัง ในกรณีหลบหนีจากโรงพยาบาล เนื่องจากกลัวผลแห่งคดีเพราะทราบว่ามีอาการยั่วยุคดี

Chan Vachiradeth (2013) ได้ศึกษาเรื่อง “The Efficacy of Technology in Preventing the Escape of Inmates in Prison” พบว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการงานด้านการควบคุมผู้ต้องขังนั้นจะส่งผลโดยตรงต่อการป้องกันการหลบหนีของผู้ต้องขังในเรือนจำ เทคโนโลยีที่สำคัญ ซึ่งต้องติดตั้งเพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการควบคุมและการป้องกันผู้ต้องขังหลบหนีของผู้ต้องขังจากเรือนจำ ได้แก่ กล้องวงจรปิด (CCTV) เครื่องมือตรวจจับโลหะ เครื่องตัดสัญญาณโทรศัพท์ เครื่องเอ็กซเรย์ เครื่องบันทึกโทรศัพท์ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบ Video Conference และระบบการสแกนเอกสาร ตามลำดับ

Richard F. Culp (2005) ได้ศึกษาเรื่อง “Frequency and Characteristics of Prison Escapes in the United State: An Analysis of National Data” โดยการศึกษาค้นคว้าลักษณะต่างๆ ของการหลบหนีจากเรือนจำในสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี 2540-2541 พบว่า ร้อยละ 3 ของผู้ต้องขังที่หลบหนีทั้งหมดจะหลบหนีเมื่อถูกคุมขังมาในระยะเวลาหนึ่งและผู้ต้องขัง ร้อยละ 88.5 หลบหนีในสภาพการควบคุมที่มีความมั่นคงปลอดภัยระดับต่ำ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการหลบหนีของผู้ต้องขัง คือ แนวคิดเรื่องการจัดตารางกิจวัตรจะเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจต่อปรากฏการณ์การหลบหนีของผู้ต้องขัง

นิยามศัพท์ในการศึกษาวิจัย

ผู้ต้องขัง หมายถึง นักโทษเด็ดขาด คนต้องขังและคนฝาก

เรือนจำ/ทัณฑสถาน หมายถึง ที่ซึ่งใช้ควบคุม ขัง หรือจำคุกผู้ต้องขังกับทั้งสิ่งที่ใช้ต่อเนื่องกันและให้หมายความรวมถึงที่อื่นใด ซึ่งรัฐมนตรีได้กำหนดและประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษาว่าอาณาเขตไว้โดยชัดเจนด้วย

การหลบหนีภายในเรือนจำ/ทัณฑสถาน หมายถึง การที่ผู้ต้องขังจงใจที่จะทำให้ตนเองหลุดรอดไปจากการควบคุมของเจ้าหน้าที่ราชทัณฑ์ จากภายในกำแพง/แนวรั้ว/ประตู ของเรือนจำ/ทัณฑสถาน ออกไปภายนอกอาณาเขตของเรือนจำ/ทัณฑสถาน ตามที่รัฐมนตรีได้กำหนดและประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา

การหลบหนีภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน หมายถึง การที่ผู้ต้องขังจงใจที่จะทำให้ตนเองหลุดรอดไปจากการควบคุมของเจ้าหน้าที่ราชทัณฑ์ จากภายในกำแพง/แนวรั้ว/ประตู ของเรือนจำชั่วคราว หรือทัณฑสถานเปิด ออกไปภายนอกอาณาเขตของเรือนจำ/ทัณฑสถาน ตามที่รัฐมนตรีได้กำหนดและประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา หรือในขณะที่ไปทำงานภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน หรือขณะไปรักษาตัวยังสถานพยาบาลภายนอกเรือนจำ/ ทัณฑสถาน หรือในขณะที่ถูกคุมตัวไป-กลับศาล หรือย้ายเรือนจำ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบบันทึกและแบบสัมภาษณ์ โดยแบบบันทึกใช้ในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจำนวนผู้ต้องขังที่หลบหนีสำเร็จ สถานที่หลบหนี เพศของผู้ต้องขังที่หลบหนี ประเภทของผู้ต้องขัง ฐานความผิดของผู้ต้องขัง เวลาที่หลบหนี ผลการติดตามจับกุม ในระหว่างปี พ.ศ. 2557-2559 โดยใช้การวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ และแบบสัมภาษณ์ ใช้สำหรับรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหารราชทัณฑ์และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับสภาพปัญหาและแนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขัง ในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 สภาพปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย

จากการศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหาการหลบหนีผู้ต้องขังในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในเรือนจำ/ทัณฑสถาน จำนวน 143 แห่ง ในระหว่างปี พ.ศ. 2557-2559 สามารถสรุปได้ตามตาราง 1

ตาราง 1 สภาพปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย

สภาพปัญหา	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2557-2559
สถานที่หลบหนี				
- ภายในเรือนจำ/ทัณฑสถาน	6 คน (24.00%) -8.64%	14 คน (56.00%) -25.92%	5 คน (20.00%) -13.52%	25 คน (100%)
- ภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน	65 คน (47.45%) -91.54%	40 คน (29.20%) -74.08%	32 คน (23.35%) -86.48	137 คน (100%)
เพศ				
- ชาย	67 คน (44.08%) -94.36%	52 คน (34.20%) -96.29%	33 คน (21.71%) -89.18%	152 คน (100%)
- หญิง	4 คน (40.00%) -5.64%	2 คน (20.00%) -3.71%	4 คน (40.00%) -10.82%	10 คน (100%)
ประเภทผู้ต้องขัง				
- เด็ดขาด	52 คน (51.49%) -73.24%	30 คน (29.71%) -55.50%	19 คน (18.81%) -51.35%	101 คน (100%)
- ระหว่าง	19 คน (31.15%) -26.76%	24 คน (39.34%) -44.45%	18 คน (29.51%) -48.65%	61 คน (100%)
คดี				
- พ.ร.บ.ยาเสพติดให้โทษ	29 คน (40.28%) -40.84%	29 คน (40.28%) -40.84%	14 คน (19.44%) -37.83%	72 คน (100%)
- ความผิดต่อชีวิต	8 คน (53.33%) -11.26%	4 คน (26.67%) -7.40%	3 คน (20.00%) -8.10%	15 คน (100%)
- ความผิดต่อทรัพย์	26 คน (50.00%) -36.62%	14 คน (26.92%) -25.95%	12 คน (23.08%) -32.43%	52 คน (100%)
- ความผิดต่อเพศ	4 คน (33.33%) -5.64%	3 คน (25.00%) -5.55%	5 คน (41.67%) -13.54%	12 คน (100%)
- อื่นๆ	4 คน (36.36%) -5.64%	4 คน (36.36%) -7.40%	3 คน (27.27%) -8.10%	11 คน (100%)

ตาราง 1 (ต่อ)

สภาพปัญหา	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2557-2559
ช่วงเวลาในการหลบหนี				
- 00.01-06.00 น.	12 คน (46.15%)	10 คน (38.46%)	4 คน (15.38%)	26 คน (100%)
	-16.91%	-18.52%	-10.81%	
- 06.01-12.00 น.	18 คน (48.65%)	9 คน (24.32%)	10 คน (27.03%)	37 คน (100%)
	-25.35%	-16.68%	-27.07%	
- 12.01-18.00 น.	35 คน (40.23%)	31 คน (35.63%)	21 คน (24.14%)	87 คน (100%)
	-49.29%	-57.40%	-56.72%	
- 18.01-24.00 น.	6 คน (50.00%)	4 คน (33.33%)	2 คน (16.67%)	12 คน (100%)
	-8.45%	-7.40%	-56.72%	
การติดตามจับกุมได้				
- จับกุมได้	40 คน (37.74%)	36 คน (33.96%)	30 คน (28.30%)	106 คน (100%)
	-56.33%	-66.66%	-81.08%	
- ระหว่างติดตาม	31 คน (55.36%)	18 คน (32.14%)	7 คน (12.50%)	56 คน (100%)
	-43.67%	-33.34%	-18.92%	
รวม	71 คน	54 คน	37 คน	162 คน (100%)
	-100%	-100%	-100%	

ที่มา: จากการศึกษารายงานประจำปี กรมราชทัณฑ์ ระหว่างปี 2557-2559 โดยจำนวนร้อยละ คำนวณจากจำนวนเต็มของสถิติรวมตั้งแต่ปี 2557-2559

จากตาราง 1 พบว่า สถิติการหลบหนีของผู้ต้องขัง ในระหว่างปี พ.ศ. 2557-2559 ส่วนใหญ่เป็นการหลบหนีจากภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน ได้แก่ การหลบหนีในขณะที่ไปรักษาตัวยังสถานพยาบาลภายนอก การหลบหนีในขณะที่ไปทำงานภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน การหลบหนีจากเรือนจำชั่วคราว ผู้ต้องขังที่หลบหนีส่วนใหญ่เป็นผู้ต้องขังเพศชาย ประเภทผู้ต้องขังเด็ดขาด คดีความผิด พ.ร.บ.ยาเสพติดให้โทษ ส่วนใหญ่หลบหนีในช่วงเวลากลางวัน ในช่วงระหว่างเวลา 12.01-18.00 น. ส่วนใหญ่จับกุมตัวกลับมาได้ โดยในปี พ.ศ. 2559 มีเพียง 7 คน ที่ไม่สามารถจับตัวกลับมาได้ และพบว่าจำนวนการหลบหนีของผู้ต้องขังสำเร็จระหว่างปี พ.ศ. 2557-2559 มีจำนวนลดลงในทุกๆ ปี โดยสามารถติดตามจับกุมกลับมาได้ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น

ส่วนที่ 2 แนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับแนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย จากผู้บริหารงานราชทัณฑ์และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง จำนวน 17 ราย และจากการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 1 ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แนวคำถามเดียวกัน สามารถสรุปได้ดังตาราง 2

ตาราง 2 แนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย

	การจัดการระยะสั้น	การจัดการระยะยาว
เชิงนโยบาย	- เพิ่มอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ด้านการควบคุมผู้ต้องขัง - พัฒนาเทคโนโลยีด้านการควบคุมผู้ต้องขัง เช่น การติดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิดภายในเรือนจำ จุดอับ จุดเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกเรือนจำ การใช้อุปกรณ์ติดตามตัวอิเล็กทรอนิกส์กับผู้ต้องขังที่ออกภายนอกเรือนจำ การใช้ระบบ Video Conference ในการตรวจรักษา หรือการฝากขัง เพื่อลดจำนวนผู้ต้องขังที่จะต้องออกภายนอกเรือนจำ - กำหนดมาตรฐานหรือคุณลักษณะเฉพาะของเจ้าหน้าที่ผู้ควบคุมผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำ - ศึกษาศักยภาพและกำหนดเขตพื้นที่การทำงานภายนอกเรือนจำ เพื่อศึกษาช่องทางและตัดโอกาสในการหลบหนีของผู้ต้องขัง - ประเมินความเสี่ยงให้รอบด้าน รวมทั้งมีการเตรียมแผนปฏิบัติการเมื่อเกิดเหตุการณ์หลบหนีของผู้ต้องขังในสถานการณ์ต่างๆ - ปรับปรุงกฎหมาย โดยเพิ่มบทลงโทษแก่ผู้ต้องขังที่พยายามหลบหนีจากการควบคุมอย่างเข้มงวด รวดเร็วและรุนแรง - ควรมีการจัดแยกประเภทเรือนจำอย่างชัดเจน เช่น เรือนจำคดีอาญา เรือนจำวัยหนุ่ม ฯลฯ เนื่องจากแนวทางในการปฏิบัติกับผู้ต้องขังแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน	- ลดจำนวนผู้ต้องขัง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมผู้ต้องขัง - การตัดโอนภารกิจสนับสนุนไปให้หน่วยงานอื่นที่มีความเชี่ยวชาญมากกว่าเป็นผู้รับผิดชอบ เพื่อให้เกิดการบูรณาการทรัพยากรอย่างเหมาะสม โดยให้มีการกำหนดพื้นที่เฉพาะเสมือนหนึ่งเรือนจำ เช่น โรงพยาบาลมีหน้าที่ในการรักษาพยาบาลผู้ต้องขังป่วย สถานประกอบการ มีหน้าที่ในการพัฒนาอาชีพผู้ต้องขัง

ตาราง 2 (ต่อ)

การจัดการระยะสั้น	การจัดการระยะยาว
ด้านการจัดการ	
- ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับคัดเลือกเจ้าหน้าที่ด้านการควบคุมผู้ต้องขังให้เหมาะสมกับลักษณะงาน โดยเฉพาะการควบคุมผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำ - กำชับการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ให้รอบคอบ ระมัดระวัง ไม่ละทิ้งการปฏิบัติหน้าที่ - ตรวจสอบอุปกรณ์เสริมความมั่นคงและสิ่งก่อสร้างต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ - การคัดเลือกผู้ต้องขังออกทำงานภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน ต้องดำเนินการอย่างรอบคอบ ละเอียดถี่ถ้วน - จัดทำคู่มือการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานได้ยึดเป็นหลักในการปฏิบัติหน้าที่ - จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันอยู่เสมอโดยให้ความสำคัญกับการหลบหนีภายนอก - สร้างขวัญและกำลังใจให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานควบคุมภายนอกเรือนจำ	- พัฒนาระบบการจำแนกลักษณะผู้ต้องขังให้มีประสิทธิภาพ เพื่อการควบคุมและให้สามารถวิเคราะห์ความเสี่ยงในการหลบหนีของผู้ต้องขัง โดยเฉพาะผู้ต้องขังที่ทำงานภายนอกเรือนจำ - พัฒนาระบบด้านการข่าว เพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหวของผู้ต้องขังที่มีพฤติการณ์น่าสงสัย - พัฒนาระบบการคัดกรองผู้ต้องขังที่จะออกภายนอกเรือนจำในกรณีต่างๆ - พัฒนาระบบการตรวจสอบและกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารที่ผู้ต้องขังจะได้รับจากบุคคลภายนอก - การพัฒนานุเคราะห์ด้านการควบคุมผู้ต้องขัง โดยเฉพาะการควบคุมผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำ - ปรับปรุงเรือนจำให้มีความมั่นคงแข็งแรง รวมทั้งก่อสร้างป้อมสูงบนกำแพงเรือนจำ - สร้างเครือข่ายพันธมิตรกับชุมชน หน่วยงานใกล้เคียงกับพื้นที่เรือนจำ เพื่อสนับสนุนการป้องกันการหลบหนีของผู้ต้องขัง - ควรทำข้อตกลงกับกระทรวงสาธารณสุข ให้ผู้ต้องขังสามารถเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลพื้นที่ใกล้เคียงเรือนจำโดยมีห้องแยกการควบคุมเป็นการเฉพาะ เพื่อสะดวกในการควบคุมผู้ต้องขัง

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังในประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้อค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

การหลบหนีของผู้ต้องขังส่วนใหญ่ เป็นการหลบหนีจากภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน ได้แก่ การหลบหนีจากโรงพยาบาลขณะรักษาตัว การหลบหนีขณะออกทำงานภายนอกเรือนจำ เนื่องจากผู้ต้องขังเห็นว่าสภาพการควบคุมของเจ้าหน้าที่ราชทัณฑ์ พื้นที่ในการควบคุมกว้างขวาง มีช่องทางและโอกาสในการหลบหนีสำเร็จมีสูงกว่าการหลบหนีจากภายในเรือนจำ/ทัณฑสถาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสวนแก้วพื้นที่ฟูและเตรียมความพร้อมก่อน

ปล่อย ลำนักสังคมสงเคราะห์ กรมราชทัณฑ์ ที่ได้ศึกษาเรื่อง “สภาพปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน” ที่พบว่า การปฏิบัติงานควบคุมผู้ต้องขังภายนอกมีความเสี่ยงมากกว่าการปฏิบัติหน้าที่ภายในเรือนจำ เนื่องจากภายในเรือนจำมีกำแพงล้อมรอบ มีรั้วลวดหนามและปลอกกระแสไฟฟ้าแรงสูง แต่หากเรือนจำ/ทัณฑสถานใดมีสภาพทางกายภาพไม่เหมาะสม เช่น กำแพงไม่มั่นคงแข็งแรง ตาข่าย/รั้วลวดหนามชำรุด รวมทั้งมีปัจจัยด้านบุคลากรที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ เจ้าหน้าที่ราชทัณฑ์ไม่ความประมาท ไม่รักษาวินัย การควบคุมผู้ต้องขังหละหลวม ไม่ตั้งมั่นในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเคร่งครัด ก็จะส่งผลให้ผู้ต้องขังซึ่งพยายามหาช่องทางในการหลบหนีและรอโอกาสที่เหมาะสมอยู่แล้ว สามารถแหกหักหลบหนีได้สำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Richard F. Culp ที่พบว่า ผู้ต้องขังส่วนใหญ่หลบหนีจากสภาพการควบคุมที่มั่นคงแข็งแรงในระดับต่ำ ส่วนสาเหตุการหลบหนีของผู้ต้องขัง ส่วนใหญ่มิได้เกิดจากการถูกกดดัน หรือคับแค้นใจจากการปกครองของเจ้าหน้าที่ราชทัณฑ์แต่อย่างใด ส่วนใหญ่มักจะเกิดจากความต้องการอิสรภาพของผู้ต้องขังเองเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ นัทธิ จิตสว่าง สรุปว่าปัจจัยที่ทำให้การหลบหนีของผู้ต้องขังสำเร็จประกอบไปด้วย มูลเหตุ/แรงจูงใจในการหลบหนี และช่องทาง/โอกาสในการหลบหนี ดังนั้น เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการควบคุมผู้ต้องขังทั้งภายในและภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน จะต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวัง ตั้งตนอยู่ในความไม่ประมาท ควบคุมผู้ต้องขังอย่างใกล้ชิด และสอดคล้องกับการศึกษาของ เกียรติกร บัณฑิตต์ ที่ว่า ข้าราชการกรมราชทัณฑ์ควรจะต้องมีพฤติกรรมการทำงานโดยอาศัยหลักวิชาการ รู้จักสังเกตพฤติกรรมผู้ต้องขังนำมาวิเคราะห์ในการทำงานด้านการควบคุมผู้ต้องขังมิให้หลบหนี

เมื่อพิจารณาจากแนวโน้มการหลบหนีจากผู้ต้องขังสำเร็จ ในระหว่างปี พ.ศ. 2557-2559 ซึ่งมีจำนวนลดลง แสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพในการควบคุมผู้ต้องขังของเรือนจำ/ทัณฑสถานทั่วประเทศมีการพัฒนาที่สูงขึ้น อันเนื่องมาจากมีการพัฒนาหลักสูตรการอบรมพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ มีการกำหนดแผนการบริหารความเสี่ยงและมีการพัฒนาระบบการควบคุมภายในเรือนจำ โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็น การใช้กล้องวงจรปิด การใช้เครื่องดักฟังโทรศัพท์ฟังการสนทนาของผู้ต้องขังกับญาติ การใช้อุปกรณ์เสริมความมั่นคงต่างๆ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Chan Vachiradeth ที่ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมเพื่อป้องกันการหลบหนีจากเรือนจำ แต่เมื่อพิจารณาร้อยละของการหลบหนีจากภายนอกเรือนจำจะเห็นได้ว่า มีการเพิ่มขึ้นในปี 2559 ดังนั้น ผู้บริหารเรือนจำควรต้องให้ความสำคัญกับการป้องกันการหลบหนีภายนอกเรือนจำ โดยเฉพาะการพัฒนา ระบบการควบคุมตัวภายนอกเรือนจำ การคัดกรองผู้ต้องขังที่จะออกทำงานภายนอกเรือนจำ รวมทั้งต้องคัดเลือกเจ้าหน้าที่ผู้ทำหน้าที่ควบคุมผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำซึ่งต้องเป็นผู้มีความรับผิดชอบสูง ละเอียด รอบคอบ ตั้งมั่น ตั้งใจ ทุ่มเทการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายและกฎ ระเบียบของทางราชการโดยเคร่งครัด

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านสภาพปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขัง พบว่า การหลบหนีของผู้ต้องขัง ส่วนใหญ่เป็นการหลบหนีจากภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน ดังนั้น กรมราชทัณฑ์และผู้บริหารเรือนจำจะต้องให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานด้านการควบคุมผู้ต้องขังภายนอก โดยเน้นการลดโอกาสและปิดช่องทางในการหลบหนี เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้
2. ด้านแนวทางการจัดการปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขัง พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้น กรมราชทัณฑ์ควรกำหนดคุณลักษณะเฉพาะสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่ควบคุม

ผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ในด้านการควบคุมผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำเป็นการเฉพาะ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

รัฐบาลควรมีนโยบายที่ชัดเจนในด้านการลดจำนวนผู้ต้องขังให้เป็นรูปธรรม รวมทั้งกำหนดหน่วยงานที่ดำเนินงานในลักษณะเป็นคู่ขนานกับกรมราชทัณฑ์โดยการถ่ายโอนภารกิจก็ให้หน่วยงานนั้นๆ เข้ามาดำเนินการแทน เช่น การตั้งโรงงานอุตสาหกรรมสำหรับฝึกวิชาชีพ การจัดโปรแกรมการอบรมและฝึกวิชาชีพ การประกอบอาหารเลี้ยงผู้ต้องขัง งานบำบัดแก้ไขฟื้นฟูจิตใจและให้คำปรึกษา เป็นต้น

ข้อเสนอแนะด้านการจัดการ

กรมราชทัณฑ์ควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผู้ต้องขังออกทำงานภายนอกเรือนจำ และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในการควบคุมผู้ต้องขังกลุ่มดังกล่าวต้องมีความพร้อม เหมาะสมกับงานและควรพัฒนาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมในการควบคุมผู้ต้องขังเมื่อออกภายนอกเรือนจำ เช่น การใช้อุปกรณ์ติดตามตัวอิเล็กทรอนิกส์ ระบบการจดจำใบหน้า ระบบกล้องเทคโนโลยีขั้นสูง (Matrix System) ที่สามารถบันทึกภาพได้ 360 องศา เข้ามาช่วยในการควบคุมผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำ รวมทั้งควรมีการปฏิบัติงานเชิงรุกจัดทำข้อมูลด้านกายภาพของพื้นที่ที่ผู้ต้องขังจะต้องออกไปทำงานภายนอกเรือนจำ หรือการรวบรวมสถานการณ์และแนวโน้มปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น การหลบหนีรูปแบบใหม่ๆ กลุ่มผู้ต้องขังที่มีแนวโน้มหลบหนี หรือเทคนิควิธีเพื่อการป้องกันการหลบหนีทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ในส่วนของเรือนจำ/ทัณฑสถาน ผู้บริหารควรต้องให้ความสำคัญกับการคัดเลือกเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการควบคุมผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำเป็นพิเศษ รวมทั้งต้องสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานดังกล่าวด้วย

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติกร บัณฑิตดี. (2550, มีนาคม). การกระทำผิดวินัยกรณีการหลบหนีของผู้ต้องขัง กับสมรรถนะหลักของข้าราชการกรมราชทัณฑ์ (Core competency). *จดหมายข่าว กจ./4. 1(4)*.
- นัทธี จิตสว่าง. (2540). *หลักทัณฑวิทยา*. กรุงเทพฯ: กรมราชทัณฑ์.
- ส่วนแก้ไขฟื้นฟูและเตรียมความพร้อมก่อนปล่อย สำนักสังคมสงเคราะห์. (2550). *สภาพปัญหาการหลบหนีของผู้ต้องขังภายนอกเรือนจำ/ทัณฑสถาน*. กรมราชทัณฑ์.
- ส่วนมาตรการควบคุมผู้ต้องขัง สำนักทัณฑวิทยา. (2556). กรมราชทัณฑ์. *ระเบียบข้อบังคับและหนังสือสั่งการเกี่ยวกับการควบคุมและปฏิบัติต่อผู้ต้องขัง*. กรมราชทัณฑ์.
- _____. (2559). *ระดับความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดหลบหนีจากที่คุมขัง*. กรมราชทัณฑ์
- Chan Vachiradath. (2013). The Efficacy of Technology in Preventing the Escape of Inmates in Prison. *Journal of Applied Security Research*. 8(4).
- Richard F. Culp. (2005). Frequency and Characteristics of Prison Escapes in the United States: An Analysis of National Data. *The Prison Journal*. 85(3).

NBUS035: ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี
SERVICE MARKETING MIX AFFECTING CONSUMERS' PURCHASING BEHAVIORS AT TOPS MARKET, PATHUM THANI PROVINCE

ศรินธร ไชยรัตน์¹ อัญชลี เยาวราช² ธันยนิชา วิโรจน์รุจน์³ ธันยธร ติณภพ⁴

¹⁻⁴ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคล และส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูลในการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ในครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานีและมีการซื้อสินค้าในร้านท็อปส์ มาร์เก็ต จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถาม ในการทดสอบด้วยสถิติ ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (t-test) ในข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในส่วนของการทดสอบด้วยสถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ในข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกเป็นระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และการทดสอบด้วยสถิติ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient) พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและบุคลากรผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ต ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดบริการ พฤติกรรมการซื้อ ท็อปส์ มาร์เก็ต

Abstract

The objective of this research was to analyze personal factors as well as service marketing mix affecting consumers' purchasing behaviors at Tops Market, Pathum Thani province. This study was a quantitative research. A questionnaire was used as a tool in collecting data. The research sampling respondents were 400 consumers who lived in Pathum Thani province and purchased merchandises at Top Market.

The findings of this research revealed that statistical test on the differences between the mean (t-Test) of personal factors in terms of gender affected purchasing behaviors at Tops Market, Pathum Thani province with no statistical significant difference at .05 In sequence of statistics test One-way ANOVA of personal factors data classified according to different educational level and average monthly

income influenced consumer's purchasing behaviors at Tops Market significantly difference of .05 Meanwhile, statistics test of Pearson Product-moment Correlation Coefficient significantly influenced on service marketing mix through product, place, promotion and people and correlated to consumers' purchasing behaviors at Tops Market, Pathum Thani province with statistically significant of .05.

Keywords: Service marketing mix, Purchasing behaviors, Tops Market

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเริ่มมีร้านค้าปลีกแบบให้ผู้บริโภคบริการด้วยตนเองเมื่อ พ.ศ. 2500 ซึ่งตั้งอยู่ในย่านที่มีลูกค้าชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ต่อมาได้เป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั่วไป ร้านค้าอิสระเหล่านี้จะแทรกตัวอยู่ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่มักนิยมเรียกว่า Department Store ซึ่งมีสินค้าให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้หลากหลายตามความต้องการ สะดวกแก่การซื้อ ราคายุติธรรมและไม่ต้องมีการต่อรองราคา มีสิ่งอำนวยความสะดวกลูกค้า สามารถดึงดูดใจลูกค้าซื้อสินค้าและบริการได้ ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา มีเหตุการณ์ของการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงธุรกิจค้าปลีกของไทยเป็นอย่างมาก ทั้งการเปิดเสรีการค้า ธุรกิจและการบริการค้าปลีกของไทย โครงสร้างสังคมครอบครัวที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความเป็นอยู่การดำรงชีวิตของคนในสังคมความต้องการและรสนิยมตลอดจนการเมืองระหว่างประเทศท้องถิ่นที่ทำให้ธุรกิจค้าปลีกต้องเผชิญการแข่งขันในทุกรูปแบบอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน ผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์และความเหมาะสมของราคาและปัจจัยด้านบุคคลและกระบวนการ (ปฏิกร ทิพย์เลอเลิศ. 2558)

ท็อปส์ มาร์เก็ต เป็นหนึ่งในผู้นำหลักของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ของไทย ที่มีจุดเด่นในการจำหน่ายสินค้าคุณภาพราคาประหยัดที่หลากหลาย ด้วยการบริการที่ดีเยี่ยม เป็นศูนย์กลางในการจับจ่ายแบบครบวงจรที่สะดวกครบครัน ด้วยการผสมผสานระหว่างธุรกิจค้าปลีกและเช่าพื้นที่ มีการคัดเลือกร้านค้าและบริการที่หลากหลาย มาอยู่ในศูนย์การค้าของท็อปส์ มาร์เก็ต ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม ด้วยความเป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกรายหนึ่งของประเทศไทยและอุตสาหกรรมมีการเติบโตอย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจากคุณภาพของสินค้าและสินค้าที่มีความหลากหลายทำให้มีฐานลูกค้าหรือสมาชิกจำนวนมาก ดังนั้นผู้บริหารต้องคำนึงถึงความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการถือเป็นอีกหนึ่งอย่างที่ต้องตระหนักถึงหรือให้ความสำคัญเพราะความคาดหวังของผู้มาใช้บริการเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภค ตัดสินใจจะเลือกใช้บริการ แนะนำและบอกต่อถึงคุณภาพในการให้บริการของท็อปส์ มาร์เก็ต (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2561)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและการพัฒนาการให้บริการที่ตอบสนองความต่อคาดหวังของผู้บริโภคในการให้บริการของท็อปส์ มาร์เก็ต ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

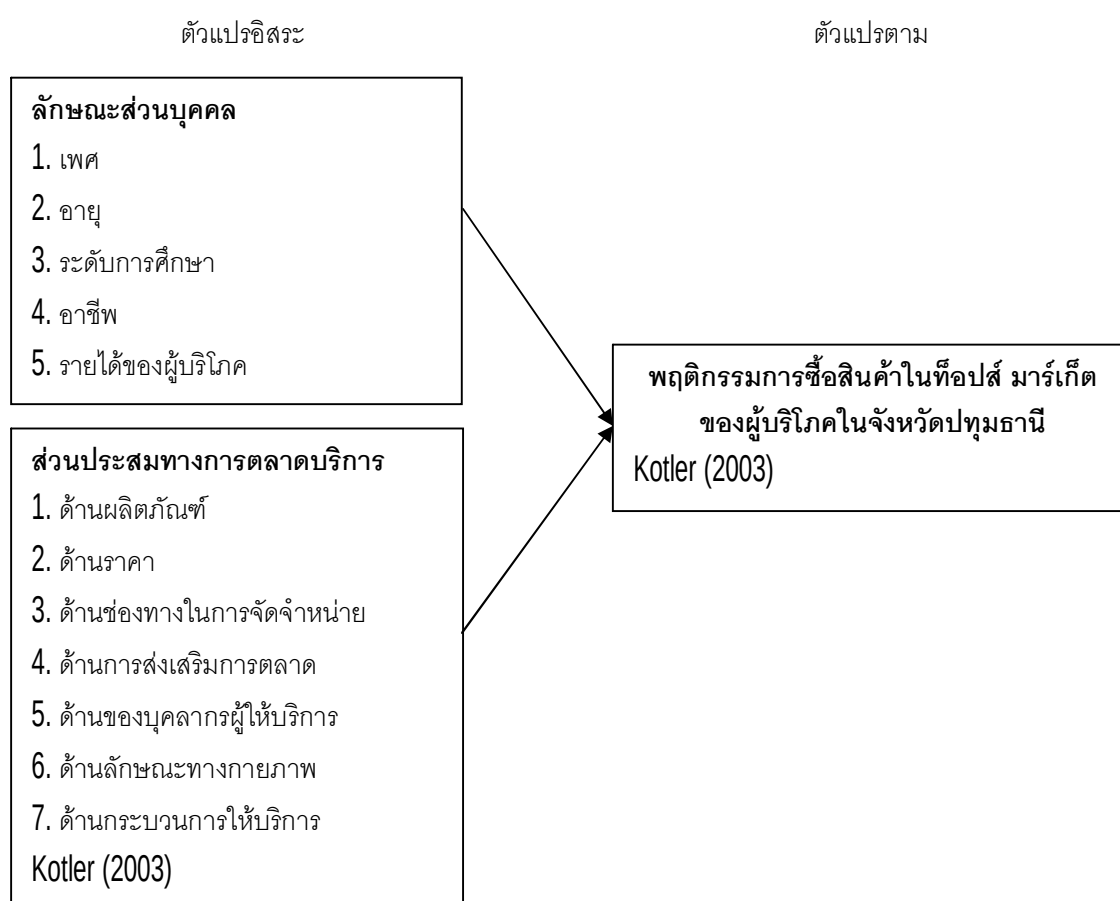
1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันไป
2. ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา การศึกษาการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

(Quantitative Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูลในการศึกษา และการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานีและมีการซื้อสินค้าในท็อปมาร์เก็ต

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานีและมีเคยซื้อสินค้าในท็อป มาร์เก็ต เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549: 74) ทำให้ได้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละโดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง ซึ่งตัวอย่างที่ได้นั้นผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Accidental Sampling)

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่

3.1.1 ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้บริโภค

3.1.2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรผู้ให้บริการ ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยอาศัยข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาจากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ประสมทางการตลาดบริการและพฤติกรรมการซื้อสินค้า ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะของคำถามจะเป็นปลายปิด (Close-ended question) คำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และให้เลือกข้อที่เหมาะสมที่สุดจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้เรื่องแนวคิดเกี่ยวกับส่วนส่วนประสมทางการตลาดบริการ มาใช้ในการสร้างแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรผู้ให้บริการ ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ รวมทั้งหมด 48 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval Scale) เป็นการวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเป็น 5 ระดับ ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และกำหนดให้แต่ละมี 5 ตัวเลือก

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ประเภสินค้า ความถี่ จำนวนเงิน จำนวนชั้นที่ซื้อสินค้าต่อครั้ง และช่วงเวลาซื้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval Scale) เป็นการวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเป็น 5 ระดับ ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และกำหนดให้แต่ละข้อมี 5 ตัวเลือก

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

2.1 ความเที่ยงตรง ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือสำหรับวัดการวิจัย ศึกษาประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี โดยใช้แนวคิดทฤษฎีตลอดจนผลงานที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางการสร้างแบบสอบถามและนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ให้คำชี้แนะและทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อหา มีความเที่ยงตรงและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00

2.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จึงต้องนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผล และนำข้อบกพร่องต่างๆ มาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551) ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นแบ่งเป็นรายด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.865 ด้านราคา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.878 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.912 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.910 ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.916 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.888 และด้านกระบวนการให้บริการมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.928 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นค่อนข้างสูงและแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังการให้บริการท็อปส์ มาร์เก็ต ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน ด้วยวิธีทางสถิติดังต่อไปนี้

3.2.1 การทดสอบความแตกต่างของตัวแปร 2 กลุ่ม ใช้สถิติ Independent Samples t-test เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล จำแนกเป็นเพศ คือ เพศชายและเพศหญิง ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน ด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2.2 การทดสอบความแตกต่างของตัวแปรตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล จำแนกเป็นอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อ

พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน ด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2.3 การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson-Product moment Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ผลกระทบราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรผู้ให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.5 มีอายุ 31-35 ปี (ร้อยละ 24.8) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 46.0) มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 25.5) รายได้ 15,001-25,000 บาท (ร้อยละ 43.0) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 อยู่ในระดับมากที่สุดและเมื่อจำแนกออกเป็นรายด้านพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.58 (SD = 0.43) รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 (SD = 0.46) ด้านผลกระทบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 (SD = 0.59) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (SD = 0.54) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 (SD = 0.57) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 (SD = 0.62) และน้อยที่สุด ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (SD = 0.58) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมซื้อขายสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 อยู่ในระดับมากที่สุดและเมื่อจำแนกออกเป็นรายด้านพบว่า สินค้าที่เลือกซื้อประเภทอาหารแห้งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.82 (SD = 0.51) รองลงมา สินค้าที่เลือกซื้อประเภทเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 (SD = 0.64) สินค้าที่เลือกซื้อประเภทขนมขบเคี้ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 (SD = 0.48) สินค้าที่เลือกซื้อประเภทของใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 (SD = 0.45) ความถี่ที่ซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 (SD = 0.41) ด้านจำนวนเงินที่ซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 (SD = 0.50) และน้อยที่สุด สินค้าที่เลือกซื้อประเภทอาหารสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 (SD = 0.51) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน

1.1 เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน ดังตาราง 1.1

ตาราง 1 การทดสอบตัวแปรด้วยสถิติ t-Test

พฤติกรรมการซื้อขายสินค้า	t-test for Equality of Means						
	เพศ	$\bar{X}$	SD	t	df	Mean Different	p
พฤติกรรมการซื้อขายสินค้า	ชาย	4.67	0.42	0.783	398	0.31	0.312
	หญิง	4.70	0.37				

จากตาราง 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Independent samples t-Test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.312 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

1.2 ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกเป็นอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน ดังตาราง 1.2

ตาราง 2 การทดสอบตัวแปรด้วยสถิติ One-Way ANOVA

n = 400

พฤติกรรมการซื้อขายสินค้า ในท็อปส์ มาร์เก็ต	ลักษณะ ส่วนบุคคล	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	P
พฤติกรรมการซื้อ	อายุ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.269	0.067	0.506	0.732
		ภายในกลุ่ม	395	52.496	0.133		
		รวม	399	52.765			
	การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2	1.091	0.546	4.191	0.016*
		ภายในกลุ่ม	397	51.674	0.130		
		รวม	399	52.765			
	อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.105	0.276	2.147	0.079
		ภายในกลุ่ม	395	51.660	0.131		
		รวม	399	52.765			
	รายได้	ระหว่างกลุ่ม	4	1.380	0.345	2.652	0.033*
		ภายในกลุ่ม	395	51.385	0.130		
		รวม	399	52.765			

* ระดับนัยสำคัญ .05

จากตาราง 1.2 ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกเป็น อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) พบว่ามีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.732 และ 0.079 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกเป็น อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ที่ไม่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สำหรับลักษณะส่วนบุคคล จำแนกเป็น การศึกษาและรายได้ ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) พบว่ามีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.016 และ 0.033 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกเป็น การศึกษาและรายได้ ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

ตาราง 3 การทดสอบตัวแปรด้วยสถิติ Pearson Product-moment Correlation Coefficient

n = 400

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	พฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ต	
	R	Sig
ผลิตภัณฑ์	0.161	0.001*
ราคา	0.043	0.389
ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.116	0.021*
การส่งเสริมการตลาด	0.110	0.028*
บุคลากรผู้ให้บริการ	0.103	0.040*
ลักษณะทางกายภาพ	0.075	0.134
กระบวนการให้บริการ	0.098	0.051

* ระดับนัยสำคัญ .05

จากตาราง 1.3 ประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี โดยใช้สถิติ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product moment Correlation Coefficient) พบว่า

ด้านการผลิตภัณที่มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท้อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.161 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านราคามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.389 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท้อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท้อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.116 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกันซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการส่งเสริมการขายมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท้อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.110 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท้อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.103 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านลักษณะทางกายภาพมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.134 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท้อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านกระบวนการให้บริการมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.051 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท้อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ต ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยขอค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาสรุปผล ดังนี้

ลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 57.5 มีอายุระหว่าง 31-35 ปี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ท็อปส์ มาร์เก็ต ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 เมื่อแยกออกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในด้านกระบวนการให้บริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.53 4.49 4.44 4.39 4.38 และน้อยที่สุด ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตามลำดับ

พฤติกรรมการซื้อสินค้าใน ท็อปส์ มาร์เก็ต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการตัดสินใจซื้อในภาพรวมในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า มีการตัดสินใจซื้อในประเภทของสินค้าที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 โดยประเภทสินค้าที่ซื้อมากที่สุดคือ อาหารแห้ง อาหารสำเร็จรูป และมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านความถี่ในการเข้าใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และน้อยที่สุดคือ จำนวนเงินที่เข้าใจบริการในแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าใน ท็อปส์ มาร์เก็ต ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกเป็น การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าใน ท็อปส์ มาร์เก็ต ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกเป็น ด้านราคา ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าใน ท็อปส์ มาร์เก็ต ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และบุคลากรผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าใน ท็อปส์ มาร์เก็ต ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ต ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยขอค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ต ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า

ในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ด้านการศึกษาและรายได้ เพราะระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมในการที่จะเลือกซื้อสินค้าของแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน เช่นผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ 10,001-20,000 บาท คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ทำงาน จึงนิยมซื้อสินค้าร้านค้าปลีกที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครบถ้วนเนื่องจากพอจะมีรายได้ที่จะใช้จ่ายให้กับสินค้าเหล่านี้ได้ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ พิษณุ อิมวิญญาน (2554) ว่าด้วยคำถาม 6W 1H นั่นคือคำถามข้อที่ 1 ของ 6W 1H ที่ได้ตั้งคำถามไว้ว่า Who is the target market? (ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย) หมายถึง กลุ่มคนที่จะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์มาร์เก็ต จากผลการวิจัยนี้จึงทำให้พบว่าร้านท็อปส์มาร์เก็ตจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคนกลุ่มนี้ได้แก่ กลุ่มคนทำงานที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีและมีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิชัย ปิ่นคำ; เกษศิริจันทร์ ภิญญาคง; กฤษณา ทองจอก; และ อภิญญา เครือพพาที (2554) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลเสลภูมิ อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผู้บริโภคในตำบลเสลภูมิ อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ดังนั้น ท็อปส์ มาร์เก็ตจึงอาจต้องสร้างกิจกรรมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่จะสามารถกระตุ้นกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้ให้เกิดพฤติกรรมการซื้อให้เพิ่มมากขึ้นและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและบุคลากรผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของ Kotler (2003) ได้ให้ความหมายของการบริการ คือ การกระทำหรือการปฏิบัติใดๆ ก็ตามที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่อาจจับต้องได้และจึงไม่มีการยกกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของใดๆ ทั้งสิ้น ผลิตภัณฑ์การบริการนี้อาจจะผูกติดหรือไม่ผูกติดกับสินค้าก็ได้ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ประกอบด้วย 7 ด้าน หรือ 7Ps คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านของบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญ ลักษิตานนท์; และ ศุภร เสรีรัตน์. 2541) ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดบริการนี้ จะเป็นขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยผ่านกระบวนการทั้ง 7 ขั้นนี้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตะวัน ธรรมโชติ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อและกลยุทธ์การตลาดของซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่า การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Shopper) กับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านการสื่อสารทางการตลาด และการจัดผังร้าน โดยเฉพาะการเร่งเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อนั้น แม้ผู้ซื้อจะมีการวางแผนการซื้อสินค้ามาล่วงหน้า หากแต่เมื่อเจอสินค้าลดราคาโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีชั้นวางสินค้าที่จัดรายการซื้อแยกต่างหากออกมา ยิ่งทำให้เกิดการกระตุ้นการซื้อที่มากขึ้น และให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าในการเลือกซื้อสินค้าซึ่งเป็นผลมาจากราคาที่เท่ากับคู่แข่งอื่นๆ ทั้งราคาปกติและราคาสำหรับการส่งเสริมการขาย อีกทั้งยังเป็นผลต่อเนื่องมาจากการสะสมคะแนนที่ผู้ซื้อ (Shopper) เห็นคุณค่าของคะแนนจากท็อปส์มากกว่าค้าปลีกอื่น ซึ่งเป็นผลจากวัตถุประสงค์ของการสร้างตราสินค้า (Brand) และตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ที่เป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งของซูเปอร์มาร์เก็ตที่ต้องการเพิ่มความเด่นชัดว่า ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต “ดีที่สุด เพื่อคุณ” ด้วยการเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ซื้อ (Shopper) มากยิ่งขึ้นและงานวิจัยของ กนกพร เนตรคำว; และ พชราภรณ์ ลิ้มปึงคนันต์ (2559) ได้ทำการศึกษา

พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือเปิดบริการ 24 ชั่วโมง สถานที่ตั้งมีความเหมาะสมอยู่ในบริเวณแหล่งชุมชน เดินทางสะดวก และมีข้อเสนอแนะคือ ร้านสะดวกซื้อต้องหาซื้อสินค้าที่มีความหลากหลาย ราคายุติธรรม ที่จอดรถสะดวกสบาย มีการทำการส่งเสริมการขาย พนักงานต้องมีการให้คำแนะนำลูกค้าให้ซื้อสินค้าที่จัดรายการพิเศษเป็นต้น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า หากมีกิจกรรมการตลาดบริการที่สามารถเข้าถึง และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ย่อมส่งผลให้ลูกค้าอยากมาใช้บริการ และตัดสินใจซื้อสินค้าของร้านได้ง่ายขึ้น ดังนั้น ท็อปส์ มาร์เก็ต ต้องหันมาให้ความสนใจกับกิจกรรมทางการตลาดบริการในด้าน ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และบุคลากรผู้ให้บริการ ควรมีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและควรใช้กิจกรรมเหล่านี้อย่างประสมประสานกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินการ

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของท็อปส์ มาร์เก็ตที่ไม่ควรมองข้ามคือ กลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง อายุ 31-35 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 15,001-25,000 บาท ดังนั้นจึงควรทำกิจกรรมการตลาดที่เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนี้ให้เพิ่มมากขึ้น
2. ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า เป็นกิจกรรมที่ท็อปส์ มาร์เก็ต จำเป็นต้องให้ความสำคัญเนื่องจากกิจกรรมเหล่านี้สามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมซื้อสินค้าได้ โดยเฉพาะเรื่องของการให้บริการ เพราะการบริการถือเป็นจุดขายหนึ่งของร้านค้าปลีกในยุคปัจจุบัน หากร้านสามารถสร้างการบริการที่รวดเร็วและตอบสนองได้อย่างครบถ้วน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องนำปัจจัยนี้มาใช้ในการวางแผนการให้บริการกับลูกค้าต่อไป
3. ด้านพฤติกรรมซื้อสินค้า พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อสินค้าเป็นประเภทอาหาร อาทิ อาหารแห้ง/อาหารสำเร็จรูปมากที่สุด รวมไปถึงเครื่องดื่มและอาหารสด ดังนั้น ท็อปส์ มาร์เก็ตอาจนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการวางแผนการจัดซื้อสินค้าประเภทดังกล่าวเพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับร้านได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความภักดีในตราสินค้า ท็อปส์ มาร์เก็ต ของผู้บริโภคในพื้นที่อื่น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจซึ่งส่งผลต่อการสร้างความภักดีในตราสินค้าให้กับผู้บริโภคได้
2. ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในท็อปส์ มาร์เก็ตของผู้บริโภคเปรียบเทียบกับตลาดบริการในร้านซูเปอร์มาร์เก็ต

เอกสารอ้างอิง

กนกพร เนตรคำวงศ์ และพัชราภรณ์ ลิ้มปิอังคนันต์. (2559, มกราคม-มิถุนายน). พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 3(1).

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). คู่มือ การบริหารจัดการร้านค้าปลีก. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์.

สืบค้นจาก http://www.dbd.go.th/download/project_retail/guidebook_develop.pdf.

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ตะวัน ธรรมโชติ. (2558). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อและกลยุทธ์การตลาดของซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปฏิกิร ทิพย์เลอเลิศ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิษณุ อิมวิญญาณ. (2554). การจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค: การศึกษาร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร. ปริญญานิพนธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2551). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. พิมพ์ครั้งที่ 19. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, และศุภร เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สิริขวัญ ปันคำ, เกษศิริพันธ์ ภิญญาคง, กฤษณา ทองจอก, และอภิญญา เครื่องพาที. (2554). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลเสลภูมิ อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. บทความ การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- Kotler, P. (2003). Marketing Management. New Jersey: Prentice-Hall.

NBUS036: ปัจจัยด้านลักษณะของเจ้าของ จริยธรรมองค์การ และการติดต่อสื่อสารแบบสองทางที่มีความสัมพันธ์การกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอาหารในประเทศไทย

FACTORS OF OWNERSHIP, ETHICAL ORGANIZATION, TWO-WAY COMMUNICATION CORRELATED TO CORPORATE GOVERNANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN FOOD INDUSTRY, THAILAND

ดาวพระศุภร์ ทองกลิ่น¹ ปิยะฉัตร จารุธีรคันต์² อภิชา บุญภัทรภานต์³

¹ นักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความฉลาดทางอารมณ์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ จริยธรรมองค์การ และการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง กับ การกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ 2) เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยในด้านความฉลาดทางอารมณ์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ จริยธรรมองค์การ การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ที่ส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งประชากรคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอาหารในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 260 ตัวอย่าง และเก็บข้อมูลโดยการส่งจดหมาย ใช้แบบสอบถาม 771 ชุด และใช้เกณฑ์การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยการให้คะแนนสำหรับการวัดด้วยมาตรฐานวัดลิเคิร์ต (Likert scale) แบบ 5 ระดับ ได้รับการตอบกลับ 192 ชุดซึ่งคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 24.90 สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้งทางด้านความฉลาดทางอารมณ์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ จริยธรรมองค์การ การติดต่อสื่อสารแบบสองทางมีผลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย ยกเว้นความฉลาดทางอารมณ์ด้านความสามารถส่วนบุคคลซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความฉลาดทางอารมณ์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ จริยธรรมองค์การ และการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง มีความสัมพันธ์กับการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

คำสำคัญ: การกำกับดูแลกิจการ ลักษณะของเจ้าของ จริยธรรมองค์การ การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง

Abstract

This study aims to 1) study the relationship of emotional intelligence, personality traits, ethical organization, two-way communication affecting the corporate governance of small and medium enterprises, and 2) study the level of emotional intelligence, personality traits, ethical organization, and two-way communication affecting the corporate governance of small and medium enterprises. The

population is small and medium size food Industry in Thailand. The sample size was defined at 260. The data was collected using questionnaires based on five-level Likert scale and sent out through mail. Total questionnaire sent out was 771 and 192 was returned (24.90%). Statistics introduced were mean and standard deviation, and Chi-Square test. The results were as follows: factors in emotional intelligence personality traits, ethical organization, and two-way communication have impact to corporate governance of small and medium enterprises. Most factors are in the level of medium, except emotional intelligence, and personal traits are at extremely high level. Through hypothesis test, emotional intelligence, personality traits, ethical organization and two-way communication are correlated to corporate governance of small and medium-size enterprises at statistically significant at 0.05 which agree with the hypothesis.

Keywords: Corporate governance, ownership, ethical organization, two-way communication

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ “เอสเอ็มอี” (Small and Medium Enterprises: SMEs) ถือเป็นธุรกิจที่สำคัญอย่างยิ่งของ ระบบเศรษฐกิจ ถ้าหากประเทศมีผู้ประกอบการ SMEs ที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาสินค้าและบริการ มีกระบวนการผลิตที่เข้มแข็ง มีความคิดในเชิงสร้างสรรค์ ก็จะสามารถสร้างคน สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ สร้างทักษะฝีมือ สร้างเงินตราเข้าประเทศและท้ายที่สุดก็สามารถสร้างความยั่งยืนให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ จากข้อมูลรายงานสถิติของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่ามีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการจ้างงาน ในช่วงปี 2555-2558 ในสัดส่วนที่สูงมาก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558) ซึ่งปัจจุบันประสบปัญหาในหลายๆ ด้าน อาทิเช่น ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ปัญหาด้านการขาดเงินทุนเนื่องจากไม่ได้รับความเชื่อถือจากสถาบันการเงิน รวมถึงปัญหาจากการที่เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ จึงส่งผลให้เกิดการจดทะเบียนเลิกกิจการเพิ่มขึ้น และจากข้อมูลยังพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 35-40 เท่านั้น ซึ่งต่างจากประเทศที่พัฒนาแล้วอื่นที่เติบโตร้อยละ 90 เช่นประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 80

จากสภาพปัญหาเหล่านี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากการกำกับดูแลกิจการที่ดีถือเป็นเครื่องมือช่วยในการบริหารจัดการองค์การให้มีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบ เกิดความโปร่งใส ทำให้สถาบันการเงิน และผู้มีส่วนได้เสียเกิดความเชื่อมั่น ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันที่เข้มแข็ง รวมถึงแนวคิดเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการยังได้รับการยอมรับว่าเป็นพื้นฐานของความสำเร็จที่ยั่งยืนอีกด้วย (ศิลปพร ศรีจันเพชร, 2554) โดยงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาไปยังอุตสาหกรรมผลิตอาหารในประเทศไทย ทุกประเภทตามที่มีการแบ่งตามหลักของกรมอุตสาหกรรมโรงงาน เนื่องจากอุตสาหกรรมผลิตอาหารนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นปัจจัยหลักสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ และถือเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้หลักเฉลี่ยสูงที่สุดในภาคอุตสาหกรรมการผลิต และมีจำนวนธุรกิจ SMEs มากที่สุดในภาคอุตสาหกรรมการผลิตด้วย

เช่นกัน นอกจากนี้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2559) ยังได้จัดให้อุตสาหกรรมผลิตอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีโอกาสเติบโตสูง ซึ่งถูกจัดอยู่ทั้งในกลุ่มอุตสาหกรรมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (High Growth Sector) และกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ (High Impact Sector)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความฉลาดทางอารมณ์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ จริยธรรมองค์กร และการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง กับ การกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยในด้านความฉลาดทางอารมณ์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ จริยธรรมองค์กร การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ที่มีความสัมพันธ์กับการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านความฉลาดทางอารมณ์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ จริยธรรมองค์กร และการติดต่อสื่อสารแบบสองทางมีความสัมพันธ์กับการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะผลการวิจัยที่ได้ทำให้ได้ทราบถึงระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการ และระดับของการกำกับดูแลกิจการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งจะทำให้เกิดการส่งเสริมและพัฒนาองค์กรได้อย่างเหมาะสม รวมถึงทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการกำหนดแผนพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ความโปร่งใส และสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดีขึ้นด้วย
2. ประโยชน์ในเชิงวิชาการ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ยังไม่ได้มีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างนี้มากนัก ผลที่ได้ถือเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่จะทำให้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่จะส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมถึงจะส่งผลต่อยอดไปยังผลการดำเนินงานทางการเงินอย่างไร ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์กับวงการวิชาการในการนำผลการวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนารูปแบบการกำกับดูแลกิจการให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นรูปธรรมและเป็นหลักปฏิบัติที่เชื่อถือได้ต่อไป

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดสำหรับงานวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะของเจ้าของซึ่งประกอบด้วย

1.1 ความฉลาดทางอารมณ์ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่ผู้บริหารจะต้องมีความฉลาดในการบริหารจัดการกับอารมณ์ของตนเอง ซึ่งจะส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามแนวคิดของ Goleman (1998) ซึ่งประกอบด้วย 1) ความสามารถส่วนบุคคล และ 2) ความสามารถทางสังคม

1.2 ลักษณะทางบุคลิกภาพถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดีเช่นกัน ซึ่งลักษณะทางบุคลิกภาพเกิดจากลักษณะภายในของบุคคลซึ่งจะส่งผลออกมาเป็นพฤติกรรมหรือการกระทำตามแนวคิด The Big five Model ของ Costa and McCare (1992) ซึ่งประกอบด้วย 1) การเป็นคนเปิดเผย และ 2) การเป็นคนมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี

2. ปัจจัยด้านจริยธรรมองค์กร ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจที่จะสามารถสร้างความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ตามหลักการของ Gilligan (2008) and Noddings (1984) ประกอบด้วยตัวแปรสองตัว คือ 1) จริยธรรมความห่วงใย และ 2) จริยธรรมความยุติธรรม

3. การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง สาเหตุที่สนใจศึกษาเรื่องนี้เพราะการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง คือ สื่อสารเพื่อทำความเข้าใจระหว่างกันผ่านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจะต้องมีช่องทางการสื่อสารที่ดี ทัวถึง โดยการสื่อสารแบบสองทางเป็นวิธีการส่งข้อมูลโดยมีการย้อนกลับของข้อมูล ซึ่งจะส่งผลให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจในความหมายที่สื่อไปในทิศทางเดียวกัน ตามแนวคิดทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552) สุพานี สุภะภูวานิช (2552) สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2552) วิภาส ทองสุทธิ (2553) ภาวิณี เพชรสว่าง (2552) และ วิรัช สงวนวงศวาน (2551)

และจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการหรือมิติของการกำกับดูแลกิจการผู้วิจัยผู้วิจัยจึงได้ทำการสรุปและเลือกใช้มิติในการกำกับดูแลกิจการสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3 มิติ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

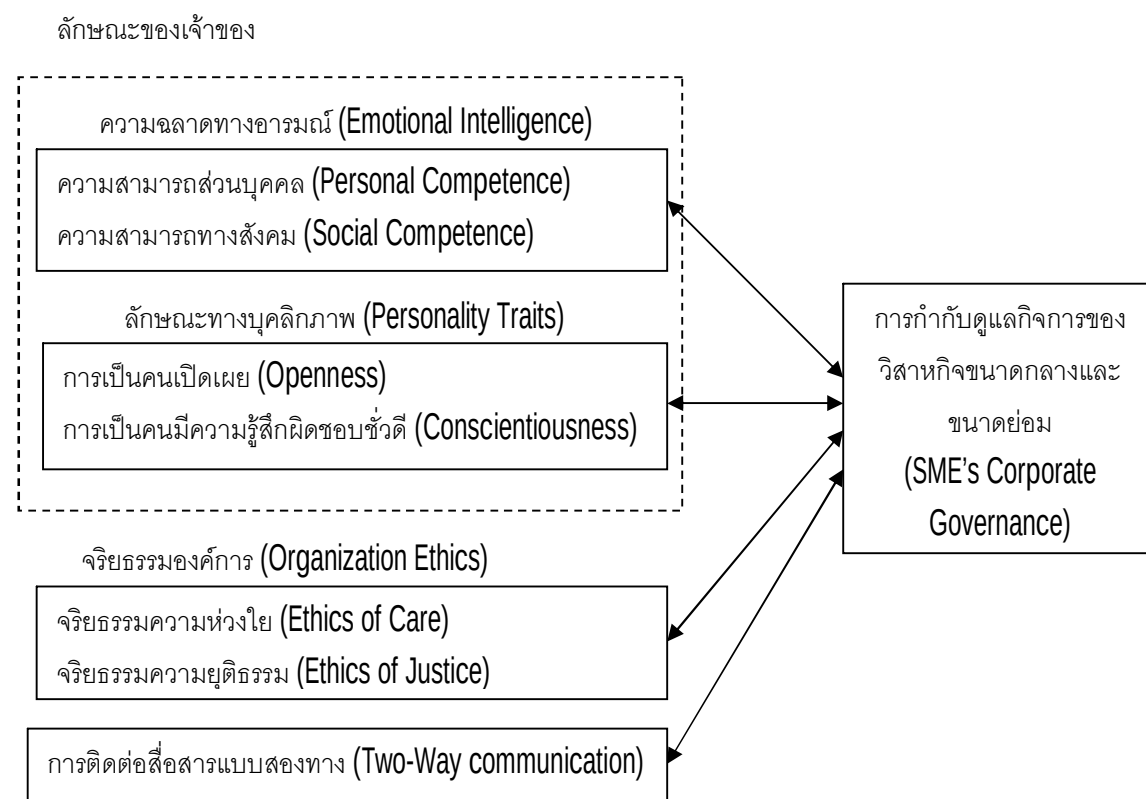
1. ความรับผิดชอบ (accountability) หมายถึง ความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย อันเกิดจากการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยธุรกิจจะต้องยอมรับกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจหรือการบริหารธุรกิจ รวมถึงต้องมีการตรวจสอบ ติดตาม กำกับดูแล และควบคุมงานในทุกส่วนอย่างรอบคอบด้วย

2. ความโปร่งใส (transparency) การปฏิบัติงานขององค์กรที่ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้ ไม่บิดเบือนข้อมูลไม่ว่าจะเป็นด้านดีหรือเสียต่อบริษัท มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องให้กับพนักงานและเพื่อนร่วมงานรับรู้ เนื่องจากความโปร่งใสจะนำมาซึ่งการไว้วางใจซึ่งกันและกันและเป็นรากฐานของการทำงานร่วมกันเพื่อให้สามารถผ่านวิกฤตและปัญหาที่มีทั้งหมดได้อย่างราบรื่น

3. การมีส่วนร่วม (participatory involvement) หมายถึง การให้โอกาสบุคคลที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ มีการกระจายอำนาจอย่างทั่วถึง มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในองค์กร เพื่อนำมาสู่การวางแผนการปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์และมีเป้าหมายในการทำงานเดียวกัน

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอาหารที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมทั้งหมดในประเทศไทย จำนวน 4,670 แห่ง (กรมโรงงานอุตสาหกรรม. 2559) ซึ่งตัวแปรอิสระที่มากที่สุดที่ใช้ในงานวิจัยนี้มี 13 ตัวแปร โดย Hair et al (2010) ได้เสนอแนะให้เก็บข้อมูล 20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงเท่ากับ 260 ตัวอย่าง (13×20) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ 1) ความฉลาดทางอารมณ์ 2) ลักษณะทางบุคลิกภาพ 3) จริยธรรมในองค์กร และ 4) การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เริ่มต้นจากการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อยืนยันตัวแปรและกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ คือ นักวิชาการที่มีความรู้ด้านการกำกับดูแลกิจการ และผู้บริหารของบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการกำกับดูแลกิจการและการบริหารงาน โดยใช้โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) และใช้วิจัยเชิงปริมาณ คือ การวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ประเภทของการวิจัยที่นำมาใช้ คือ การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administered Questionnaires) โดยเก็บข้อมูลกับเจ้าของกิจการหนึ่ง 1 ท่าน ต่อ 1 กิจการ

ผู้วิจัยได้ออกแบบมาตรวัดแบบ Likert Scale ในการวัดระดับความเห็นด้วยของตัวชี้วัดต่างๆ ที่ใช้วัดตัวแปร อันประกอบไปด้วย

1. ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ไม่เห็นด้วย
3. ไม่แน่ใจว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย
4. เห็นด้วย
5. เห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยที่ตัวชี้วัด (Indicators) ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวัดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดนั้นประกอบไปด้วยตัวชี้วัดที่ปรับประยุกต์มาจาก แนวคิด ทฤษฎี และมาตรวัดที่นักวิจัยท่านอื่นเคยใช้มาแล้ว โดยได้กำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อใช้ในการแปลความของอันตรภาคชั้น ดังนี้

สูตร

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด}-\text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

ดังนั้น ในการวัดระดับการประเมินจึงสามารถกำหนดอันตรภาคชั้นได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับไม่แน่ใจว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับเห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม จากข้อมูลที่เก็บได้ จำนวน 192 ตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 59.90 ที่เหลือเป็นวิสาหกิจขนาดกลางคิดเป็นร้อยละ 40.10 โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งอยู่ในตำแหน่งประธานกรรมการคิดเป็นร้อยละ 84.40 รองลงมาคือตำแหน่งกรรมการบริหารคิดเป็นร้อยละ 15.60 ซึ่งเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 51.60 ที่เหลือเป็นเพศหญิงร้อยละ

48.40 และมีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงมาคือระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 31.80 และเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 192 คน ซึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจโดยเฉลี่ยคือ 12.91 ปี และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 8.50 และอายุของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยอยู่ที่ 41.74 ปี และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.14

ส่วนที่ 2 ระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 สรุป ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมายว่า
1. ความฉลาดทางอารมณ์			
1.1 ความสามารถส่วนบุคคล	4.24	0.487	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.2 ความสามารถทางสังคม	4.05	0.474	เห็นด้วย
2. ลักษณะทางบุคลิกภาพ			
2.1 การเป็นคนเปิดเผย	4.00	0.545	เห็นด้วย
2.2 การเป็นคนมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี	4.14	0.495	เห็นด้วย
3. จริยธรรมองค์การ			
3.1 จริยธรรมความห่วงใย	4.16	0.564	เห็นด้วย
3.2 จริยธรรมความยุติธรรม	4.17	0.568	เห็นด้วย
4. การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง	3.89	0.605	เห็นด้วย
5. การกำกับดูแลกิจการ	4.05	0.506	เห็นด้วย

จากตาราง พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร ตัวแปรความสามารถส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.24 ความสามารถทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.05 การเป็นคนเปิดเผยมีค่าเฉลี่ย 4.00 การเป็นคนมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดีมีค่าเฉลี่ย 4.14 จริยธรรมความห่วงใยมีค่าเฉลี่ย 4.16 จริยธรรมความยุติธรรมมีค่าเฉลี่ย 4.17 การติดต่อสื่อสารแบบสองทางมีค่าเฉลี่ย 3.89 การกำกับดูแลกิจการมีค่าเฉลี่ย 4.05 ผลการดำเนินงานทางการเงินมีค่าเฉลี่ย 3.55 ความสามารถในการแข่งขันมีค่าเฉลี่ย 3.73 และการเจริญเติบโตของลูกค้านั้นมีค่าเฉลี่ย 3.71 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย ยกเว้นความสามารถส่วนบุคคลอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตาราง 2 การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความฉลาดทางอารมณ์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ จริยธรรมองค์การ และการติดต่อสื่อสารแบบสองทางกับการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปัจจัยด้าน	Sig	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ความฉลาดทางอารมณ์ ด้านความสามารถส่วนบุคคล	.001*	สอดคล้อง
ความฉลาดทางอารมณ์ ด้านความสามารถทางสังคม	.000*	สอดคล้อง
ลักษณะทางบุคลิกภาพด้านการเป็นคนเปิดเผย	.000*	สอดคล้อง
ลักษณะทางบุคลิกภาพด้านการเป็นคนมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี	.000*	สอดคล้อง
จริยธรรมองค์การด้านจริยธรรมความห่วงใย	.000*	สอดคล้อง
จริยธรรมองค์การด้านจริยธรรมความยุติธรรม	.000*	สอดคล้อง
การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง	.000*	สอดคล้อง

จากตาราง 2 สรุปได้ว่า ลักษณะของเจ้าของด้านความฉลาดทางอารมณ์ ซึ่งประกอบด้วย ความสามารถส่วนบุคคลและความสามารถทางสังคม ลักษณะทางบุคลิกภาพซึ่งประกอบด้วยการเป็นคนเปิดเผยและการเป็นคนมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ปัจจัยด้านจริยธรรมองค์การด้านจริยธรรมความห่วงใยและจริยธรรมความยุติธรรม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง มีความสัมพันธ์กับการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอาหารในประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้อค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ ซึ่งจะนำมาอภิปราย ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะของเจ้าของในด้านความฉลาดทางอารมณ์ ซึ่งประกอบด้วย 1) ความสามารถส่วนบุคคล และ 2) ความสามารถทางสังคม และลักษณะทางบุคลิกภาพ ซึ่งประกอบด้วย 1) การเป็นคนเปิดเผย และ 2) การเป็นคนมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี จริยธรรมองค์การซึ่งประกอบด้วย 1) จริยธรรมความห่วงใย และ 2) จริยธรรมความยุติธรรม และตัวแปรการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ที่มีความสัมพันธ์กับการกำกับดูแลกิจการ ฯลฯ สามารถสรุปได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านความฉลาดทางอารมณ์ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความฉลาดทางอารมณ์มีผลต่อการกำกับดูแลกิจการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เท่ากับ 4.15 โดยปัจจัยด้านความฉลาดทางอารมณ์ที่จะนำไปสู่การกำกับดูแลกิจการที่ดีมากที่สุด คือ ด้านความสามารถส่วนบุคคล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งเท่ากับ 4.24 ส่วนความสามารถทางสังคมมีค่าเฉลี่ยรองลงมาซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยเท่ากับ 4.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ งานวิจัยของ Gladson; & Augustine (2008) ซึ่งพบว่า ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการที่มีความฉลาดทางอารมณ์ สามารถจัดการและรับมือกับอารมณ์ของสมาชิกในกลุ่มได้ดี ส่งผลต่อความสามารถในการกำกับดูแลกิจการและการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางบุคลิกภาพ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ลักษณะทางบุคลิกภาพมีผลต่อการกำกับดูแลกิจการ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยเท่ากับ 4.07 โดยปัจจัยที่จะนำไปสู่การกำกับดูแลกิจการที่ดีมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการเป็นคนมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดีโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยเท่ากับ 4.14 ส่วนปัจจัยด้านการเป็นคนเปิดเผยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยเท่ากับ 4.00 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Barrick; & Mount (2001) และซึ่งพบว่า ลักษณะทางบุคลิกภาพทั้งลักษณะการเป็นคนเปิดเผย และการเป็นคนรู้สึกผิดชอบชั่วดีส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้บริหารหรือผู้จัดการ นอกจากนี้ รายงานของ OECD (2009b) กล่าวว่า ปัญหาของการกำกับดูแลกิจการ คือ การที่เจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารขาดความซื่อสัตย์จนทำให้กิจการล้มละลาย ซึ่ง พฤติกรรมที่ไม่ซื่อสัตย์สุจริตนั้น เป็นผลมาจากลักษณะทางบุคลิกภาพที่อยู่ภายในของผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ

ปัจจัยด้านจริยธรรมองค์การ ผลการวิเคราะห์ พบว่า จริยธรรมองค์การมีผลต่อการกำกับดูแลกิจการในระดับเห็นด้วยเท่ากับ 4.17 โดยปัจจัยด้านจริยธรรมความห่วงใยเป็นปัจจัยที่จะส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยเท่ากับ 4.17 ส่วนจริยธรรมความห่วงใยมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยเช่นกันเท่ากับ 4.16 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Luu (2014) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการและการสร้างตราสินค้า และพบว่า จริยธรรมส่งผลให้การกำกับดูแลกิจการมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ McCarthy; & Puffer (2002) ที่พบว่า บริบทหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการเกิดจากความเชื่อถือในระบบการทำงานและความเชื่อถือในตัวผู้บริหารที่จะต้องมีความซื่อสัตย์สุจริตในการบริหารงาน ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน นอกจากนี้งานวิจัยของ Lori; Ann; & Robert (2010) ยังพบว่า องค์การควรมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเพื่อป้องกันการใช้อำนาจในทางที่ผิดและก่อให้เกิดความขัดแย้งในการบริหารงาน

ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ผลการวิเคราะห์ พบว่า การติดต่อสื่อสารแบบสองทางมีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Baldo (2012) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม และการกำกับดูแลกิจการของธุรกิจ SME ในอิตาลี และพบว่า การติดต่อสื่อสารขององค์การส่งผลกระทบต่อผลการกำกับดูแลกิจการในแง่ของความโปร่งใสในกระบวนการตัดสินใจและการเปิดเผยเกี่ยวกับนโยบายของบริษัทที่ชัดเจน และเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ Bloisi; et al. (2007) ยังพบว่าการติดต่อสื่อสารถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การทำงานขององค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอีกด้วย

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านความฉลาดทางอารมณ์ ซึ่งองค์การควรเน้นให้เจ้าของกิจการมีความฉลาดทางอารมณ์ ด้านความสามารถส่วนบุคคล คือ เจ้าของในการควบคุมอารมณ์และความต้องการของตนเองอยู่เสมอเพื่อที่จะสามารถจัดการกับอารมณ์ของตนเองได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ เมื่อผู้บริหารมีการจัดการกับอารมณ์ของตนเองได้ย่อมส่งผลให้ผู้บังคับบัญชาเกิดการยอมรับและพึงพอใจต่อการบริหารจัดการขององค์การตามมา
2. ด้านลักษณะทางบุคลิกภาพ พบว่า ลักษณะของการเป็นคนมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดีมีความสำคัญต่อการส่งผลให้เกิดการกำกับดูแลกิจการกล่าว ดังนั้น ผู้บริหารต้องเป็นคนที่สามารถแยกแยะสิ่งที่ดีว่าอะไร คือ สิ่ง

ถูก และอะไรไม่ถูกต้อง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดเป็นความเท่าเทียม และต้องมีการบริหารงานภายใต้ความถูกต้อง ยุติธรรม ไม่เอารัดเอาเปรียบพนักงานหรือผู้มีส่วนได้เสีย

3. ด้านจริยธรรมองค์กร พบว่า จริยธรรมความยุติธรรมมีผลต่อการกำกับดูแลกิจการมากที่สุด ดังนั้น องค์กรควรมีการบริหารจัดการโดยยึดหลักความยุติธรรม เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารต้องมีความเป็นธรรมในการทำธุรกิจ มีความยุติธรรมในการตัดสินใจหรือบริหารงาน ซึ่งจะทำให้เกิดความเชื่อถือและยอมรับในตัวองค์กร เมื่อพนักงานและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้เสียเกิดความเชื่อถือและยอมรับในตัวองค์กรแล้วย่อมจะส่งผลทำให้เขาเหล่านั้นจงรักภักดีและร่วมทำกิจกรรมต่างๆ กับองค์กรอย่างยั่งยืนต่อไป

4. ด้านการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง โดยองค์กรต้องมีการเน้นระบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางระหว่างพนักงานในทุกระดับให้มากขึ้น เพื่อการสื่อสารข้อมูลหรือรายงานปัญหาและแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วรวมถึงจะช่วยสร้างการยอมรับให้กับพนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังถือเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้เสนอแนะข้อคิดเห็นได้อย่างเป็นอิสระซึ่งจะช่วยสร้างความกระตือรือร้น และความภาคภูมิใจที่ได้เข้ามามีส่วนในการแสดงความคิดเห็นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือหน่วยงานที่กำกับดูแล ควรมีการส่งเสริมและให้ความรู้เพิ่มเติมกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความสามารถทางสังคม ความสามารถส่วนบุคคลและสร้างวิธีการติดต่อสื่อสารแบบสองทางที่มีประสิทธิภาพ โดยอาจสร้างโครงการอบรมให้ความรู้หรือเพิ่มเติมเทคนิคที่จะสามารถนำไปประยุกต์ปฏิบัติได้

2. นอกจากนี้ยังควรส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเน้นการบริหารงานโดยยึดหลักการมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจโดยอาจมีการกำหนดเป็นกฎ ระเบียบ หรือข้อบังคับที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถปฏิบัติตามได้

3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มเติม โดยการปรับประยุกต์จากกรอบแนวคิดงานวิจัยนี้ กับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอาหาร เพื่อยืนยันผลการวิจัยและเพื่อจะได้ข้อค้นพบใหม่ ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2559). สถิติโรงงานอุตสาหกรรมปี 2558. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=spss58>.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเปิดรายชื่อ 15 กลุ่ม SMEs เติบโตสูงที่สุด, ศูนย์รวมข้อมูลเพื่อธุรกิจเอสเอ็มอี. สืบค้นเมื่อ 17 เมษายน 2559, จาก <http://www.smethailandclub.com/news-view.php?id=5820>.

ภาวณี เพชรสว่าง. (2552). พฤติกรรมองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : ซีวีแอลการพิมพ์.

วิภาส ทองสุทธิ. (2553). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: อินทภาษา, 2552. 512 หน้า. ISBN 978-611-90269-1-9.

วิรัช สงวนวงษ์วาน. (2551). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคณะ. (2552). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์. ISBN 978-974-88136-6-0.

- ศิลปพร ศรีจันทเพชร. (2554, กรกฎาคม-กันยายน). คุณธรรม จริยธรรม: กลไกเสริมสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี. *วารสารบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. 34(131): 1-4.
- สร้อยตระกูล (ดิทยานนท์) อรรถมานะ. (2552). *พฤติกรรมองค์การ ทฤษฎีและการประยุกต์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไตรมาสที่ 1 ปี 2558 (เดือนมกราคม-มีนาคม 2558)*. สืบค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2558 จาก, <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/White%20Paper/2544/ch1.pdf>.
- สุพานี ศฤงคารนิข. (2552). *พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่: แนวคิดและทฤษฎี*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ISBN 978-974-466-372-6.
- Baldo, Del M. (2012). Corporate Social Responsibility and Corporate Governance in Italian SMEs: The Experience of Some “Spirited Businesses”. Department of Business Studies, University of Urbino.
- Barrick, M. R.; Mount, M. K.; & Judge, T. A. (2001). Personality and Performance at the Beginning of the New Millennium: What Do We Know and Where Do We Go Next?. *International Journal of Selection and Assessment*. 9: 9-30.
- Bloisi, W.; Cook, C. W.; & Hunsaker, P. L. (2007). *Management & organizational Behavior*. 2nd ed., Maidenhead: McGraw-Hill.
- Costa, P. T., Jr.; & McCare, R. R. (1992). NEO Personality Inventory-Revised (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) Professional Manual. Psychological Assessment Resources: Odessa, FL.
- Gilligan, C. (2008). Moral Orientation and Moral Development. *The Feminist Philosophy Reader*. By Alison Bailey and Chris J. Cuomo. Boston: McGraw-Hill.
- Gladson, N.; & Augstine, I. A. (2010). Marketing in Governance: Emotional Intelligence Leadership for Effective Corporate Governance. *Corporate Governance*. 10(2): 150-162. Doi 10.1108/14720701011035675.
- Hair, J. F.; et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 17th ed., Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.
- Lori, V. R.; Ann, K. B.; & Robert, W. K. (2010). New Directions in Corporate Governance and Finance: Implications for Business Ethics Research *Business Ethics Quarterly*. Volume 20/Issue 04/October 2010, pp 673-694.
- Luu., T. T. (2014). Corporate Governance and Brand Performance. *Management Research Review*. 37(1): 45-68. DOI 10.1108/MRR-08-2012-0183.
- Noddings, N. (1984). *Caring: A Feminine Approach to Ethics and Moral Education*. Berkeley: University of California Press.
- OECD Report. (2009b). *Corporate Governance and the Financial Crisis: Key Findings and Main Messages*. OECD. June.

NBUS037: คุณลักษณะบุคลากรที่ส่งผลต่อสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา PERSONNEL OF FACTORS AFFECTING MANAGEMENT COMPETENCIES FOR VOCATIONAL INSTITUTIONS

ณัฐภัสสร ธนาบรรพการ¹ ดร.ตระกูล จิตวัฒนาร² รศ.ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์³

¹ นักศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

^{2,3} อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะบุคลากรที่ส่งผลต่อสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรครู ครูชำนาญการพิเศษ และบุคลากร ของสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร ในสังกัด 13 วิทยาเขต จำนวน 317 คน การวิเคราะห์ทางสถิติใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66 มีตำแหน่งงาน ครูชำนาญการพิเศษ ร้อยละ 33 รองลงมา ตำแหน่งบุคลากรครูและครูระดับปฏิบัติการ ร้อยละ 33 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 82 รองลงมาปริญญาโท ร้อยละ 16 และปริญญาเอก ร้อยละ 2 และประสบการณ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 6-10 ปี ร้อยละ 80 รองลงมาน้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 18 และ 11-15 ปี ร้อยละ 2 2) สมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษามีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะบุคลากร โดยรวมด้านเพศ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคุณลักษณะบุคลากรด้านประสบการณ์โดยรวมไม่พบความแตกต่าง

คำสำคัญ: คุณลักษณะบุคลากร, สมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา

Abstract

The purpose of this research was to study personnel of affecting management competencies for vocational institutions. Research samples of 317 persons, teachers, specialists, specialists and personnel of Bangkok vocational institutes. Statistical analysis uses descriptive statistics and inferential statistics. The research found that 1) The majority of respondents were female percentage of 66 jobs Teacher Specialist percentage of 33, followed by the teacher and principal operating level of 33 level education, 82 percent, followed by a master's degree. 16 percent and 2 percent doctorate and experience mainly in the 6-10 years, 80 percent, followed by 18 percent to less than 5 years, 11-15 years and 2 percent. 2) Performance Management Institute of Vocational Education has different features based personnel. Overall, sex, education, jobs. statistically significant at the .01 level. The feature personnel overall experience was not significantly different.

Keywords: Characteristics Personnel, The Vocational Institutions Management Competencies

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร มีหน้าที่หลักเป็นสถาบันอุดมศึกษาในกำกับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษากระทรวงศึกษาธิการ เกิดจากการรวมตัวกันของกาญจนาภิเษกวิทยาลัย ช่างทองหลวง วิทยาลัยเทคนิค วิทยาลัยพาณิชยการ และวิทยาลัยอาชีวศึกษาในกลุ่มกรุงเทพมหานคร เพื่อทำหน้าที่ผลิตปัญญาชนคนอาชีวศึกษาสู่ตลาดแรงงานซึ่งในปัจจุบันถือว่ามีความต้องการสูง และเพิ่มอัตรากำลังคนอาชีวศึกษาให้ได้รับการศึกษาขั้นสูง โดยเปิดทำการสอนในระดับปริญญาตรี (สายปฏิบัติการ) ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) โดยมีศูนย์กลางตั้งอยู่ในวิทยาลัยเทคนิคราชสีห์ธรรม เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร ซึ่งในปัจจุบันสถานศึกษาต้องสร้างความมั่นใจให้แก่สังคมว่า จะสามารถผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ที่ตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากลจากการรวมตัวของประเทศในภูมิภาคอาเซียนด้วย ดังนั้นสถาบันการอาชีวศึกษาจึงต้องมีระบบและกลไกในการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงาน ซึ่งในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2545 และฉบับที่ 3 พ.ศ. 2553 ได้ระบุให้หน่วยงานต้นสังกัดและสถานศึกษาจัดให้มีระบบประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ประกอบกับพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2546 และกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กำหนดให้สำนักแผนพัฒนาการศึกษาของ กระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา (พ.ศ. 2559-2563) และ (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. 2558: ออนไลน์) ยุทธศาสตร์แผนพัฒนาการศึกษาของอาชีวศึกษา (2560-2564) สมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา โดยคำนึงถึงความเป็นเลิศด้านวิชาการของสถานศึกษา เพื่อสนับสนุนบุคลากรของสถาบันการอาชีวศึกษา ชี้อย่างก้าวสู่ยุค 4.0 ได้ต้องจัดการคน ปรับระบบการศึกษา ใช้ชีวะนะนำ ผลักดันสถานะเทียบเท่ามหาวิทยาลัยเตรียมความพร้อมขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรม” กล่าวได้ว่าประเทศไทยจะก้าวสู่ยุค 4.0 ได้นั้นต้องมีการขับเคลื่อนพัฒนาระบบการจัดการคน ซึ่งจะสร้างคนเพื่อสร้างนวัตกรรมได้ต้องเริ่มจากการมีระบบการศึกษา ที่ดีและมีความเข้มแข็ง จึงต้องกลับไปมองภาคการศึกษาของไทยว่าครูผู้สอน อาทิ การกำหนดให้ครู ศึกษานิเทศก์ และบุคลากรประจำหลักสูตรมีคุณสมบัติที่เหมาะสมมีจำนวนตามเกณฑ์มาตรฐานทางวิชาการ ของหลักสูตร มีการวางแผนจัดหาอัตรากำลังครูคณาจารย์ และบุคลากร ที่มีคุณภาพให้มีจำนวนเหมาะสมกับจำนวนนักศึกษาที่รับ พัฒนาปริมาณคุณภาพ และแหล่งเรียนรู้ใหม่ในการบริหารจัดการใหม่ หลักสูตรได้มีส่วนสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและผลิตนวัตกรรมได้หรือไม่ เพราะตอนนี้เด็กไทยใช้ชีวิตเรื่อย ๆ ไม่ได้มองว่าประเทศกำลังวิกฤตเศรษฐกิจ ขณะที่ประเทศที่ประสบความสำเร็จ อย่างสิงคโปร์ มาเลเซีย ประชาชนของพวกเขาจะพยายามให้คนของตัวเองตื่นตัว รับมือกับวิกฤตต่างๆ และมีระบบการศึกษาที่สร้างให้คนของเขามีนวัตกรรม อย่างไรก็ตาม การพัฒนาระบบการจัดการคนต้องทำให้มีทักษะที่ไม่ใช่เพียงคิดเป็น แก้ปัญหาได้ แต่ต้องรู้จักนำความรู้ ข้อมูลที่มีมากมายบนโลกดิจิทัลที่พวกเขาสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสร้างองค์ความรู้ นวัตกรรม โดยพวกเขาต้องเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง สถานศึกษาต้องร่วมมือกับภาคธุรกิจ เอกชนในการพัฒนาสร้างเด็กร่วมกันเพื่อให้เด็กมีศักยภาพ ทำงานได้สอดคล้องกับที่สถานประกอบการต้องการ และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ รวมถึงต้องมีการเพิ่มเติมทักษะภาษาอังกฤษร่วมด้วย เนื่องจากตอนนี้ คนไทยมีทักษะภาษาอังกฤษต่ำมาก ทำให้พลาดโอกาสดีในหลายๆ เรื่อง “ระบบการศึกษาของไทยไม่ได้ทำให้เด็กเข้าใจอาชีพ บางคนเลือกเรียนเพราะอยากได้ปริญญาตรี ไม่ใช่เพื่อออกมาทำงานในสิ่งที่ตนเองเรียนมา อีกทั้งเด็กก็ไม่เคยเข้าไปปฏิบัติหรือเรียนรู้งานจริงๆ อาชีวะจะเป็นการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติ แต่กลับมีคนสนใจเรียนน้อย ดังนั้น ระบบการศึกษาต้องผลักดันให้เด็กสนใจเรียนอาชีวะมากขึ้น และต้องทำให้เด็กอาชีวะมีสถานะสูงเทียบเท่าปริญญาตรี อาทิ เงินเดือน

เพราะสำหรับประเทศที่พัฒนาแล้ว คนจบอาชีวะจะเป็นคนที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศอย่างมาก” (ฤกษ์ชัย เพ็ชรคง. 2560: ออนไลน์)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจทำวิจัยเรื่อง คุณลักษณะบุคลากรที่ส่งผลต่อสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา ซึ่งได้นำเสนอในส่วนของปัจจัยคุณลักษณะบุคลากรที่แตกต่างกันมีผลต่อสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา และสามารถนำไปวางแผนการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาเพื่อเป็นการเพิ่มสมรรถนะการจัดการของสถาบันอาชีวศึกษาให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และผลวิจัยที่ได้สามารถนำไปวิจัยเพื่อหากลยุทธ์/แนวทางการพัฒนาสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาประเทศไทย 4.0 ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นตามสมรรถนะของสถาบันการอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์และในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป (เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว. 2556: 123-125)

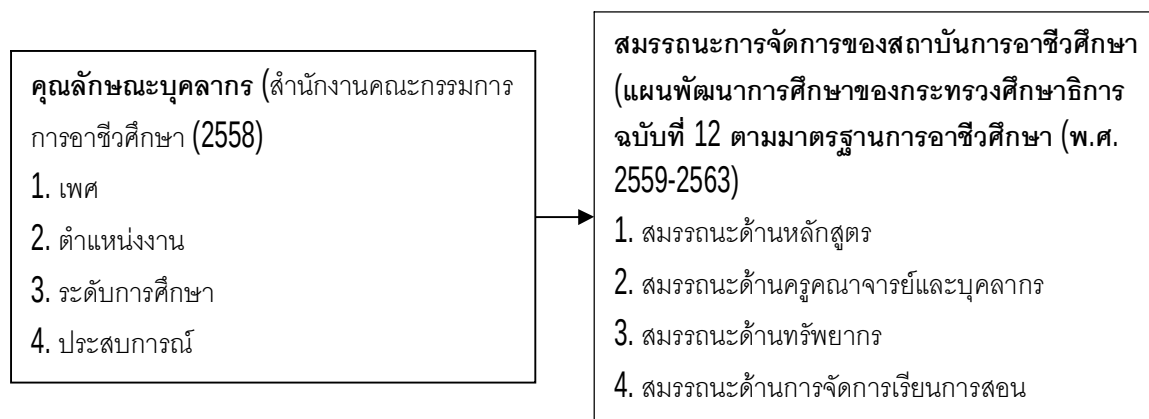
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาคุณลักษณะบุคลากรที่ส่งผลต่อสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา

สมมติฐานในการวิจัย

คุณลักษณะบุคลากรที่แตกต่างกันมีผลต่อสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาที่แตกต่างกันของสถาบันการอาชีวศึกษา/วิทยาลัยการอาชีวศึกษา

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากร งานวิจัยมุ่งศึกษาสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา ของบุคลากรครู ครูระดับปฏิบัติการ และครูชำนาญการพิเศษ ของสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร จำนวน 1,528 คน โดยแบ่งเป็น 13 วิทยาเขต โดยการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ เครจซี; และ

มอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970: 607-610) ได้กลุ่มตัวอย่าง 317 คน และสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน (Stratified Random Sampling)

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยศึกษาตัวแปรต่างๆ ตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย โดยศึกษาและเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ ซึ่งฐานข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ข้อมูลจากแผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 ตามมาตรฐานการอาชีวศึกษา (พ.ศ. 2559-2563)

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คุณลักษณะบุคลากร ประกอบด้วย เพศ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา ประสบการณ์

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ สมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา ประกอบด้วย สมรรถนะด้านหลักสูตร สมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากร สมรรถนะด้านทรัพยากร และสมรรถนะด้านการจัดการเรียนการสอน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบเก็บข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และมีประสบการณ์ในเรื่องสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence Index: IOC) และการหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้สูตรการคำนวณค่าแอลฟาของครอนบัท (Cronbach's alpha) มากกว่า 0.7 ซึ่งถือว่า แบบสอบถามมีความเหมาะสมในการนำมาใช้ประโยชน์ในงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล จากคนบดัดจนถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง บุคลากรในสถานศึกษาที่สังกัดสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 317 คน และตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลจากแบบสอบถาม ก่อนที่จะนำมาประมวลผล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยวิเคราะห์คุณลักษณะบุคลากรในสถานศึกษาโดยวิธีการพรรณนาจากเนื้อหาและค่าสถิติบรรยาย วิเคราะห์สมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาแยกตามคุณลักษณะบุคลากรในสถานศึกษา โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA วิเคราะห์โดยใช้สถิติ F และ t

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะบุคลากร ของกลุ่มตัวอย่าง บุคลากรครู ครูชำนาญการพิเศษ และบุคลากรของสถาบัน จำนวน 317 คน และคุณลักษณะบุคลากรแยกตามสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาได้ผลสรุปดังตาราง 1 และตาราง 5

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงพรรณนาเกี่ยวกับคุณลักษณะบุคลากร

ตาราง 1 จำนวนร้อยละของบุคลากรของสถาบันการอาชีวศึกษา

สถานภาพ	จำนวน (n = 317)	ร้อยละ
1. เพศ		
หญิง	210	66.20
ชาย	107	33.80
2. ตำแหน่ง		
บุคลากรครู	105	33.10
ครูระดับปฏิบัติการ	105	33.10
ครูชำนาญการพิเศษ	107	33.80
3. ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	260	82.00
ปริญญาโท	52	16.40
ปริญญาเอก	5	1.60
4. ประสบการณ์		
น้อยกว่า 5 ปี	57	17.98
6-10 ปี	255	80.44
11-15 ปี	5	1.58
โดยรวม	317	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.20 มีตำแหน่งงานคือ ครูชำนาญการพิเศษ ร้อยละ 33.80 รองลงมา คือตำแหน่งบุคลากรครูและครูระดับปฏิบัติการ ร้อยละ 33.10 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 82.0 รองลงมาคือระดับปริญญาโท ร้อยละ 16.40 และระดับปริญญาเอก ร้อยละ 1.60 และประสบการณ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 6-10 ปี ร้อยละ 80.44 รองลงมาน้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 17.98 และ 11-15 ปี ร้อยละ 1.58 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา แยกตามคุณลักษณะบุคลากร

การเปรียบเทียบความแตกต่างของสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาแยกตาม
คุณลักษณะบุคลากร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA วิเคราะห์โดยใช้สถิติ F และ t
ดังตาราง 2 และตาราง 5

ตาราง 2 การทดสอบสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา จำแนกตามเพศ

สมรรถนะการจัดการ	เพศ						t	p-value
	ชาย			หญิง				
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
1. สมรรถนะด้านหลักสูตร	4.81	.233	มากที่สุด	4.47	.360	มาก	10.15**	.000
2. สมรรถนะด้านครู								
คณาจารย์และบุคลากร	4.56	.356	มากที่สุด	4.39	.316	มาก	4.24**	.000
3. สมรรถนะด้านทรัพยากร	4.63	.279	มากที่สุด	4.46	.378	มาก	4.17**	.000
4. สมรรถนะด้านการจัดการ								
เรียนการสอน	4.45	.422	มาก	4.44	.632	มาก	.068	.946
ผลรวมสมรรถนะการจัดการ								
ของสถาบันการอาชีวศึกษา	4.61	.228	มากที่สุด	4.44	.294	มาก	7.04**	.000
จำแนกตามเพศ								

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 2 พบว่า สมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษามีความแตกต่างกันตามเพศของผู้ให้
ข้อมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งสมรรถนะโดยรวมและสมรรถนะด้านหลักสูตร สมรรถนะด้านครู
คณาจารย์และบุคลากร และสมรรถนะด้านทรัพยากร และมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญสมรรถนะด้านการ
จัดการเรียนการสอน ซึ่งทั้งนี้เพศชายมีความคิดเห็นว่าสมรรถนะการจัดการของสถาบันอาชีวศึกษาสูงกว่าเพศหญิง

ตาราง 3 ผลการเปรียบเทียบรายคู่ทดสอบสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาด้านต่างๆ จำแนกตามตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูล

ตำแหน่ง	$\bar{X}$	บุคลากรครู	ครูระดับปฏิบัติการ	ครูชำนาญการพิเศษ
สมรรถนะด้านหลักสูตร				
บุคลากรครู	4.46	--	-.387** (.000)	.003 (.950)
ครูระดับปฏิบัติการ	4.84	--	--	.390** (.000)
ครูชำนาญการพิเศษ	4.45	--	--	--
สมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากร				
บุคลากรครู	4.53	--	.256** (.000)	-.004 (.925)
ครูระดับปฏิบัติการ	4.27	--	--	-.260** (.000)
ครูชำนาญการพิเศษ	4.53	--	--	--
สมรรถนะด้านทรัพยากร				
บุคลากร	4.56	--	.154** (.000)	.006* (.883)
ครูระดับปฏิบัติการ	4.40	--	--	-.160 (.000)
ครูชำนาญการพิเศษ	4.56	--	--	--
สมรรถนะด้านการจัดการเรียนการสอน				
บุคลากร	4.56	--	.420** (.000)	-.011 (.809)
ครูระดับปฏิบัติการ	4.14	--	--	-.430** (.000)
ครูชำนาญการพิเศษ	4.57	--	--	--

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 3 พบว่า สมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา มีความแตกต่างกันตามสมรรถนะด้านหลักสูตรของกลุ่ม บุคลากรครู ครูระดับปฏิบัติการ และครูชำนาญการพิเศษ โดยกลุ่มครูระดับปฏิบัติการ มีความคิดเห็นว่าสมรรถนะด้านหลักสูตรสูงกว่าความคิดเห็นของบุคลากร และครูชำนาญการพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากรของกลุ่มบุคลากรครู ครูระดับปฏิบัติการ และครูชำนาญการพิเศษ โดยครูระดับปฏิบัติการ มีความคิดเห็นว่าสมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากร น้อยกว่าความคิดเห็นของบุคลากรครู และครูชำนาญการพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สมรรถนะด้านทรัพยากรของกลุ่มบุคลากรครู ครูระดับปฏิบัติการ และครูชำนาญการพิเศษ โดยครูระดับปฏิบัติการ มีความคิดเห็นว่าสมรรถนะด้านทรัพยากรต่ำกว่าความคิดเห็นของบุคลากรครู และครูชำนาญการพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสมรรถนะด้านการจัดการเรียนการสอนของกลุ่ม บุคลากรครู ครูระดับปฏิบัติการ และครูชำนาญการพิเศษ โดยครูระดับปฏิบัติการ มีความคิดเห็นว่าสมรรถนะด้านการจัดการเรียนการสอนต่ำกว่าความคิดเห็นของบุคลากรครู และครูชำนาญการพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 4 ผลการเปรียบเทียบรายคู่ทดสอบสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาด้านต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ให้ข้อมูล

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
สมรรถนะด้านหลักสูตร				
ปริญญาตรี	4.67	--	.487** (.000)	.394** (.005)
ปริญญาโท	4.18	--	--	-.092 (.526)
ปริญญาเอก	4.28	--	--	--
สมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากร				
ปริญญาตรี	4.50	--	.305** (.000)	.122** (.400)
ปริญญาโท	4.19	--	--	-.183 (.225)
ปริญญาเอก	4.38	--	--	--
สมรรถนะด้านทรัพยากร				
ปริญญาตรี	4.55	--	.192** (.000)	.153* (.335)
ปริญญาโท	4.36	--	--	-.039 (.810)
ปริญญาเอก	4.40	--	--	--

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4 พบว่า สมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา มีความแตกต่างกันตาม สมรรถนะด้านหลักสูตรของกลุ่มปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก โดยกลุ่มที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีความคิดเห็นว่าสมรรถนะด้านหลักสูตร สูงกว่าความคิดเห็นของกลุ่มที่มีระดับปริญญาโท และปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากรของกลุ่มปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก โดยกลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็นว่าสมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากร สูงกว่าความคิดเห็นของกลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท และปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสมรรถนะด้านทรัพยากรของกลุ่มปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก โดยกลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็นว่าสมรรถนะด้านทรัพยากรสูงกว่าความคิดเห็นของกลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท และปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 5 ผลการเปรียบเทียบรายคู่ทดสอบสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาด้านต่างๆ จำแนกตาม
ประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล

ประสบการณ์	$\bar{X}$	น้อยกว่า 5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี
สมรรถนะด้านหลักสูตร				
น้อยกว่า 5 ปี	4.89	--	.373** (.000)	.288 (.063)
6-10 ปี	4.52	--	--	-.085 (.569)
11-15 ปี	4.60	--	--	--
สมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากร				
น้อยกว่า 5 ปี	4.30	--	-.183** (.000)	-.129 (.407)
6-10 ปี	4.48	--	--	.054 (.720)
11-15 ปี	4.43	--	--	--
สมรรถนะด้านการจัดการเรียนการสอน				
น้อยกว่า 5 ปี	4.15	--	-.351** (.000)	-.447 (.085)
6-10 ปี	4.51	--	--	-.095 (.704)
11-15 ปี	4.60	--	--	--

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 5 พบว่า สมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา มีความแตกต่างกันตามสมรรถนะด้านหลักสูตร ของกลุ่มประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี และกลุ่มประสบการณ์ 6-10 ปี โดยกลุ่มประสบการณ์ น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นว่าสมรรถนะด้านหลักสูตรสูงกว่าความคิดเห็นของกลุ่มที่มีประสบการณ์ 6-10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากรของกลุ่มประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี และกลุ่มประสบการณ์ 6-10 ปี โดยกลุ่มประสบการณ์ 6-10 ปี มีความคิดเห็นว่า สมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากร สูงกว่าความคิดเห็นของกลุ่มประสบการณ์ น้อยกว่า 5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สมรรถนะด้านการจัดการเรียนการสอนของกลุ่มประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี และกลุ่มประสบการณ์ 6-10 ปี โดยกลุ่มประสบการณ์ 6-10 ปี มีความคิดเห็นว่า สมรรถนะด้านการจัดการเรียนการสอนอยู่ในระดับสูงกว่าประสบการณ์ น้อยกว่า 5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณลักษณะบุคลากรที่ส่งผลต่อสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา” ผู้วิจัยขอค้นพบประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณลักษณะบุคลากร สรุปประเด็นสำคัญได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.20 มีตำแหน่งงานคือ ครูชำนาญการพิเศษ ร้อยละ 33.80 รองลงมา คือตำแหน่งบุคลากรครูและครูระดับปฏิบัติการ ร้อยละ 33.10 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 82.0 รองลงมาคือ

ระดับปริญญาโท ร้อยละ 16.40 และระดับปริญญาเอก ร้อยละ 1.60 และประสบการณ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 6-10 ปี ร้อยละ 80.44 รองลงมาน้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 17.98 และ 11-15 ปี ร้อยละ 1.58

2. สมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาที่ได้รับผลจากปัจจัยของคุณลักษณะบุคลากรที่สามารถนำไปใช้ประกอบการกำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา ยุคประเทศไทย 4.0 โดยเพศและประสบการณ์ของบุคลากรที่ต่างกันจะมีสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาที่แตกต่างกัน ด้านสมรรถนะด้านหลักสูตร สมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากร และสมรรถนะด้านทรัพยากร ส่วนตำแหน่งงานและระดับการศึกษาของบุคลากรที่ต่างกันมีระดับสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาที่แตกต่างกัน สมรรถนะด้านหลักสูตร สมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากร สมรรถนะด้านทรัพยากร และสมรรถนะการจัดการเรียนการสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สะไก โสมาศรี (2552: 133-136) เรื่องสมรรถนะในการบริหารสถานศึกษาเปรียบเทียบการบริหารจัดการสถานศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของข้าราชการครูและบุคลากรทางดารศึกษา จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ ระดับการศึกษา และประสบการณ์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านคุณลักษณะบุคลากร พบว่า เพศ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา และประสบการณ์ มีผลต่อสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาที่แตกต่างกัน สมรรถนะด้านหลักสูตร สมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากร สมรรถนะด้านทรัพยากร และสมรรถนะการจัดการเรียนการสอน สถาบันการอาชีวศึกษาจึงควรคำนึงถึงปัจจัยคุณลักษณะบุคลากรในด้าน สมรรถนะด้านหลักสูตร สมรรถนะด้านครูคณาจารย์และบุคลากร สมรรถนะด้านทรัพยากร และสมรรถนะการจัดการเรียนการสอนให้มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาให้มีประสิทธิภาพ

2. สถาบันการอาชีวศึกษาและวิทยาลัยการอาชีวศึกษาแต่ละแห่งสามารถนำผลจากงานวิจัยไปพัฒนาสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรคำนึงถึงความแตกต่างของกลุ่ม เพศ อายุ และประสบการณ์ให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาคุณลักษณะบุคลากรที่ส่งผลต่อสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา วิทยาลัยการอาชีวศึกษาและสถาบันการอาชีวศึกษาสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาบุคลากรในสถานศึกษา ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรคำนึงถึงความแตกต่างของกลุ่ม เพศ อายุ ตำแหน่ง และประสบการณ์ และสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษา ได้อย่างมีคุณภาพ

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นสมรรถนะการจัดการของสถาบันการอาชีวศึกษาด้านหลักสูตร ด้านครูคณาจารย์และบุคลากร ด้านทรัพยากร และด้านการจัดการเรียนการสอน ในสถานศึกษาให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีนวัตกรรม 4.0 เช่น ศึกษาปัจจัยด้านแนวทางการพัฒนาสมรรถนะด้านหลักสูตรให้สอดคล้องกับนโยบายการศึกษาของสถานศึกษาในยุคประเทศไทย 4.0

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว. (2556, 1 พฤศจิกายน). โครงสร้างระบบการศึกษาไทยกับความต้องการแรงงานสายอาชีพ. หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2553). หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฤกษ์ชัย เพ็ชรคง. (2560). การเตรียมความพร้อมของสถานศึกษาเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2560, จาก http://www.rtc.ac.th/www_km/03/0314/0314241153.pdf.
- สะไกร โสมาศรี. (2552). สมรรถนะในการบริหารจัดการสถานศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชัยภูมิ เขต 2. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสถานศึกษา. สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2557). การจัดการอาชีวศึกษา ตามพระราชบัญญัติการอาชีวศึกษา. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2560, จาก http://www.ntc.ac.th/files/1211014142032380/files/rule_2551.pdf.
- สำเริง วงศ์ศักดิ์. (2554, 3 กันยายน-ธันวาคม). รูปแบบการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. 21(3): 676-678.
- Krejcie, R. V.; & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. Journal of Education and Psychological Measurement. 30(3): 608-609.

NBUS038: โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก สำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

A CAUSAL RELATIONSHIP MODEL OF PURCHASE INTENTION JEWELRY VIA PAGE-FACEBOOK FOR PEOPLE IN BANGKOK AREA AND METROPOLITAN REGION

วโรตม ขวัญเฝือก¹ สุมาลย์ ปานคำ²

¹ นักศึกษาปริญญาโท สังกัดหลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

วิทยาลัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยรังสิต

บทคัดย่อ

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมกันเป็นอย่างมาก ได้แก่ เฟซบุ๊ก ซึ่งสามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมกับผู้ใช้เฟซบุ๊กคนอื่นๆ ได้ เช่น การซื้อ-ขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก จึงเกิดเพจขึ้นบนเฟซบุ๊กหรือที่รู้จักกันคือแฟนเพจเปรียบเสมือนเป็นการประชาสัมพันธ์หรือนำเสนอสินค้าและบริการกันอย่างแพร่หลาย ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กสำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลและเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กที่เคยซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กของ ชาร์มาซ ลักซูรี ดีไซน์ ออฟ เมจิคอล พาวเวอร์ (Charmaz Luxury Design of Magical Power) จำนวน 400 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์แบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล โมเดลวิจัย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ 2) ด้านสื่อกลางด้านสารสนเทศของบุคคลที่สาม 3) ด้านความมั่นใจต่อผู้ผลิต 4) ด้านทัศนคติ และ 5) ด้านความตั้งใจซื้อ

ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 340.28, องศาอิสระ (df) เท่ากับ 186 p-value = 0.26, CMIN/df เท่ากับ 1.83, GFI เท่ากับ 0.93, AGFI เท่ากับ 0.90 และ RMSEA เท่ากับ 0.04 ซึ่งทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก และใช้เป็นแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเครื่องประดับต่อไป

คำสำคัญ: ความตั้งใจซื้อ, เครื่องประดับ, เพจเฟซบุ๊ก, โมเดลสมการโครงสร้าง

Abstract

At present the social media populist wit Facebook because the consumers are interested in the information via the social media such as Facebook more than before, Page Facebook the information. The objectives of this research was to develop a causal relationship model of purchase intention of jewelry products on Page Facebook people in Bangkok area and metropolitan region and to verify the consistency of the model developed with empirical data. The sample consisted of 400 peoples who live in Bangkok

area and metropolitan region and used to buy jewelry products via Page Facebook. Simple random sampling method was used in this present research. Online questionnaire rating 7 scales using structural equation modeling technique with software analysis was used to collect data. Research model with four components were investigated which include: 1) eWOM Source 2) Third party Source 3) Manufacturer 4) Attitude and 5) Purchase Intention.

The findings were as follows: the model is consistent with the empirical data to a great extent. The statistic shows results the Chi-square statistics goodness of fit test at (χ^2) = 340.28, p-value = 0.26, degrees of freedom (df) = 186, CMIN/df = 1.83, GFI = 0.93, AGFI = 0.90, CFI = 0.96 and RMSEA = 0.04. Acknowledge Purchase Intention jewelry products via Page Facebook and strategic planning merchandising products via Page Facebook prospect.

Keywords: Purchase Intention, Jewelry, Page Facebook, Structural Equation Modeling

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันมีผู้บริโภคนิยมใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น เช่น การซื้อสินค้า และบริการต่างๆ ผู้บริโภคก็จะหาข้อมูลสินค้าในสื่อออนไลน์ เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว และยังสามารถทราบความคิดเห็นที่หลากหลายเกี่ยวกับตัวสินค้าจากกลุ่มผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าเหมือนกัน (พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. 2558)

สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ได้แก่ เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นบริการบนอินเทอร์เน็ตบริการหนึ่งที่จะทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมกับผู้ใช้เฟซบุ๊กคนอื่นๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจโพสรูปภาพ โพสคลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อก แชทคุยกันแบบสดๆ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจมากมาย ได้นำเฟซบุ๊กมาใช้ประโยชน์ในทางการสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพราะเสียค่าใช้จ่ายน้อยเมื่อเทียบกับการโฆษณาในช่องทางอื่น จึงเกิดเพจขึ้นบนเฟซบุ๊กหรือที่รู้จักกันคือ แฟนเพจ (Fanpage) เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาให้ผู้บริโภคได้เห็นสินค้าและบริการ ในงานวิจัยเล่มนี้ จะกล่าวถึงเพจชื่อชาร์มาซ ลักซูรี ดีไซน์ ออฟ เมจิคอล พาวเวอร์ (Charmaz Luxury Design Of Magical Power) เป็นเพจที่ขายเครื่องประดับ เช่น จี้ ห้อยคอ สร้อยข้อมือ แต่ต่างจากเครื่องประดับทั่วไปคือ สามารถเป็นที่พึ่งทางใจได้เมื่อผู้บริโภคมีไว้ในครอบครองจะทำให้เป็นสิริมงคลแก่ชีวิต

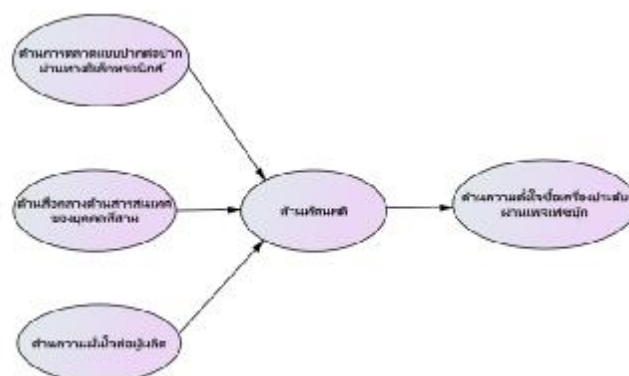
จากเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กสำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก เพื่อเป็นประโยชน์ต่อเจ้าของธุรกิจ หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องได้นำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนและกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กสำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

กรอบแนวคิด

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ได้แก่ 1) ด้านการตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (อ้างอิงถึงใน ชนิตา พัฒนกิจติวรกุล, 2553) 2) ด้านสื่อกลางด้านสารสนเทศของบุคคลที่สาม (Ba, 2001) 3) ด้านความมั่นใจต่อผู้ผลิต (อ้างอิงถึง เพจ <https://www.facebook.com/charmaz.asia/?fref=ts>) 4) ด้านทัศนคติ (Schiffman; & Kanuk, 2000; อ้างอิงถึงใน วิภาวรรณ มโนปราโมทย์, 2556) และ 5) ด้านความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก สำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กที่เคยซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กชื่อชาร์มาซ ลักซูรี ดีไซน์ ออฟ เมจิคอล พาวเวอร์ (Charmaz Luxury Design of Magical Power) มีสมาชิกผู้ติดตามเพจ จำนวน 10,035 คน

2. กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กที่เคยซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กชื่อชาร์มาซ ลักซูรี ดีไซน์ ออฟ เมจิคอล พาวเวอร์ (Charmaz Luxury Design of Magical Power) ที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural Models with Latent Variable) นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้เสนอว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม ควรอยู่ในอัตราส่วน 10-20 ต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝงที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ดูจากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 จึงจะถือว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการศึกษานี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 25 ตัวแปร ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 250 คน เป็นอย่างน้อย และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) ได้แก่ 1) ด้านการตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ 2) ด้านสื่อกลางด้านสารสนเทศของบุคคลที่สาม และ 3) ด้านความมั่นใจต่อผู้ผลิต

ตัวแปรแฝงภายใน (Dependent Variable) ได้แก่ 1) ด้านทัศนคติ และ 2) ด้านความตั้งใจซื้อ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ที่พักอาศัย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทสินค้าแฟชั่นที่ซื้อเครื่องประดับและประสบการณ์ในการซื้อเครื่องประดับผ่านเพจชาร์มาซ ลักซูรี ดีไซน์ ออฟ เมจิคอล พาวเวอร์ (Charmaz Luxury Design Of Magical Power) และ ประสบการณ์ในการซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก จำนวนทั้งสิ้น 9 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก จำแนกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็คทรอนิกส์ 2) ด้านสื่อกลางด้านสารสนเทศของบุคคลที่สาม 3) ด้านความมั่นใจต่อผู้ผลิต 4) ด้านทัศนคติ และ 5) ด้านความตั้งใจซื้อ โดยคำตอบเป็นแบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ จำนวน 25 ข้อ

เกณฑ์การวัดและแปลความหมายคะแนน (ตอนที่ 2)

ค่าเฉลี่ย 6.51-7.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 5.51-6.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างมาก

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

การหาคุณภาพเครื่องมือ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน แล้วนำคะแนนที่ได้มาหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) โดยได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ที่มีประสบการณ์ในการสั่งซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่า ข้อคำถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.92 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นไม่ควรต่ำกว่า 0.70 (ซีไมพร กาญจนกิจสกุล. 2555)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 1 ฉบับ ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการศึกษาเอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่เคยติดตามข้อมูลบนเฟซบุ๊กในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560-มกราคม พ.ศ. 2561 รวมระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามทั้งสิ้น 2 เดือน มีผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 450 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวนแบบสอบถาม 400 คน และทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ใช้วิเคราะห์ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร หาขนาดอิทธิพล และทิศทางว่าเป็นอย่างไรจากแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้อย่างจะมีการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ CMIN/df น้อยกว่า 2.00, GFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป, AGFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และ RMSEA น้อยกว่า 0.08 ซึ่งสอดคล้องกับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (กริช แรงสูงเนิน, 2554)

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 ซึ่งอายุระหว่าง 25-45 ปี จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.75 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ประเภทเครื่องประดับที่ซื้อผ่านเพจเฟซบุ๊กชาร์มาซ ลักซูรี ดีไซน์ ออฟ เมจิคอล พาวเวอร์ (Charmaz Luxury Design Of Magical Power) เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ จี้ 8 สัญลักษณ์มงคล จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือสร้อยข้อมือเงิน CHARMAZ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยมีประสบการณ์ในการซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กชาร์มาซ ลักซูรี ดีไซน์ ออฟ เมจิคอล พาวเวอร์ (Charmaz Luxury Design Of Magical Power) มีระยะเวลาในการติดตามและสั่งซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก อยู่ระหว่าง 6 เดือน-12 เดือน จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3

1. ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กชาร์มาซ ลักซูรี ดีไซน์ ออฟ เมจิคอล พาวเวอร์ (Charmaz Luxury Design Of Magical Power) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่งของปัจจัยที่มีผลของความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก จำแนกตามรายด้าน

รายด้าน	ค่าเฉลี่ย (M)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ความหมาย	ความเบ้ (Sk)	ความโด่ง (Ku)	ความหมาย
ด้านการตลาดแบบปากต่อปากผ่านวงอิเล็กทรอนิกส์	4.35	1.02	ปานกลาง	0.02	-0.77	ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านสื่อทางด้านสารสนเทศทางบุคคลที่สาม	4.32	0.94	ปานกลาง	0.21	0.26	ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านความน่าเชื่อถือผู้บริโภค	4.38	1.29	ปานกลาง	0.09	1.15	ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านทัศนคติ	4.08	1.37	ปานกลาง	-0.10	-0.95	ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก	4.32	1.05	ปานกลาง	0.06	0.77	ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ
รวมรวม	4.35	1.13	ปานกลาง	0.03	-0.78	ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

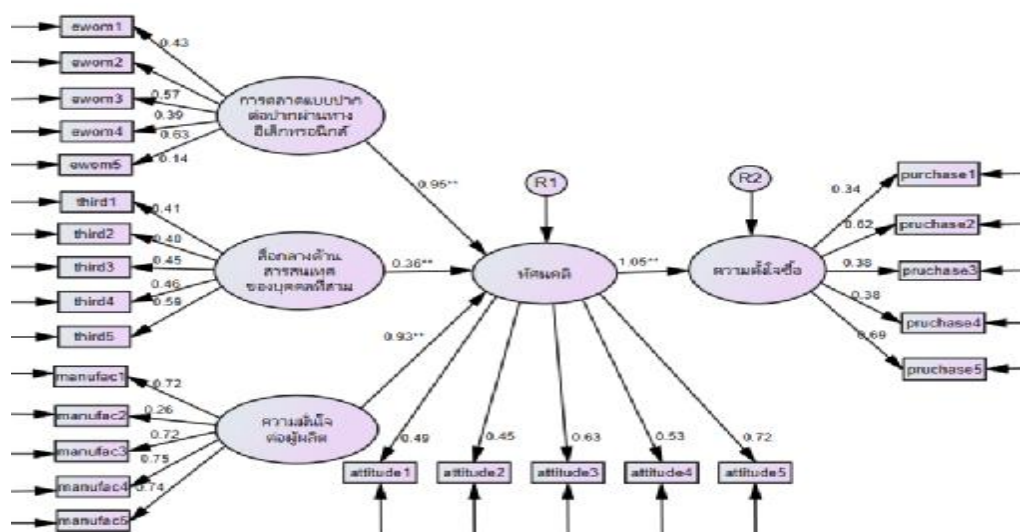
จากตาราง 1 ปรากฏว่า ความคิดเห็นของผู้เคยซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก ชาร์มมาช ลักซูรี ดีไซน์ ออฟ เมจิคอล พาวเวอร์ (Charmaz Luxury Design of Magical Power) ภาพรวมค่าเฉลี่ย 4.35 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านทัศนคติ และด้านความมั่นใจต่อผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.38 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาด้านการตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์มีค่าเฉลี่ย 4.35 อยู่ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุด คือ ด้านสื่อกลางด้านสารสนเทศของบุคคลที่สามมีค่าเฉลี่ย 4.32 อยู่ในระดับปานกลาง ค่าความเบ้ (Sk) อยู่ระหว่าง 0.02 ถึง 0.21 และค่าความโด่ง (Ku) อยู่ระหว่าง -0.26 ถึง -1.15 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ $\pm$ ไม่เกิน 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ผลการวิเคราะห์รูปโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้เทคนิคสมการโครงสร้างเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร โดยการทดสอบความสอดคล้องกล่มกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก จากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่อยู่ในรูปของคะแนนดิบ

ค่าสถิติ	เกณฑ์	ค่าที่ได้	ความหมาย
1. ค่า CMIN/df	< 2.00	1.83	ผ่านเกณฑ์
2. ค่า GFI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.93	ผ่านเกณฑ์
3. ค่า AGFI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.90	ผ่านเกณฑ์
4. ค่า CFI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.96	ผ่านเกณฑ์
5. ค่า RMSEA	< 0.05 (เข้าใกล้ 0)	0.04	ผ่านเกณฑ์
6. ค่า HOELTER	> 200	258	ผ่านเกณฑ์

จากตาราง 2 พบว่า ค่า CMIN/df เท่ากับ 1.83 มีค่าน้อยกว่า 2.00 ค่าดัชนีตรวจสอบความกลมกลืน GFI เท่ากับ 0.93, AGFI เท่ากับ 0.90, CFI เท่ากับ 0.96 มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไปและค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า RMSEA เท่ากับ 0.04 มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมินความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดล พบว่าผ่านเกณฑ์ทุกค่า สรุปได้ว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กสำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี



ภาพประกอบ 2 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากภาพประกอบ 2 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก พบว่า ด้านความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กได้รับอิทธิพลทางตรงจากจากด้านทัศนคติมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.05 ได้รับอิทธิพลทางอ้อมผ่านการตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.99 ด้านสื่อกลางด้านสารสนเทศของบุคคลที่สาม มีอิทธิพลเท่ากับ 0.38 และด้านความมั่นใจต่อผู้ผลิต มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.98 รวมขนาดอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม เท่ากับ 3.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 3 ค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปร	ตัวแปรแฝงภายใน						หมายเหตุ
	ด้านทัศนคติ			ด้านความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก			
	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	อิทธิพลรวม	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	รวม	
ด้านการตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	0.95**	-	0.95**	-	0.99**	0.99**	นัยสำคัญ
ด้านสื่อกลางด้านสารสนเทศของบุคคลที่สาม	0.36**	-	0.36**	-	0.38**	0.38**	นัยสำคัญ
ด้านความมั่นใจต่อผู้ผลิต	0.93**	-	0.93**	-	0.98**	0.98**	นัยสำคัญ
ด้านทัศนคติ	-	-	-	1.05**	-	1.05**	นัยสำคัญ

หมายเหตุ: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

จากตาราง 3 พบว่า ด้านความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านทัศนคติมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.05 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมผ่านการตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.99 ด้านสื่อกลางด้านสารสนเทศของบุคคลที่สาม มีอิทธิพลเท่ากับ 0.38 และด้านความมั่นใจต่อผู้ผลิต มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.98 รวมขนาดอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม เท่ากับ 3.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 อายุระหว่าง 25-45 ปี จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.75 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ประเภทเครื่องประดับที่ซื้อผ่านเพจเฟซบุ๊กชาร์มาซ ลักซูรี ดีไซน์ ออฟ เมจิคอล พาวเวอร์ (Charmaz Luxury Design Of Magical Power) เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ จี้ 8 สัญลักษณ์มงคล จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือสร้อยข้อมือเงิน CHARMMAZ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยมีประสบการณ์ในการซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กชาร์มาซ ลักซูรี ดีไซน์ ออฟ เมจิคอล พาวเวอร์ (Charmaz Luxury Design Of Magical Power) มีระยะเวลาในการติดตามและสั่งซื้อเป็นระหว่าง 6 เดือน ถึง 12 เดือน จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 ภาพรวมค่าเฉลี่ย 4.35 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านทัศนคติมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.38 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาด้านความมั่นใจต่อผู้ผลิตมีค่าเฉลี่ย 4.38 อยู่ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุดคือด้านการตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์มีค่าเฉลี่ย 4.35 อยู่ในระดับปานกลาง ค่าความแปร (Sk) อยู่ระหว่าง 0.02 ถึง 0.21 และค่าความโด่ง (Ku) อยู่ระหว่าง -0.26 ถึง -1.15 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ $\pm$ ไม่เกิน 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ โดยความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กได้รับอิทธิพลทางตรงจากจากด้านทัศนคติมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.05 ได้รับอิทธิพลทางอ้อมผ่านด้านการตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.99 ด้านสื่อกลางด้านสารสนเทศของบุคคลที่สาม มีอิทธิพลเท่ากับ 0.38 และด้านความมั่นใจต่อผู้ผลิต มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.98 รวมขนาดอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม เท่ากับ 3.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กและเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 340.28, องศาอิสระ (df) เท่ากับ 186, CMIN/df เท่ากับ 1.83, GFI เท่ากับ 0.93, AGFI เท่ากับ 0.90, CFI เท่ากับ 0.96, RMSEA เท่ากับ 0.04

ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ด้านทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊ก เนื่องจากการที่ผู้บริโภคได้รับความรู้และความเข้าใจข้อมูลด้านสินค้าส่งผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือในสินค้าสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชาวรรณ มโนปราโมทย์ (2558) พบว่าทัศนคติส่งผลทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีความรู้ การรับรู้ ความเข้าใจและความเชื่อที่เกี่ยวกับสินค้านั้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มีนา อ่องบางน้อย (2553) พบว่าความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดอันเกิดจากการติดต่อกันระหว่างผู้ผลิตกับลูกค้า ลูกค้าที่เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดจะเกิดความไว้วางใจส่งผลให้เกิดความรู้สึกมั่นใจต่อสินค้าหรือบริการ

ความไว้วางใจกลายเป็นตัววัดทางสัมพันธภาพที่สามารถจับต้องยากระหว่างผู้ผลิตกับลูกค้าสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen (2007) พบว่า การรับรู้คุณค่าเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับความตั้งใจซื้อสินค้า

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการขายเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กควรคำนึงถึง ด้านพฤติกรรมของประชากรว่าความชื่นชอบในเครื่องประดับที่เปลี่ยนไปตามกาลเวลา ควรพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา
2. ผู้ประกอบการขายเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กควรคำนึงถึง ด้านความไว้วางใจ ต้องสร้างความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์
3. ผู้ประกอบการขายเครื่องประดับผ่านเพจเฟซบุ๊กควรคำนึงถึงด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่าควรนำเสนอสินค้าผ่านเพจเฟซบุ๊ก ที่แตกต่างและน่าสนใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายและใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้ามากขึ้น
2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ เช่น รูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงความแตกต่างของการตลาดโซเชียลมีเดียของสินค้าประเภทเดียวกัน ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้า
2. ควรเพิ่มการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือจากงานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาว่าปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญต่อสินค้าและการตอบสนองของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- กริช แรงสูงเนิน. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- กานต์ชนก ลิ้มมณี. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้ามือสองผ่านช่องทางเฟซบุ๊กของนักศึกษาหญิง: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- จารุพงศ์ เลี้ยวไพโรจน์. (2561). เจ้าของเพจเฟซบุ๊กชื่อเพจชาร์มาซ ลักซูรี ดีไซน์ ออฟ เมจิคอล พาวเวอร์ (Charmaz Luxury Design of Magical Power). จาก <https://www.facebook.com/charmaz.asia/?fref=ts>.
- จิตาภา ทัดหอม. (2560). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชนิดา พัฒนกิจติวรกุล. (2553). E-word of mouth อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา E-marketplace ในประเทศไทย. วิทยาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: โพเจ็คทีฟไฟฟ์-โฟว์.

- ธนัท สุขวัฒนาวิทย์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในงานแสดงสินค้าของประชากรใน กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสม์เรล สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัทเอเจนซีวิจัยด้านโซเชียลมีเดีย We Are Social. (ม.ป.ป.). สถิติผู้ใช้งาน Facebook ปี 2560. จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2017/02/digital-overview-global-stat-2017/>.
- ปิยมารณ ช่างหนู. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2560). Social Media: Future Media. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มีนา อ่อนบางน้อย. (2553). คุณค่าตราสินค้า ความไว้วางใจและความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้า CAT CDMA (แคทซีดีเอ็มเอป). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Chen, M.-F. (2007). Consumer Attitudes and Purchase Intentions in Relation to Organic Foods in Taiwan: Moderating Effects of Food-Related Personality Traits. Food Quality and Preference. 18(17): 1008-1021.
- Schiffman, L. G.; & Kanuk, L. L. (2000). Consumer Behavior. New Jersey: Prentice-Hall.

NBUS039: โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

A CAUSAL RELATIONSHIP MODEL OF PURCHASING DECISION FASHION PRODUCTS VIA FACEBOOK LIVE PEOPLE IN BANGKOK AND METROPOLITAN AREA

ประภัสสร ขวัญเฟือก¹ สุมาลย์ ปานคำ²

¹ นักศึกษาปริญญาโท สังกัดหลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสังคม
วิทยาลัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยรังสิต

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามามีบทบาทกับภาคธุรกิจเป็นอย่างมาก โดยการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการประกอบกิจการต่างๆ เป็นจำนวนมาก ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กที่เคยซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจากผู้ที่มีการสมัครใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์แบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล โมเดลวิจัย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านทัศนคติ 2) ด้านส่วนประสมทางการตลาด 3) ด้านความไว้วางใจ และ 4) ด้านการตัดสินใจซื้อ

ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 207.33, องศาอิสระ (df) เท่ากับ 114, CMIN/df เท่ากับ 1.81, GFI เท่ากับ 0.94, AGFI เท่ากับ 0.92, SRMR เท่ากับ 0.04, RMSEA เท่ากับ 0.04 ซึ่งทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ และเป็นแนวทางในการกำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการขายสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ในอนาคต

คำสำคัญ: ความไว้วางใจ, การตัดสินใจซื้อ, สินค้าแฟชั่น, เฟซบุ๊กไลฟ์, โมเดลสมการโครงสร้าง

Abstract

At present electronic commerce (e-commerce) in business. The purpose of this research to develop a causal relationship model of purchase decision of fashion products via Facebook live people in Bangkok and metropolitan area. The objectives of this study were causal relationship model purchasing decision fashion products via Facebook live and to validate the concordance of the causal model with empirical data. The sample was framed to include 400 people who lived in Bangkok metropolitan region and used to buy fashion goods via Facebook live. Convenience sampling method was used in this present

research. Online questionnaire rating 7 scales using structural equation modeling technique with software analysis was used to collect data. Research model with four components were investigated which included: 1) Attitude aspect 2) Marketing mix aspect 3) Trust and 4) Purchasing decision.

The fashion product through Facebook live as follows: the model is consistent with the empirical data to a great extent. The statistic shows results the Chi-square statistics goodness of fit test at (χ^2) = 207.33, degrees of freedom (df) = 114, CMIN/df = 1.18, GFI = 0.94, AGFI = 0.92, SRMR = 0.04 and RMSEA = 0.04. Acknowledge Purchasing decision fashion products via Facebook Live and strategic planning merchandising products via Facebook prospect.

Keywords: Trust, Purchasing Decision, Fashion Products, Facebook Live, Structural Equation Modeling

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้การสื่อสารมีศักยภาพมากขึ้นมีช่องทางในการค้นหาข้อมูลข่าวสารหรือพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันบนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างอิสระ ภาคธุรกิจเริ่มให้ความสำคัญโดยการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างกระแสให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักผ่านช่องทางบนสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์, สื่อสังคมออนไลน์, ออนไลน์, วิดีโอ, การแชร์ภาพ เนื่องจากการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก ทำการสื่อสารได้ตลอดเวลา สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้อย่างรวดเร็ว และที่สำคัญสามารถให้ข้อมูลแก่กลุ่มผู้บริโภคได้มากกว่าวิธีอื่น จึงทำให้ภาคธุรกิจสนใจที่จะเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์กันมาก (อมรรัตน์ ทันมา. 2558)

เฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมและมีสมาชิกในเครือข่ายมากที่สุด ดังนั้นนักธุรกิจในปัจจุบันจึงใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการทำธุรกิจเป็นจำนวนมากเนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นแหล่งชุมชนของสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ดี ต้นทุนต่ำ มีประสิทธิภาพสูง และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพร้อมทั้งขยายกลุ่มลูกค้าทั้งใหม่และเก่าได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ดังนั้นเฟซบุ๊กจึงได้พัฒนา facebook marketing เป็นการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อโซเชียลที่ได้รับความนิยม ไม่ว่าจะเป็นการขายสินค้าออนไลน์ การจัดตั้งเพจเพื่อโปรโมทและรับผลประโยชน์อย่างอื่น รวมไปถึงการให้ลงพื้นที่โฆษณาบนเพจที่มีคนดูสูง เป็นต้น จึงเห็นได้ว่าเจ้าของธุรกิจในปัจจุบันนิยมขายสินค้า/ลงโฆษณาผ่านเฟซบุ๊กกันเป็นอย่างมาก

ปัจจุบันเฟซบุ๊กได้พัฒนานวัตกรรมใหม่ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งตัวบุคคลเพื่อจะถ่ายทอดการกระทำเช่น การออกกำลังกาย การทำอาหาร ซึ่งดาราชอบใช้กันมาก ได้แก่ เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ซึ่งเป็นบริการใหม่ของเฟซบุ๊กเป็นการนำเสนอแบบถ่ายทอดสด ซึ่งกำลังมาแรงในปัจจุบัน ความพิเศษของเฟซบุ๊กไลฟ์ได้แก่ การบริการคอนเทนต์แบบเรียลไทม์ (Content Real-time) และยังสามารถโต้ตอบได้ในทันที คือการสื่อสารระหว่างกัน (Interactive) ซึ่งนักธุรกิจในปัจจุบันใช้เฟซบุ๊กไลฟ์เพื่อขายสินค้ากันอย่างแพร่หลาย และเป็นที่นิยมของผู้บริโภค เนื่องจากสามารถสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่สนใจได้ในทันที

สินค้าแฟชั่น อาจจะได้หมายถึงเสื้อผ้าหรือของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่หมายถึง การยอมรับเพื่อทำตาม บริโภคตาม อะไรที่เป็นแฟชั่น ต้องมีกระแส และนำไปในทิศทางที่จะต้องทำให้ผู้คนยอมรับและบริโภคในที่สุด แฟชั่นผูกพันกับวิถีชีวิต (Lifestyle) ของผู้คนทุกระดับ แฟชั่น ครอบคลุม “ปัจจัยสี่” ของการใช้ชีวิต สินค้า และการให้บริการด้านแฟชั่น

จึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผู้คนทั่วโลก ตีกรอบให้แคบเข้า เน้นมาที่ 1 ในปัจจัยสี่ คือ “เครื่องนุ่งห่ม หรือเครื่องแต่งกาย” เช่น เสื้อผ้า (ชั้นใน/ชั้นนอก), รองเท้า/กระเป๋าถือ (Shoes & Bags) และเครื่องประดับ (Accessories) เป็นต้น

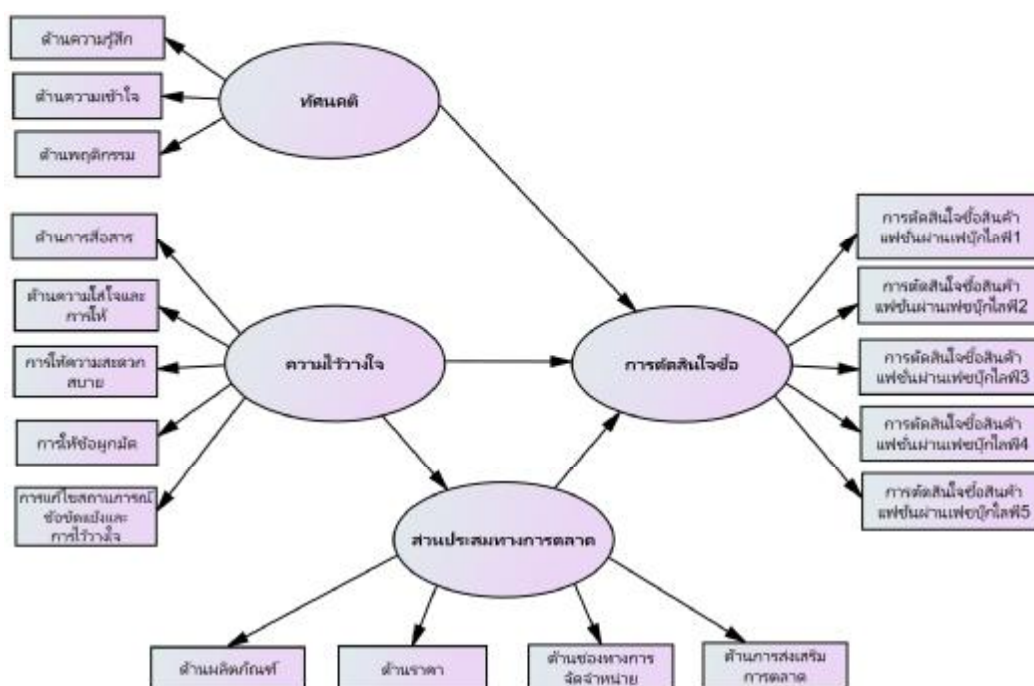
จากเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นที่ขายผ่านเพชบุรีไลฟ์ เนื่องจากเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นที่ขายผ่านเพชบุรีไลฟ์ ว่ามีปัจจัยอะไรในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฟชั่น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนสื่อสังคมออนไลน์ได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ เพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดให้ธุรกิจขยายตลาดได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเพชบุรีไลฟ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

กรอบแนวคิด

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ได้แก่ 1. ด้านความไว้วางใจ จำแนกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสื่อสาร 2) ด้านความใส่ใจและการให้ 3) ด้านการให้ข้อมูล 4) ด้านการให้ความสะดวกสบาย และ 5) การแก้ไขสถานการณ์ข้อขัดแย้งและการไว้วางใจ (Stern. 1997; อ้างอิงถึงใน วรรัตน์ สันติวงษ์. 2549) 2. ด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Kotler Philip. 1997; อ้างอิงถึงใน ภาวิณี ตันติผาติ. 2554) 3. ด้านทัศนคติ จำแนกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเข้าใจ 2) ด้านความรู้สึก และ 3) ด้านพฤติกรรม (Schiffman; & Kanuk. 2000; อ้างอิงถึงใน ภาวิณี ตันติผาติ. 2556) และ 4. ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเพชบุรีไลฟ์



ภาพประกอบ 1 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ใช้งานเฟซบุ๊กที่เคยซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

2. กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ใช้งานเฟซบุ๊กที่เคยซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural Models with Latent Variable) นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้เสนอว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม ควรอยู่ในอัตราส่วน 10-20 ต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้และตัวอย่างน้อยที่สุดที่ยอมรับได้จากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 จึงจะถือว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 17 ตัวแปร ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 170 คน เป็นอย่างน้อย และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) ได้แก่ 1) ด้านทัศนคติ และ 2) ด้านความไว้วางใจ

ตัวแปรแฝงภายใน (Dependent Variable) ได้แก่ 1) ด้านส่วนประสมทางการตลาด และ 2) ด้านการตัดสินใจซื้อ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ที่พักอาศัย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทสินค้าแฟชั่นที่ซื้อผ่านเพชบุ๊กไลฟ์ ประสบการณ์ในการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเพชบุ๊กไลฟ์ จำนวนทั้งสิ้น 9 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเพชบุ๊กไลฟ์ จำแนกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทัศนคติ 2) ด้านส่วนประสมทางการตลาด 3) ด้านความไว้วางใจ และ 4) ด้านการตัดสินใจซื้อ โดยคำตอบเป็นแบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ จำนวน 41 ข้อ

เกณฑ์การวัดและแปลความหมายคะแนน (ตอนที่ 2)

ค่าเฉลี่ย 6.51-7.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 5.51-6.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างมาก

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

การหาคุณภาพเครื่องมือ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน แล้วนำคะแนนที่ได้มาหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) โดยได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับผู้มีประสบการณ์ในการสั่งซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเพชบุ๊กไลฟ์ที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่า ข้อคำถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.86 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นไม่ควรต่ำกว่า 0.70 (ซิโมพร กาญจนกิจสกุล, 2555)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 1 ฉบับ ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการศึกษาเอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่เคยติดตามข้อมูลบนเพชบุ๊กในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 รวมระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามทั้งสิ้น 1 เดือน มีผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 450 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวนแบบสอบถาม 400 คน และทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ใช้วิเคราะห์ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร หาขนาดอิทธิพล และทิศทางว่าเป็นอย่างไรจากแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้อ้างอิงมีการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสถิติ P-Value มากกว่า 0.05, CMIN/df น้อยกว่า 2.00, GFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป, AGFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และ RMSEA น้อยกว่า 0.08 ซึ่งสอดคล้องกับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (กริช แรงสูงเนิน. 2554)

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 อายุระหว่าง 25-40 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.30 มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 ประเภทสินค้าแฟชั่นที่ซื้อผ่านเฟชบุ๊กไลฟ์ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ สินค้าแฟชั่นประเภทเสื้อผ้า จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาเป็นรองเท้า จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 และมีระยะเวลาในการติดตามและสั่งซื้อเป็นเวลาน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่งของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟชบุ๊กไลฟ์ จำแนกตามรายด้าน

รายด้าน	ค่าเฉลี่ย (M)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ความหมาย	ความเบ้ (Sk)	ความโด่ง (Ku)	ความหมาย
ด้านทัศนคติ	4.84	0.76	ค่อนข้างมาก	0.41	0.31	ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านความไว้วางใจ	4.79	0.78	ค่อนข้างมาก	0.53	0.26	ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านส่วนประสมทางการตลาด	4.85	0.77	ค่อนข้างมาก	0.16	0.10	ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟชบุ๊กไลฟ์	4.58	1.02	ค่อนข้างมาก	0.03	0.96	ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	4.77	0.83	ค่อนข้างมาก	0.34	0.00	ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

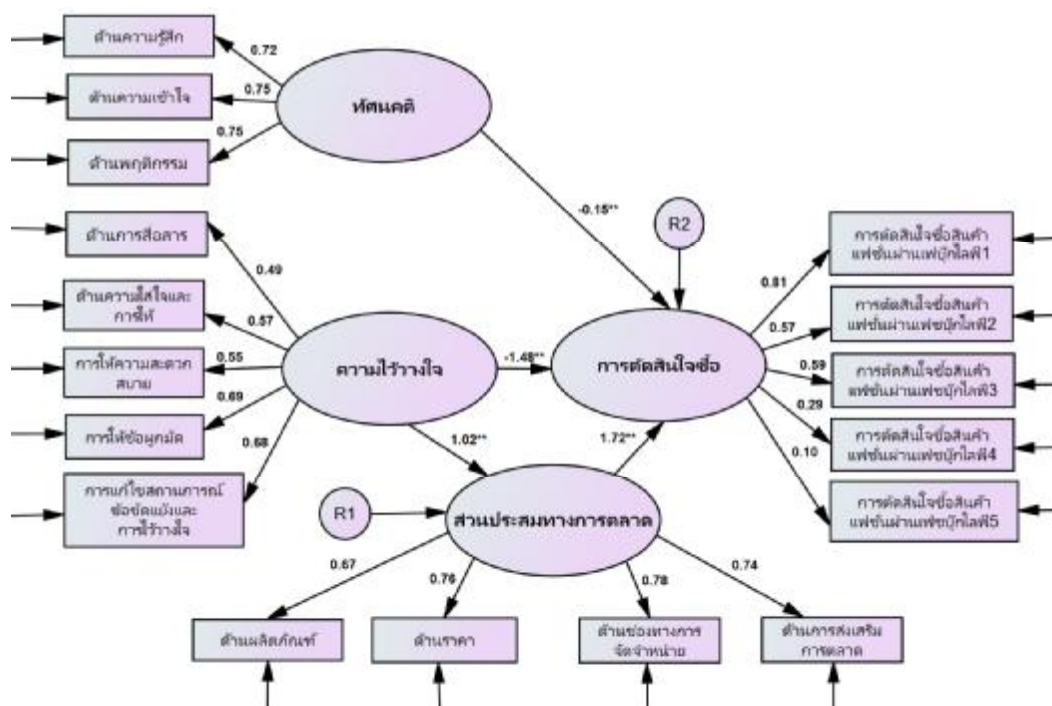
จากตาราง 1 ปรากฏว่า ภาพรวมค่าเฉลี่ย 4.77 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 4.85 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมาด้านทัศนคติ มีค่าเฉลี่ย 4.84 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และที่น้อยที่สุดคือด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟชบุ๊กไลฟ์ มีค่าเฉลี่ย 4.58 ค่าความเบ้ (Sk) อยู่ระหว่าง -0.13 ถึง 0.65 และค่าความโด่ง (Ku) อยู่ระหว่าง 0.26 ถึง -0.96 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ $\pm$ ไม่เกิน 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ผลการวิเคราะห์รูปโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้เทคนิคสมการโครงสร้างเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร โดยการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์จากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่อยู่ในรูปของคะแนนดิบ

ค่าสถิติ	เกณฑ์	ค่าที่ได้	ความหมาย
1. ค่า CMIN/df	< 2.00	1.81	ผ่านเกณฑ์
2. ค่า GFI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.94	ผ่านเกณฑ์
3. ค่า AGFI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.92	ผ่านเกณฑ์
4. ค่า CFI	≥ 0.90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.96	ผ่านเกณฑ์
5. ค่า RMSEA	< 0.05 (เข้าใกล้ 0)	0.04	ผ่านเกณฑ์
6. ค่า Standardized RMR	< 0.05 (เข้าใกล้ 0)	0.04	ผ่านเกณฑ์
7. ค่า RMR	< 0.05 (เข้าใกล้ 0)	0.02	ผ่านเกณฑ์
8. ค่า HOELTER	> 200	270	ผ่านเกณฑ์

จากตาราง 2 พบว่า ค่า CMIN/df เท่ากับ 1.81 มีค่าน้อยกว่า 2.00 ค่าดัชนีตรวจสอบความกลมกลืน GFI เท่ากับ 0.94, AGFI เท่ากับ 0.92, CFI เท่ากับ 0.96 มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า SRMR เท่ากับ 0.04, RMSEA เท่ากับ 0.04 มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมินความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดล พบว่าผ่านเกณฑ์ทุกค่า สรุปได้ว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี



ภาพประกอบ 2 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากภาพประกอบ 2 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ พบว่า ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ได้รับอิทธิพลทางตรงจากส่วนประสมทางการตลาด มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.72 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์กัน ความไว้วางใจส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ มีขนาดอิทธิพล เท่ากับ -1.48 และทัศนคติส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ มีขนาดอิทธิพล เท่ากับ -0.15 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 3 ค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปร	ตัวแปรแฝงภายใน						หมายเหตุ
ตัวแปรแฝงภายนอก	ด้านส่วนประสมทางการตลาด			ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์			
	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	รวม	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	รวม	
ด้านส่วนประสมทางการตลาด				1.72**		1.72**	สัมพันธ์
ด้านความไว้วางใจ	1.72**	-	1.72**	-1.48**	-	-1.48**	สัมพันธ์
ด้านทัศนคติ				0.15**		0.15**	สัมพันธ์

หมายเหตุ: ** p < 0.01

จากตาราง 3 พบว่า ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านส่วนประสมทางการตลาดมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.72 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์กัน ความไว้วางใจส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ มีขนาดอิทธิพล เท่ากับ -1.48 และทัศนคติส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ มีขนาดอิทธิพล เท่ากับ -0.15 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 มีอายุระหว่าง 25-40 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.30 มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 ประเภทสินค้าแฟชั่นที่ซื้อผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ สินค้าแฟชั่นประเภทเสื้อผ้า จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาเป็นสินค้าแฟชั่นประเภทรองเท้า จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยมีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ มีระยะเวลาในการติดตามและสั่งซื้อเป็นเวลาน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 267 คน

คิดเป็นร้อยละ 66.80 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ภาพรวมค่าเฉลี่ย 4.77 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ด้านส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.85 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมาด้านทัศนคติ มีค่าเฉลี่ย 4.84 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และที่น้อยที่สุดคือด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ มีค่าเฉลี่ย 4.58 ค่าความเบ้ (Sk) อยู่ระหว่าง -0.03 ถึง 0.65 และค่าความโด่ง (Ku) อยู่ระหว่าง 0.26 ถึง -0.96 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ $\pm$ ไม่เกิน 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ โดยด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ ได้รับอิทธิพลทางตรงจากส่วนประสมทางการตลาด มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.72 ความไว้วางใจส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ มีขนาดอิทธิพล เท่ากับ -1.48 และทัศนคติส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ มีขนาดอิทธิพล เท่ากับ -0.15 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 207.33, องศาอิสระ (df) เท่ากับ 114, CMIN/df เท่ากับ 1.81, GFI เท่ากับ 0.94, AGFI เท่ากับ 0.92, SRMR เท่ากับ 0.04, RMSEA เท่ากับ 0.04

ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่าด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เนื่องมาจากการซื้อขายผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์มีความทันสมัยและน่าสนใจ เมื่อการขายผ่านการถ่ายทอดสดทำให้ผู้บริโภคได้เห็นสินค้าที่ชัดเจนมากขึ้น และยังสามารถโต้ตอบข้อซักถามของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ทำให้การขายสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ทำให้เกิดความไว้วางใจในการซื้อสินค้าผ่านดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคณะ (2552) พบว่าส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้และภาคธุรกิจนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตาภา ทัดหอม (2560) กล่าวว่าตลาดสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ เนื่องจากก่อให้เกิดความเพลิดเพลินขณะที่ลูกค้ารับชมการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Shao (2009) พบว่าความบันเทิงเป็นตัวกระตุ้นหลักในการบริโภคเนื้อหาของผู้บริโภค

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ควรคำนึงถึง ด้านทัศนคติพบว่าการส่งซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์สามารถเปรียบเทียบสินค้าได้ง่าย และได้รับสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนดดังนั้นผู้ขายจะต้องเน้นในเรื่องความชัดเจนของรายละเอียด และให้ความสำคัญกับการจัดส่งสินค้าให้ตรงตามกำหนด
2. ผู้ประกอบการขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ควรคำนึงถึง ด้านความไว้วางใจ พบว่า สินค้าที่ขายในเฟซบุ๊กไลฟ์ควรมีคุณภาพที่ดี และตรงตามที่นำเสนอขายผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์
3. ผู้ประกอบการขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ควรคำนึงถึงด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่าควรนำเสนอสินค้าผ่านไลฟ์ ที่แตกต่างและน่าสนใจ

ข้อเสนอแนะ**ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้**

1. ผู้ประกอบการควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายและใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น
2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น วิธีการนำเสนอในรูปแบบที่แตกต่างและน่าสนใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงความแตกต่างของการตลาดโซเชียลมีเดียของสินค้าประเภทเดียวกัน ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าต่างๆ
2. ควรเพิ่มการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือจากงานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาว่าปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญต่อสินค้าและการตอบสนองของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- กริช แรงสูงเนิน. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- กานต์ชนก ลิ้มมณี. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้ามือสองผ่านช่องทางเฟชบุ๊กของนักศึกษาหญิง: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- จิตาภา ทัดหอม. (2560). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟชบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. ตาก: โพเจ็คท์ ไฟฟ์-โพร จำกัด.
- ธนัท สุขวัฒนาวิทย์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในงานแสดงสินค้าของประชากรในกรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสม์ สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัทเอเจนซีวิจัยด้านโซเชียลมีเดีย We Are Social. (ม.ป.ป.). สถิติผู้ใช้งาน Facebook ปี 2560. <https://www.brandbuffet.in.th/2017/02/digital-overview-global-stat-2017/>.
- ปิยมารณ์ ช่วยชูหนู. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2560). Social Media: Future Media. วารสารนักบริหาร. ปีที่ 31.
- ภาวิณี ต้นติมาติ; และกิตติพงษ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2554). การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- วรรัตน์ สันติวงษ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารต่อการใช้บริการ E-Banking. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิภาวรรณ มโนปาริโมทย์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงธุรกิจ.

อมรรัตน์ ทันมา. (2556). อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสุภาพสตรีผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

Kotler, P. (1997). Marketing Management. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Kotler, P.; & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. 14th Global ed., England: Pearson Education.

Schiffman, L. G.; & Kanuk, L. L. (2000). Consumer Behavior. New Jersey: Prentice-Hall.

_____. (2004). Recognition. 8th ed., Upper saddle River, NJ: Pearson Hall.

Shao, G. (2009). Understanding the Appeal of User-generated Media: A Uses and Gratification Perspective. The Appeal of User Generated Media. 7-25.

Stern, S. (1997). Approximate Solutions to Stochastic Dynamic Programs. UK: Cambridge University.

NBUS040: ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน

FACTORS AFFECTING THE SUCCESSION OF STAKEHOLDERS PARTICIPATION OF THE ELECTRICITY POLICY DEVELOPMENT FUND FOR COMMUNITY DEVELOPMENT. FACTORS AFFECTING THE SUCCESSION OF STAKEHOLDERS PARTICIPATION OF THE ELECTRICITY POLICY DEVELOPMENT FUND FOR COMMUNITY DEVELOPMENT.

สุธน จิตร์มัน ¹ รศ.ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์ ²

¹ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน ซึ่งได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารงานของกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชนและข้อมูลทฤษฎีภูมิซึ่งประกอบด้วย กฎหมายรองรับ การนำส่งเงินเข้ากองทุน องค์ประกอบของคณะกรรมการ หลักเกณฑ์การจัดสรรเงินกองทุน ปัญหา การมีส่วนร่วม และแผนงานของกองทุนฯ ข้อมูลทฤษฎีภูมิ ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานของกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน อันประกอบด้วยเอกสาร แผนยุทธศาสตร์ แผนพัฒนา นโยบาย จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกองทุนฯ และข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วยข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน

ผลการศึกษา พบว่า การมีส่วนร่วมในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อชุมชนของประชาชนที่ได้รับผลกระทบในพื้นที่ประกาศในด้านต่างๆ ประกอบด้วย 1) ด้านการให้ข้อมูล 2) ด้านการเปิดรับความคิดเห็นของประชาชน 3) ด้านการเข้าร่วมปฏิบัติ 4) ด้านการเพิ่มอำนาจของประชาชน และ 5) ด้านการประเมินผล โดยผู้เกี่ยวข้องกับกองทุนฯ มีระดับความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และโดยภาพรวมประชาชนที่ได้รับผลกระทบในพื้นที่ประกาศให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อชุมชนเป็นอย่างดี และจากข้อมูลในการแสดงความคิดเห็นใน 5 ประเด็น ได้แก่ 1) แนวทางการจัดการดังกล่าวไม่ได้สะท้อนการรับฟังความคิดเห็นของชาวบ้านอย่างแท้จริง 2) แนวทางการจัดการดังกล่าวไม่ได้สะท้อนการรักษาผลประโยชน์ของชุมชน 3) อำนาจจากส่วนกลางลงลึกในรายละเอียดของโครงการชุมชน ทำให้กระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนถูกแทรกแซงชาวบ้านในพื้นที่ไม่มีอำนาจในการตัดสินใจในความจำเป็นพื้นฐาน 4) แนวทางเรื่องการชดเชยเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าที่ต้องรอให้ศาลตัดสินก่อนนั้น เป็นแนวทางที่มีความล่าช้า 5) ควรมีแนวทางควบคุมให้การใช้จ่ายเงินของกองทุนเป็นไปตามวัตถุประสงค์

คำสำคัญ: กองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน, การมีส่วนร่วม, การจัดการ

Abstract

Research Participation in community development fund management is aimed at studying participation in the organization. Community Development Fund and factors contributing to the participation in the organization. Electricity Development Fund for Community Development This is based on an analysis of basic information about the administration of the Electricity Development Fund for Community Development and Secondary Data, which includes legislation to fund the transfer of funds into the Fund. Board composition Funding Rules for Participation Issues And the plan of the fund. Secondary data Includes basic information of the Electricity Development Fund for Community Development The document contains Strategic plan for policy development from the agencies concerned with the fund. And primary data Contains information, comments and suggestions on the factors that affect the success of the involvement of stakeholders in the management of electricity development fund for community development

The results of the study showed that participation in the community fund for community development 1) Information 2) the openness of public opinion, 3) participation, 4) the empowerment of the people, and 5) Evaluation The parties involved in the service had a high level of visibility in the high level. In general, the affected people in the area are paying attention to Participation in community electricity fund management was very good. And from the information in the comments on 5 issues. 1) The management approach did not reflect the true views of the villagers. 2) The management approach did not reflect the interests of the community. 3) Central authority deep down in detail. Of community projects Making the community participation process interfered with the villagers in areas without the authority to make decisions in the basic necessities. 4) Reimbursement guidelines for those affected by the operation of power plants that had to wait before the court. 5) There should be a guideline to control the spending of funds in accordance with the objectives.

Keywords: Community Development Fund, Participation, Management

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“กองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงพลังงาน ซึ่งเกิดขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรีโดยข้อเสนอของคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพช.) และได้ขอความร่วมมือจากผู้ว่าราชการจังหวัด ใน 39 จังหวัดที่มีโรงไฟฟ้าตั้งอยู่เดิม ให้ดำเนินการจัดตั้งกองทุนพัฒนาชุมชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าในปี 2550 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (มติคณะรัฐมนตรี. 19 มิถุนายน 2550) เนื่องจากการจัดตั้งกองทุนฯ ดังกล่าว ยังไม่มีกฎหมายเฉพาะรองรับ ต่อมาภายหลังจากที่ พระราชบัญญัติกำกับกิจการพลังงาน พ.ศ. 2550 มีผลบังคับใช้ทำให้กองทุนฯ ได้โอนมาอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ คณะกรรมการกำกับกิจการ

พลังงาน (กกพ.) และได้ขอระเบียบว่าด้วยกองทุนพัฒนาไฟฟ้า พ.ศ. 2553 อย่างไรก็ตามการดำเนินงานกองทุนฯ ตาม พรบ. ดังกล่าว ยังคงปรากฏปัญหาความขัดแย้งระหว่างชุมชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่โดยรอบโรงไฟฟ้ากับโรงไฟฟ้าของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ทศพร ศิริสัมพันธ์. 2556: 1-5) และจากการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาไฟฟ้า โดยเฉพาะประเภท ก และประเภท ข ตั้งแต่มีการจัดตั้งในปี พ.ศ. 2555 มาจนถึงปัจจุบัน พบว่า แม้แต่จะมีโครงการหลายโครงการ ที่เสนอขึ้นมาจากชุมชนจะได้รับการสนับสนุนเงินจากกองทุนและมีการดำเนินงานไปได้ด้วยดี แต่พบว่ยังมีหลายโครงการที่ยังไม่ประสบผลสัมฤทธิ์เท่าที่ควร อย่างไรก็ตามการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการให้โอกาสประชาชนเป็นฝ่ายตัดสินใจกำหนดปัญหาความต้องการของตนเองอย่างแท้จริง เป็นการเสริมพลังอำนาจให้แก่ประชาชน กลุ่มองค์กรชุมชนให้สามารถระดมขีดความสามารถในการจัดการทรัพยากร การตัดสินใจ และการควบคุมดูแลกิจกรรมต่างๆ ในชุมชนมากกว่าที่จะเป็นฝ่ายตั้งรับ สามารถกำหนดการดำรงชีวิตได้ด้วยตนเอง ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นตามความจำเป็นอย่างมีศักดิ์ศรีและสามารถพัฒนาศักยภาพของประชาชน ชุมชนในด้านภูมิปัญญา ทักษะ ความรู้ ความสามารถ และการจัดการและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกได้ และประชาชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการอย่างมีอิสระ การทำงานต้องเน้นในรูปกลุ่มหรือองค์กรชุมชนที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอย่างชัดเจน เนื่องจากพลังกลุ่มจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานพัฒนาต่างๆ บรรลุสำเร็จตามความมุ่งหมายได้

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน 1) สภาพ ความสำเร็จ ปัญหา และการมีส่วนร่วมในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้า สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานเป็นอย่างไร 2) ระดับการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนเป็นอย่างไร 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการจัดการแบบมีส่วนร่วมของกองทุนพัฒนาไฟฟ้า เพื่อพัฒนาชุมชน สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานเป็นอย่างไร 4) กลยุทธ์การจัดการแบบมีส่วนร่วมของกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานเป็นอย่างไร

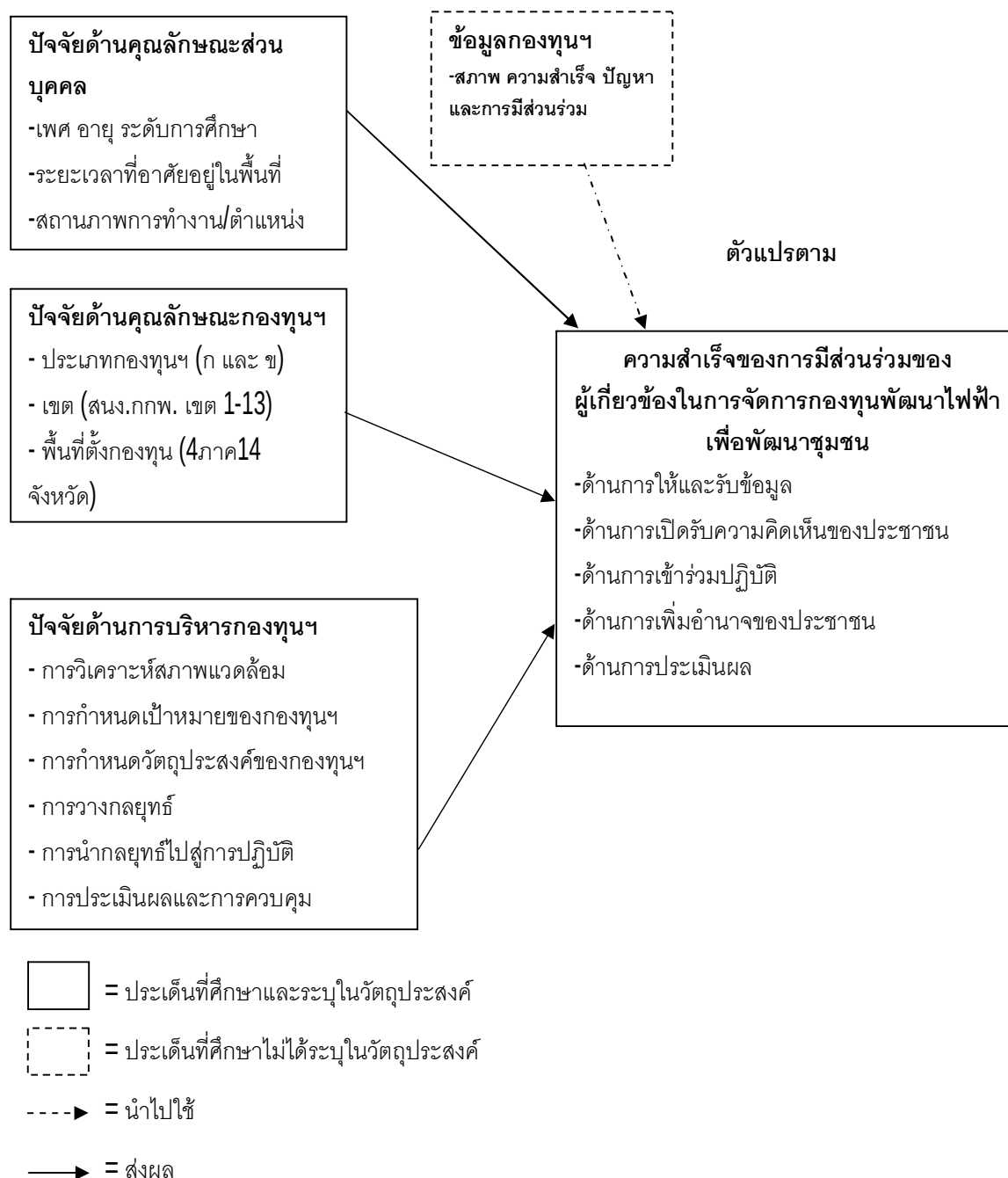
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา สภาพ ความสำเร็จ ปัญหา และการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน

สมมติฐานในการวิจัย

1. ความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชนมีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะส่วนบุคคล (กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ, กลุ่มผู้ได้รับผลกระทบในพื้นที่, กลุ่มผู้บริหาร)
2. ระดับการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของกองทุน
3. ปัจจัยด้านการบริหารกองทุนฯ มีผลต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านประชากร

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิที่เป็นความคิดเห็น ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านกองทุนฯ จำนวน 40 คน ประกอบด้วย อดีตประธานกองทุนหรือรองประธานกองทุนฯ 10 คน อดีตผู้อำนวยการ กกพ.เขต 10 คน และอดีตกรรมการกองทุนฯ (คพรพ.) 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบบันทึกและแบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับกฎหมายรองรับ การนำส่งเงินเข้ากองทุน องค์ประกอบของคณะกรรมการ หลักเกณฑ์การจัดสรรเงินกองทุน แผนงานของกองทุน และการมีส่วนร่วม จากเอกสารและรายงานสถิติของกระทรวงพลังงาน สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (กกพ.) สภาปฏิรูปประเทศด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2559 และข้อมูลเกี่ยวกับงบประมาณที่จัดสรรแยกตามโครงการชุมชนตามแผนงาน 11 ด้าน ของกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555-2559 แบบสัมภาษณ์ใช้ในการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านกองทุนฯ เกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริหารกองทุนฯ ความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน และข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน

1. ประชากรกลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย ผู้ที่เป็นหรือเคยเป็นผู้อำนวยการ กกพ.เขต ทั้ง 13 เขต ซึ่งอยู่ในตำแหน่งหรือเคยอยู่ในตำแหน่งมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปี ผู้ที่เคยดำรงตำแหน่งประธานและรองประธานกองทุนฯ ผู้ที่เป็นหรือเคยเป็นกรรมการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชนฯ ทั้งกองทุนประเภท ก ประเภท ข จำนวน 20 กองทุนฯ

2. ประชากรกลุ่มที่ 2 ผู้ที่ได้รับผลกระทบในพื้นที่ ประกอบด้วย ผู้บริหารท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และประชาชนทั่วไป

3. ประชากรกลุ่มที่ 3 ผู้บริหารชุดปัจจุบัน ประกอบด้วย กรรมการกองทุนฯ (คพรพ.) และกรรมการกองทุนฯ ในระดับตำบล (คพรต.) ของกองทุนฯ ประเภท ก และกองทุนฯ ประเภท ข แยกตามภาค 4 ภาค 18 จังหวัด รวม 20 กองทุนฯ

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

1.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1.1.1 เพศ อายุ

1.1.2 ระดับการศึกษา

1.1.3 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่

1.1.4 สถานภาพการทำงาน/ตำแหน่ง

1.2 ปัจจัยด้านคุณลักษณะกองทุนฯ

1.2.1 ประเภทกองทุนฯ

1.2.2 เขต (สนง.กกพ.เขต 1-13)

1.2.3 พื้นที่ตั้งของกองทุนฯ แยกตามภูมิภาค (ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคใต้)

1.2.4 จังหวัดที่ตั้งกองทุนฯ

1.3 ปัจจัยด้านการบริหารกองทุนฯ

1.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

1.3.2 การกำหนดเป้าหมายของกองทุนฯ

1.3.3 การกำหนดวัตถุประสงค์ของกองทุนฯ

1.3.4 การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

1.3.5 การประเมินผล และการควบคุม

2. ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

ความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน

2.1 ด้านการให้และรับข้อมูล

2.2 ด้านการเปิดรับฟังความคิดเห็นของประชาชน

2.3 ด้านการเข้าร่วมการปฏิบัติ

2.4 ด้านการเพิ่มอำนาจของประชาชน

2.5 ด้านการประเมินผล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย แบบบันทึก แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถาม โดยการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย หรือแบบบันทึก แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบสอบถาม เพื่อประเมินระดับการมีส่วนร่วม กระทำโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด และนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย

2. ร่างข้อคำถามของเครื่องมือให้ครอบคลุม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด

องค์ประกอบของแบบบันทึก องค์ประกอบของแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง องค์ประกอบของแบบสอบถาม และนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามรวม 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่ และสถานภาพการทำงาน/ตำแหน่ง ข้อคำถามในตอนนี้มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิดให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2 ความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน ข้อคำถามในตอนที่ 2 มีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายที่เป็นแบบวัดประเมินค่า(Rating scale) 5 ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นดังนี้ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในโครงการ/กิจกรรม ของกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน ข้อคำถามในตอนที่ 3 เป็นการจัดเป็นกลุ่มเรียงลำดับไม่ได้ ในลักษณะมาตรานามบัญญัติ (Nominal scale) แบ่งเป็น 2 ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นดังนี้ เคย และไม่เคย

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน ข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการอธิบายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
2. สถิติเชิงอนุมานที่สำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนฯ โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) และใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ได้แก่ ค่า Adjusted R^2 ค่า F และค่า t
3. การวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีบท กระทำโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วยอดีตประธานกองทุนฯ รองประธานกองทุนฯ อดีตผู้อำนวยการ กกพ.เขต อดีตกรรมการกองทุนฯ (คพรพ.) กระทำโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และเปรียบเทียบระหว่างการดำเนินงานกองทุนเดิมและกองทุนใหม่ การวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการบริหารงานของกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน กระทำโดยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ผลการศึกษา

สรุปได้ว่า การกำหนดพื้นที่ที่จะได้รับผลประโยชน์จากกองทุนฯ มีความชัดเจน ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งในระดับพื้นที่พร้อมทั้งมีความมั่นคงในด้านงบประมาณ ในขณะเดียวกันประเด็นการมีส่วนร่วมแม้ว่าจะได้กำหนดสัดส่วนขององค์ประกอบคณะกรรมการกองทุนฯ ให้ภาคประชาชนมีสัดส่วนมากขึ้นเป็นสองในสามตอบสนองเจตนารมณ์ของการจัดตั้งกองทุนซึ่งมุ่งเน้นการดำเนินงานกองทุนแบบมีส่วนร่วม แต่อย่างไรก็ตามหากพิจารณาในกระบวนการดำเนินงานกองทุนฯ ขึ้นการกลั่นกรองโครงการชุมชนของคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (กกพ.) จากส่วนกลาง มีการพิจารณาลงในรายละเอียดของโครงการ นอกจากทำให้การจัดทำโครงการเบี่ยงเบนไปจากเจตนาและความต้องการจำเป็นของชุมชนแล้วยังเป็นการก้าวล่วงในกระบวนการการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีการทำประชาคมมาก่อนเสนอเป็นโครงการที่จะเสนอขึ้นมาเพื่อรับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนฯ จึงเป็นจุดอ่อนในด้านการมีส่วนร่วม

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์การกำหนดพื้นที่ได้รับผลประโยชน์/จัดสรรเงินกองทุนฯ และการมีส่วนร่วม

กฎระเบียบข้อบังคับ เกี่ยวกับกองทุนฯ	ผลการวิเคราะห์
การกำหนดพื้นที่รับผลประโยชน์ กองทุนฯ เดิม (ปี 2550-2553)	การกำหนดของเขตพื้นที่แบ่งออกเป็น 2 พื้นที่ ได้แก่ 1) พื้นที่ชั้นใน หมายถึง พื้นที่ตำบลในรัศมี 5 กิโลเมตร จากขอบเขตของโรงไฟฟ้าหรือนิคมอุตสาหกรรมที่โรงไฟฟ้าตั้งอยู่ และ 2) พื้นที่ชั้นนอก หมายถึงขอบเขตพื้นที่ที่อยู่นอกเหนือพื้นที่ชั้นในโดยให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ
กองทุนฯ ใหม่ (ปี 2553-2559)	การผลิตไฟฟ้าสำหรับแต่ละโรงไฟฟ้าให้ครอบคลุมถึงตำบลโดยรอบโรงไฟฟ้าที่อยู่ในรัศมีจากศูนย์กลางโรงไฟฟ้าเป็นระยะทาง ดังนี้ 1) ห้า กิโลเมตรสำหรับโรงไฟฟ้าที่ผลิตพลังงานไฟฟ้าเกินห้าพันล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี 2) สามกิโลเมตร สำหรับโรงไฟฟ้าที่ผลิตพลังงานไฟฟ้าเกินหนึ่งร้อยล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปีแต่ไม่เกินห้าพันล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี 3) หนึ่งกิโลเมตรสำหรับโรงไฟฟ้าที่ผลิตพลังงานไฟฟ้าไม่เกินหนึ่งร้อยล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
หลักเกณฑ์การจัดสรรเงิน กองทุนฯ เดิม (ปี 2550-2553)	การนำส่งเงินเข้ากองทุนฯในพื้นที่ ตามปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ขายเข้าระบบกำหนดให้โรงไฟฟ้าในประเทศในอัตราที่แตกต่างกันตามชนิดของเชื้อเพลิงที่ใช้ในการผลิตไฟฟ้า
กองทุนฯ ใหม่ (ปี 2553-2559)	มีสามประเภท ดังนี้ ๑) กองทุนประเภท ก สำหรับพื้นที่ที่ได้รับการจัดสรรเงินเพื่อการพัฒนาพื้นที่มากพอต่อการบริหารจัดการได้เต็มรูปแบบ โดยมีปริมาณการผลิตพลังงานไฟฟ้ามากกว่าห้าพันล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี หรือมีรายได้มากกว่าห้าสิบล้านบาทต่อปีขึ้นไป ๒) กองทุนประเภท ข สำหรับพื้นที่ที่ได้รับการจัดสรรเงินเพื่อการพัฒนาพื้นที่เพียงพอต่อการบริหารจัดการในระดับปานกลาง โดยมีปริมาณการผลิตพลังงานไฟฟ้าไม่เกินห้าพันล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมง และมีรายได้มากกว่าหนึ่งล้านบาทแต่ไม่เกินห้าสิบล้านบาทต่อปี ๓) กองทุนประเภท ค สำหรับพื้นที่ที่ได้รับการจัดสรรเงินน้อย ควรมีการบริหารจัดการอย่างจำกัด โดยมีปริมาณการผลิตพลังงานไฟฟ้าไม่เกินหนึ่งร้อยล้านกิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี และมีรายได้ไม่เกินหนึ่งล้านบาทต่อปี ให้ สกพ. โดยความเห็นชอบของ กกพ. เป็นผู้ประกาศกำหนด
การมีส่วนร่วม กองทุนฯ เดิม (ปี 2550-2553)	มีการกำหนดเรื่องการมีส่วนร่วมไว้ในส่วนของเจตนารมณ์ของการจัดตั้งกองทุนซึ่งมุ่งเน้นการดำเนินงานกองทุนแบบมีส่วนร่วมหากแต่ในทางปฏิบัติยังไม่ปรากฏความชัดเจนในประเด็นการมีส่วนร่วม

ตาราง 1 (ต่อ)

กฎระเบียบข้อบังคับ เกี่ยวกับกองทุนฯ	ผลการวิเคราะห์
กองทุนฯ ใหม่ (ปี 2553-2559)	มีการกำหนดสัดส่วนของกรรมการ (คพรพ.) ภาคประชาชนไม่น้อยกว่าสองในสามของกรรมการทั้งหมด มีกระบวนการทำประชาคมเพื่อให้ประชาชนเสนอความต้องการก่อนทำข้อเสนอโครงการชุมชน หากแต่กระบวนการกลั่นกรองโครงขั้นสุดท้าย กกพ. จากส่วนกลางสามารถลงลึกในรายละเอียดของโครงการชุมชน เป็นการก้าวล่วงการมีส่วนร่วมของชุมชนส่งผลให้โครงการชุมชนเบี่ยงเบนไปจากเจตนาและความต้องการจำเป็นของชุมชน

ตาราง 2 ร้อยละของงบประมาณของกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชนที่จัดสรรแยกตามโครงการชุมชนตามแผนงาน 11 ด้าน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555-2559

หน่วย : ร้อยละ

แผนงาน 11 ด้าน	ปีงบประมาณ พ.ศ.				
	2555	2556	2557	2558	2559
(1) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตสุขภาพและสุขภาวะ	15.78	12.71	14.47	12.51	19.24
(2) พัฒนาอาชีพ	4.71	4.06	4.72	3.62	4.47
(3) พัฒนาการเกษตร	4.69	6.42	6.76	3.71	4.77
(4) พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน	1.78	2.86	1.90	3.97	2.99
(5) ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต	25.06	28.76	26.48	30.24	25.58
(6) พัฒนาด้านการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม และประเพณี	23.88	21.71	23.24	22.37	21.74
(7) ด้านการพัฒนาชุมชน	16.12	16.98	14.81	18.55	14.88
(8) ด้านการอนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม	3.31	4.28	3.82	2.96	3.99
(9) ช่วยเหลือกรณีฉุกเฉินและช่วยเหลือผู้ทุกข์ยาก	1.17	0.74	0.77	0.92	1.82
(10) พัฒนาศักยภาพผู้ที่เกี่ยวข้องกับกองทุน	1.17	1.10	1.99	0.75	0.85
(11) โครงการและแผนงานอื่นๆ ตามที่ กกพ. เห็นชอบ	0.04	0.35	1.05	0.38	0.04

ที่มา: จากการคำนวณ

จากการตาราง 2 พบว่า กองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชนมีวัตถุประสงค์ตามมาตรา 97(3) ซึ่งกำหนดว่าเพื่อการพัฒนาฟื้นฟูท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของโรงไฟฟ้า การได้รับผลกระทบในการดำเนินงานของโรงไฟฟ้า เป็นประเด็นสิ่งแวดล้อมและสุขภาวะของประชาชน ดังนั้นประเด็นดังกล่าวจึงเป็นภารกิจหลักและเป็นประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์ จากการพิจารณาแผนงานเพื่อพัฒนาชุมชนทั้ง 11 ด้านของกองทุนฯ มีข้อสังเกตและ

เป็นประเด็น 2 ประการ ประการแรกพบความซ้อนทับในแต่ละแผนงาน เช่นแผนงานด้านพัฒนาอาชีพ ซ้อนทับกับกับแผนงานด้าน พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และแผนงานด้านการพัฒนาชุมชน ประเด็นที่สองพบว่า การลำดับความสำคัญของปัญหาตามวัตถุประสงค์คือแผนงานด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตสุขภาพและสุขภาวะ และด้านการอนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาจากปี 2555 ถึง 2559 พบว่ามีสัดส่วนเพียงร้อยละ 15.47 (ปี 2558) ถือเป็นสัดส่วนที่ต่ำที่สุดในรอบ 5 ปี และในปี 2559 ซึ่งเป็นข้อมูลตัวเลขที่เป็นปัจจุบันที่สุดยังมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 23.23 แม้ว่าจะมีสัดส่วนที่สูงขึ้นหากแต่เมื่อเทียบกับแผนงานด้านอื่นแล้วยังคงมีสัดส่วนที่ต่ำมากไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของกองทุนฯ ที่มุ่งจะแก้ไขปัญหาสุขภาวะของประชาชนและปัญหาสิ่งแวดล้อม

อภิปรายผล

1. สภาพ ของกองทุนฯ พัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน เป็นกองทุนฯ ที่มีกฎหมายเฉพาะรองรับและมีกฎระเบียบในการบริหาร ด้านงบประมาณมีความมั่นคง หากแต่ในการออกระเบียบเพื่อใช้ปฏิบัติยังขาดความเชื่อมโยงกับระดับพื้นที่ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญของการมีส่วนร่วม มีการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบบ่อย ในประเด็น ความสำเร็จแม้ว่าจะมีการกำหนดสัดส่วนของกรรมการภาคประชาชนมากถึงสองในสามซึ่งมาจากการเลือกตั้งของประชาชนก็ตามแต่การกลั่นกรองโครงการของ กกพ. มีการก้าวล่วงในรายละเอียดโครงการซึ่งผ่านกระบวนการทำประชาคมมาแล้วทำให้โครงการเบี่ยงเบนไปจากความต้องการของประชาชนจึงไม่สะท้อนถึงความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนฯ ในประเด็น ปัญหา ในการจัดการแบบมีส่วนร่วมของกองทุนฯ พบว่าการกำหนดแผนงานมีความซ้ำซ้อนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเบี่ยงเบนลำดับความสำคัญตามวัตถุประสงค์หลักงบประมาณส่วนใหญ่ไม่ได้มุ่งแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมและสุขภาวะที่ดีของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านพลังงาน และด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม (2559) ด้านการมีส่วนร่วม ในขั้นตอนของการได้มาซึ่งโครงการได้เปิดโอกาสให้ประชาชนมีการประชาคมเพื่อเสนอปัญหาและความต้องการจำเป็นพร้อมเสนอเป็นโครงการขึ้นไปเพื่อขอรับการสนับสนุนหากแต่กลับถูกระบบการกลั่นกรองโครงการจาก กกพ. ก้าวล่วงในรายละเอียดของโครงการจนทำให้โครงการเบี่ยงเบนไปจากเจตนารมณ์ของชุมชน จึงไม่สะท้อนถึงการให้โอกาสการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากผลการวิจัยพบว่า ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาไฟฟ้า เพื่อพัฒนาชุมชนฯ จากช่องทางที่หลากหลายผู้ได้รับผลกระทบในพื้นที่ประกาศ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน ด้านการให้ข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้ได้รับผลกระทบในพื้นที่ประกาศ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับดังต่อไปนี้ ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาไฟฟ้า เพื่อพัฒนาชุมชนฯ จากช่องทางที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.51 ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาไฟฟ้า เพื่อพัฒนาชุมชนฯ อย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.45 เข้าถึง/รับรู้ข้อมูลข่าวสารของกองทุนพัฒนาไฟฟ้า เพื่อพัฒนาชุมชนฯ ได้อย่างสะดวก และการได้รับโอกาส/สิทธิในการรับรู้เกี่ยวกับงบประมาณรายจ่ายประจำปีของกองทุนพัฒนาไฟฟ้า เพื่อพัฒนาชุมชนฯ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเดียวกัน คือ 3.42 และได้รับโอกาส/สิทธิในการรับรู้เกี่ยวกับงบประมาณรายจ่ายของโครงการชุมชนใน

แต่ละปี มีค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ ผู้บริหารกองทุนฯ ควรกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์กองทุนฯ ให้ทั่วถึงในส่วน of ประชาชนในระดับล่างในเชิงรุกมากขึ้น

2. จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่ากองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชนมีโอกาส (O) สูงในการพัฒนาชุมชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อโรงไฟฟ้า ผู้บริหารกองทุนฯ ควรนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายของหน่วยงานด้านการกำหนดเป้าหมายการจัดการแบบมีส่วนร่วมของกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชน

ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ/การดำเนินงาน

1. จากผลการวิจัยพบว่าประชาชนรอบโรงไฟฟ้าไม่ไว้วางใจในกระบวนการผลิตกระแสไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้าในเรื่องผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพที่ดี

2. จัดกระบวนการเรียนรู้เรื่องผลกระทบการกระบวนการผลิตของโรงไฟฟ้าโดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมจากชุมชนเพื่อเพิ่มความไว้วางใจระหว่างชุมชนรอบโรงไฟฟ้ากับโรงไฟฟ้า

3. ปรับแผนงานของกองทุนที่เข้าช้อนให้มีความชัดเจนในแต่ละด้านโดยมุ่งเน้นด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพที่ดีของชุมชนอันเป็นผลมาจากกระบวนการดำเนินงานของโรงไฟฟ้า

4. เพิ่มประโยชน์โดยตรงให้ชุมชนรอบโรงไฟฟ้าเช่นการลดหย่อนค่าไฟฟ้าให้แก่ครัวเรือนที่อยู่ในพื้นที่ประกาศของกองทุนฯ การตรวจสุขภาพฟรีเป็นประจำและต่อเนื่อง

5. ปรับปรุงโครงสร้างกองทุนพัฒนาไฟฟ้าเพื่อพัฒนาชุมชนโดยแบ่งสัดส่วน ของกรรมการ ตามหลักสังคมศาสตร์โดยยึดตามจำนวนประชากร เป็นที่ตั้งในการกำหนดสัดส่วนแต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงพลังงาน. (2558). แผนพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้าของประเทศไทย พ.ศ. 2558-2579 (PDP2015).

ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2556). วิฤติพลังงาน. กรุงเทพมหานคร.

นฤภัทร อมรโฆสิต. (2559). บทบาทของกองทุนพัฒนาไฟฟ้า วัตถุประสงค์ ประโยชน์ ปัญหาและอุปสรรค.

เอกสารนำเสนอในที่ประชุมสัมมนาเรื่อง การปฏิรูปการพัฒนากองทุนไฟฟ้า. กรุงเทพมหานคร.

พิศมัย จารุจิตติพันธ์; และเกียรติชัย วีระญาณนนท์. (2559). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารเทศบาลเมืองบึงยี่โถ. กรุงเทพมหานคร.

สภาพัฒนาการปฏิรูปประเทศด้านพลังงาน และด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม. (2559). การปฏิรูปการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาไฟฟ้า. กรุงเทพมหานคร

สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน. (2556ก). คู่มือการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กองทุน.

_____. (2556ข). คู่มือการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาไฟฟ้าและการเสนอแผนงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556-2558. http://pdf.erc.or.th/eFundPortalV23/Document/Pian_2556_Documents/Main_Report.pdf.

_____. (2559). แนวทางการเสนอแผนงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ของกองทุนพัฒนาไฟฟ้าในพื้นที่ประกาศประเภท ก และ ประเภท ข. http://pdf.erc.or.th/eFundPortalV2/Upload/Document/97_3/2560/Guideline_Plan60.pdf.

อรทัย ก๊กผล. (2552). คู่มือ การมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับผู้บริหารท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: ส เจริญการพิมพ์.

อัจฉรา รัญติธรรม. (2548). นโยบายสาธารณะที่พึงปรารถนา. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจ.

Arnstein, Sherry R. (1969, July). A Ladder of Citizen Participation. Journal of the American Planning Association. 35: 216-24.

Bates, S. M. (2012). The Social Innovation Imperative: Creating Winning Products, Services, and Programs.

Cohen, J. M.; & Uphoff, N. T. (1977). Rural Development Participation: Concept and Measures for Project Design Implementation and Evolution Rural Development Committee Center for International Studies. New York: Longman.

Cohen, John M.; & Uphoff, Norman T. (1977). Rural Development Participation: Concepts and Measures for Project Design, Implementation and Evaluation. New York: The Rural Development Committee Center for International Studies. Cornell University.

James, L. Creighton. (2005). A Guide Book for Involving Citizens in Community. (CreightonUniversity), P.7.

Kaufan, Harold F. (1994). Participation Organization Activities in Selected Kentucky Localities. Agricultural Experimental Station Bulletin.

NBUS041: รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊ก สำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

A CAUSAL RELATIONSHIP FORMAT OF PRODUCT PRE-ORDER INTENTION VIA FOR THE POPULATION IN BANGKOK AREA AND METROPOLITAN REGION

ธัญดา โสมกุล¹ สุมาลย์ ปานคำ²

¹ นักศึกษาปริญญาโท สังกัดหลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม

² วิทยาลัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยรังสิต

บทคัดย่อ

ในยุคของเทคโนโลยีดิจิทัลการซื้อขายสินค้าออนไลน์ได้รับความนิยมมาก ซึ่งการพรีออเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊กถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊ก สำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการพรีออเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊ก เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์แบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล มี 7 องค์ประกอบ

ผลการวิจัยปรากฏว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊ก สำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดีมาก โดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (2) เท่ากับ 294.653 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 159, ค่า CMIN/df เท่ากับ 1.853, ค่า GFI เท่ากับ 0.933, ค่า AGFI เท่ากับ 0.902, ค่า SRMR เท่ากับ 0.055, RMSEA เท่ากับ 0.046 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.50 แสดงว่าตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัย ร้อยละ 50 พบว่า ด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้าและด้านการยอมรับการพรีออเดอร์สินค้าส่งผลร่วมกันในการกำกับความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊ก

คำสำคัญ: ความตั้งใจหรือเดอร์สินค้า, เฟซบุ๊ก, โมเดลสมการโครงสร้าง

Abstract

In the era of digital technology online shopping has become increasingly popular as a channel to monetize the business pre-order on Facebook It's another way to trade online products that are popular in current. Research a causal relationship format of product pre-order intention via Facebook for the population in Bangkok area and metropolitan region. The purpose of this study was to develop a causal relationship format of product Pre-Order intention via Facebook for the population in Bangkok area and metropolitan region and its vicinities and to verify the consistency of a causal relationship model developed with the data empirical evidence from 400 respondents came from a convenient sampling

from those who had experience in pre-ordering on Facebook. Data collection tools were 7 rating scales online questionnaires using the structural equation modeling technique use software package to analyze data.

The findings were as follows: the model is consistent with the empirical data to a great extent. The statistic shows results the Chi-square statistics goodness of fit test at (2) 294.653, degrees of freedom (df) = 159, CMIN/df = 1.853, GFI = 0.933, AGFI = 0.902, SRMR = 0.055 and RMSEA = 0.046 and the final is the predictive coefficient of 0.50. We could explain the variability of percentage 50 with the purchase intention of pre-order, attitude towards of product and adoption of preorder which are combined affecting with the purchase intention of pre-order on Facebook.

Keywords: Intention of Product Pre-order, Facebook, Structural Equation Modeling

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตของมนุษย์แทบทุกด้าน เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดทำให้โลกก้าวเข้าสู่ยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Digital Economy & Society) เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เข้ามาใช้เพื่อเพิ่มผลผลิต เพิ่มผลงาน โดยใช้เวลาน้อยลงและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ยุคปัจจุบันที่การใช้สมาร์ตโฟน (Smartphone) และแท็บเล็ต (Tablet) ติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่ายไร้สายความเร็วสูง (Wireless Broadband) เช่น 3G, 4G และมีการใช้งานในวงกว้าง ซึ่งทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ มากมายในแทบทุกสาขาเศรษฐกิจ (แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2559)

จากผลการสำรวจกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่า การซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์ ในปี พ.ศ. 2560 อยู่ในอันดับที่ 5 ซึ่งจากเดิมปี พ.ศ. 2559 อยู่ในอันดับที่ 8 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. 2560) แสดงให้เห็นว่าการซื้อขายสินค้าออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น การซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์ถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจ และในปัจจุบันผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญในการขายสินค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จำนวนมาก

การซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก มีรูปแบบการขายสินค้าและบริการหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการสต็อกสินค้าหรือแบบพรีออเดอร์พรีออเดอร์ ซึ่งการพรีออเดอร์สินค้าเป็นอีกรูปแบบของการซื้อขายสินค้าอีกวิธีหนึ่งที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ในมุมมองของผู้ซื้อสินค้าพรีออเดอร์ส่วนใหญ่จะมีราคาถูก เป็นสินค้านำเข้า หรือบางประเภทสินค้าไม่มีจำหน่ายในประเทศไทยหรือมีจำหน่ายแต่ราคาสูง ส่วนมุมมองของผู้ขาย การพรีออเดอร์สินค้าก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ผู้ขายนิยมเลือกใช้ เพราะมีความเสี่ยงน้อยในเรื่องการค้างสต็อกของสินค้าที่ไม่ได้รับความนิยมแล้ว และลดต้นทุนในการทำธุรกิจ

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ซึ่งเฟซบุ๊กเป็นสังคมออนไลน์ ที่นิยมใช้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. 2560) โดยผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาในหัวข้อ รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มี

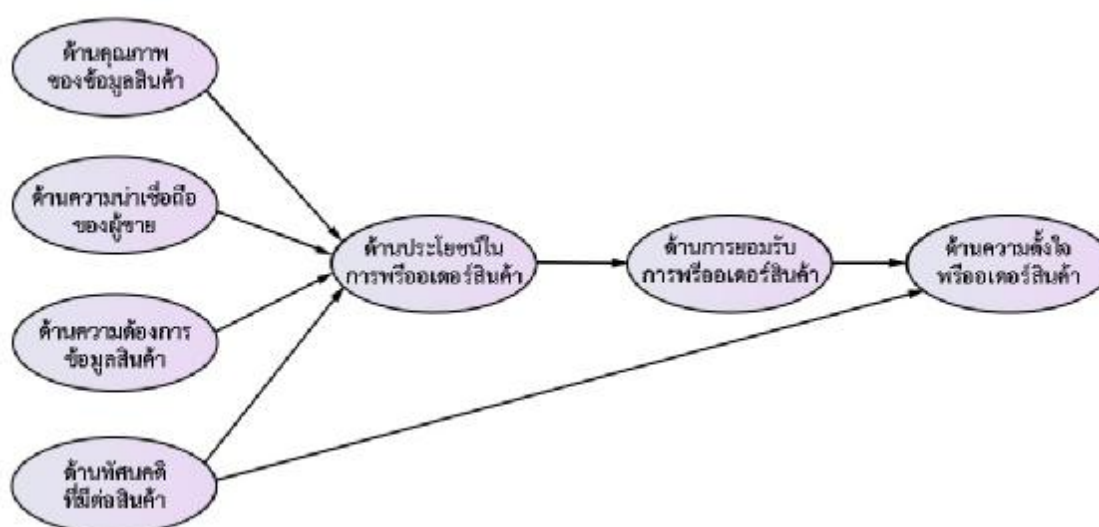
ผลต่อความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟชบุ๊ก ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์สามารถใช้เป็นแนวทางการตลาดออนไลน์ผ่านเฟชบุ๊ก และทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่ทำการหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟชบุ๊ก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟชบุ๊กสำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

กรอบแนวคิด

การศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟชบุ๊กสำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดจากงานวิจัยของ อาร์แกน และ อีแวนส์ (Erkan: & Evans. 2016) ได้อธิบายถึงทฤษฎีการยอมรับข้อมูล (Information Acceptance Model: IACM) เป็นทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาการยอมรับข้อมูลของมนุษย์ โดยศึกษาอิทธิพลของบทสนทนาด้วยสื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค โดยรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจหรือเดอร์สินค้า ได้แก่ ด้านคุณภาพข้อมูลสินค้า (Information Quality of Product) ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ขาย (Seller's Credibility) ด้านความต้องการข้อมูลสินค้า (Need of Information Product) และด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้า (Attitude towards of Product)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟชบุ๊กที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการพรีออเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊กจำนวน 400 คน ในการกำหนดขนาดตัวอย่างของการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural Models with Latent Variable) นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้เสนอว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมควรจะอยู่ในอัตราส่วน 10-20 ต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝงที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้สามารถดูได้จากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 จึงจะถือว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการวิจัยครั้งนี้ตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 21 ตัวแปร ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่าง 210 คน เป็นอย่างน้อยเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพข้อมูลสินค้า 2) ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ขาย 3) ด้านความต้องการข้อมูลสินค้า และ 4) ด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้า

3.2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) ได้แก่ 1) ด้านประโยชน์ในการพรีออเดอร์สินค้า 2) ด้านการยอมรับการพรีออเดอร์สินค้า และ 3) ด้านความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทสินค้าที่เลือกพรีออเดอร์ผ่านเฟซบุ๊ก จำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยข้อความคำถามลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ แบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพข้อมูลสินค้า (Information Quality of Product) 2) ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ขาย (Seller's Credibility) 3) ด้านความต้องการข้อมูลสินค้า (Need of Information Product) 4) ด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้า (Attitude towards of Product) 5) ด้านประโยชน์ในการพรีออเดอร์สินค้า (Usefulness of Preorder) 6) ด้านการยอมรับการพรีออเดอร์สินค้า (Adoption of Preorder) และ 7) ด้านความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้า (Intention of Product Pre-order) จำนวน 21 ข้อ ซึ่งเกณฑ์การวัดและแปลความหมายคะแนน มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 6.51-7.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 5.51-6.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างมาก

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

การหาคุณภาพเครื่องมือ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน แล้วนำคะแนนที่ได้มาหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) โดยได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ที่มีประสบการณ์ในการฟรื่อเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊กที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่า ข้อคำถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.934 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นไม่ควรต่ำกว่า 0.70 (ชไมพร กาญจนกิจสกุล. 2555)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 1 ฉบับ ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการศึกษาเอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการฟรื่อเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2560 รวมระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามทั้งสิ้น 1 เดือนมีผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 450 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้จำนวนแบบสอบถาม 400 คนและทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ใช้วิเคราะห์ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร หาขนาดอิทธิพล และทิศทางว่าเป็นอย่างไรจากแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้อ้างอิงมีการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสถิติ CMIN/df น้อยกว่า 2.00, GFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป, AGFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และ RMSEA น้อยกว่า 0.08 ซึ่งสอดคล้องกับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (กริช แรงสูงเนิน. 2554)

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.50 มีอายุระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.70 อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 ประเภทสินค้าที่เลือกฟรื่อเดอร์ผ่านเฟซบุ๊กมากที่สุด คือ สินค้าแฟชั่น (เสื้อผ้า/กระเป๋า/รองเท้า/เครื่องประดับ) จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25

1. ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจฟรื่อเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ความโด่งของปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้าผ่านเฟชบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามรายด้าน

รายด้าน	ค่าเฉลี่ย (M)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย	ความเบ้ (Sk)	ความโด่ง (Ku)	ความหมาย
ด้านคุณภาพข้อมูลสินค้า	4.95	1.16	ค่อนข้างมาก	0.21	0.07	มีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ขาย	4.39	1.27	ปานกลาง	0.10	0.03	มีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านความต้องการข้อมูลสินค้า	5.93	1.17	มาก	1.05	0.68	มีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้า	5.28	1.16	ค่อนข้างมาก	0.30	0.31	มีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านประโยชน์ในการพรีออเดอร์ สินค้า	5.12	1.29	ค่อนข้างมาก	0.51	0.20	มีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านการยอมรับการพรีออเดอร์ สินค้า	5.09	1.18	ค่อนข้างมาก	0.31	0.24	มีการแจกแจงแบบปกติ
ด้านความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้า	5.02	1.23	ค่อนข้างมาก	0.28	0.27	มีการแจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	5.11	1.21	ค่อนข้างมาก	0.39	0.26	มีการแจกแจงแบบปกติ

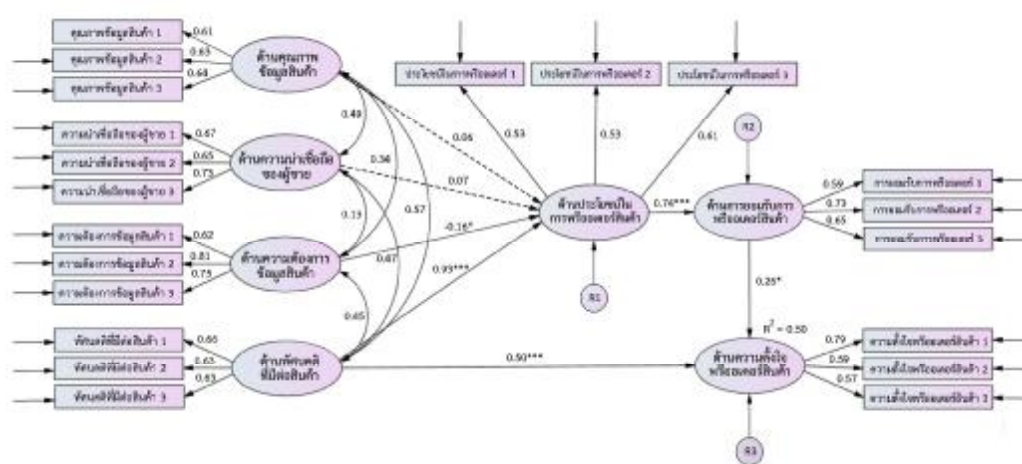
จากตาราง 1 ความคิดเห็นของผู้ที่เคยพรีออเดอร์สินค้าผ่านเฟชบุ๊ก ในภาพรวมเกี่ยวกับความตั้งใจพรีออเดอร์ผ่านเฟชบุ๊กมีค่าเฉลี่ย 5.11 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านความต้องการข้อมูลสินค้ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 5.93 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมา ด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 5.28 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และน้อยที่สุด ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ขายมีค่าเฉลี่ย 4.39 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ค่าความเบ้ (Sk) อยู่ระหว่าง 0.10 ถึง 1.05 และค่าความโด่ง (Ku) อยู่ระหว่าง 0.03 ถึง 0.68 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ ± ไม่เกิน 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

2. ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้เทคนิคสมการโครงสร้างเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร โดยการทดสอบความสอดคล้องกลไกระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี ดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้าผ่านเฟชบุ๊ก จากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่อยู่ในรูปของคะแนนดิบ

ค่าสถิติ	เกณฑ์	ค่าที่ได้	ความหมาย
1. ค่า CMIN/df	< 2.00	1.853	ผ่านเกณฑ์
2. ค่า GFI	≥ .90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.933	ผ่านเกณฑ์
3. ค่า AGFI	≥ .90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.902	ผ่านเกณฑ์
4. ค่า CFI	≥ .90 (เข้าใกล้ 1.00)	0.943	ผ่านเกณฑ์
5. ค่า RMSEA	< .08 (เข้าใกล้ 0)	0.046	ผ่านเกณฑ์
6. ค่า Standardized RMR	< .08 (เข้าใกล้ 0)	0.055	ผ่านเกณฑ์
7. ค่า RMR	< .08 (เข้าใกล้ 0)	0.079	ผ่านเกณฑ์
8. ค่า HOELTER	> 200	257	ผ่านเกณฑ์

จากตาราง 2 พบว่า ค่า $CMIN/df$ เท่ากับ 1.853 มีค่าน้อยกว่า 2.00 ค่าดัชนีตรวจสอบความกลมกลืน GFI เท่ากับ 0.933, AGFI เท่ากับ 0.902, CFI เท่ากับ 0.943 มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า SRMR เท่ากับ 0.055, RMSEA เท่ากับ 0.046 มีค่าน้อยกว่า 0.08 ซึ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมินความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดล พบว่าผ่านเกณฑ์ทุกค่า สรุปได้ว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อหรือเดอรสินค้าผ่านเฟชบุ๊กสำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี (กริช แรงสูงเนิน, 2554)



ภาพประกอบ 2 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากภาพประกอบ 2 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจซื้อหรือเดอรสินค้าผ่านเฟชบุ๊ก พบว่า ด้านความตั้งใจซื้อหรือเดอรสินค้าได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้า โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และด้านความตั้งใจซื้อหรือเดอรสินค้าได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านการยอมรับการซื้อหรือเดอรสินค้า โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.26 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 3 ค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้าผ่านเพชบุ๊กของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ตัวแปร	ตัวแปรแฝงภายใน									หมายเหตุ
ตัวแปรแฝงภายนอก	ด้านประโยชน์ในการ			ด้านการยอมรับการ			ด้านความตั้งใจ			
	พรีออเดอร์สินค้า			พรีออเดอร์สินค้า			พรีออเดอร์สินค้า			
	Direct Effects	Indirect Effect	Total Effect	Direct Effects	Indirect Effect	Total Effect	Direct Effects	Indirect Effect	Total Effect	
ด้านคุณภาพข้อมูลสินค้า	06.0	-	06.0	-	0.04***	0.04***	-	0.01***	0.01***	สนับสนุน
ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ขาย	0.07	-	0.07	-	0.05***	0.05***	-	0.01***	0.01***	สนับสนุน
ด้านความต้องการข้อมูลสินค้า	-0.16*	-	-0.16*	-	0.12***	0.12***	-	0.03***	0.03***	สนับสนุน
ด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้า	0.93***	-	0.93***		0.69***	0.69***	0.50***	0.26*	0.76***	สนับสนุน
ด้านประโยชน์ในการพรีออเดอร์สินค้า	-	-		0.74***	-	0.74***	-	0.19***	0.19***	สนับสนุน
ด้านการยอมรับการพรีออเดอร์สินค้า	-	-		-			0.26*	-	0.26*	สนับสนุน
ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์	88.0			55.0			50.0			

หมายเหตุ: *p < .05, **p < .01, ***p < .001

จากตาราง 3 พบว่า ด้านประโยชน์ในการพรีออเดอร์สินค้าได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้า มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.93 ในขณะที่ด้านการยอมรับพรีออเดอร์สินค้าได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านประโยชน์ในการพรีออเดอร์สินค้า ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.74 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และสุดท้ายในด้านความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้าได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านการทัศนคติที่มีต่อสินค้า ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

สรุปผลการวิจัย

การศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้าผ่านเพชบุ๊กสำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้าผ่านเพชบุ๊กสำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดจากงานวิจัยของอาร์แกน และ อีแวนส์ (Erkan; & Evans. 2016) ได้อธิบายถึงทฤษฎีการยอมรับข้อมูล (Information Acceptance Model: IACM) ที่ก่อให้เกิดความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้า ได้แก่ ด้านคุณภาพข้อมูลสินค้า ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ขาย ด้านความต้องการข้อมูลสินค้า ด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้า ด้านข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ด้านการยอมรับข้อมูล และความตั้งใจพรีออเดอร์สินค้าผ่านเพชบุ๊ก จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.50 มีอายุระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.70 อาชีพพนักงาน/นักศึกษา จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 ประเภทสินค้าที่เลือกพรีออเดอร์ผ่านเพชบุ๊กมากที่สุด คือ สินค้าแฟชั่น (เสื้อผ้า/กระเป๋า/รองเท้า/

เครื่องประดับ) จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีภาพรวมค่าเฉลี่ย 5.11 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านความต้องการข้อมูลสินค้ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 5.93 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมา ด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 5.28 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก และน้อยที่สุด ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ขายมีค่าเฉลี่ย 4.39 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ค่าความเบ้ (Sk) อยู่ระหว่าง 0.10 ถึง 1.05 และค่าความโด่ง (Ku) อยู่ระหว่าง 0.03 ถึง 0.68 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ $\pm$ ไม่เกิน 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ โดยด้านความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าได้รับอิทธิพลทางตรง จากด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้า โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และด้านความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านการยอมรับการหรือเดอร์สินค้า โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.26 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊กสำหรับประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดีโดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (2) เท่ากับ 294.653, องศาอิสระ (df) เท่ากับ 159, CMIN/DF เท่ากับ 1.853, GFI เท่ากับ 0.933, AGFI เท่ากับ 0.902, SRMR เท่ากับ 0.055 และ RMSEA เท่ากับ 0.046 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.50 แสดงว่าตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยร้อยละ 50 พบว่า ด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้าและด้านการยอมรับการหรือเดอร์สินค้าส่งผลร่วมกันในการกำกับความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊ก

ผลการวิจัยพบว่า ด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊กมากที่สุด เนื่องมาจากผู้ซื้อที่มีความรู้สึกว่าคุณค่าสินค้ามีราคาที่เหมาะสม มีความทันสมัย และเป็นสินค้าที่ชื่นชอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณิกการ์ สุภาพ และ เพ็ญศรี เจริญวานิช (2554) ที่พบว่าตัวแปรทัศนคติในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางอินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคชาวไทย และงานวิจัยของวิศรา สอนจิตร (2557) ที่พบว่า ปัจจัยทัศนคติในการซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ของผู้บริโภคมีผลกระทบทางตรงต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน นอกจากนี้ด้านการยอมรับการหรือเดอร์สินค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊ก เนื่องมาจากผู้ซื้อมองเห็นถึงประโยชน์ในการหรือเดอร์สินค้า เช่น ผู้ขายมีการแจ้งรายละเอียดสินค้าที่ชัดเจนและมีการประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาร์แกน และ อีแวนส์ (Erkan; & Evans. 2016) ที่พบว่าตัวแปรด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ใช้สอยมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อสินค้า

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการขายสินค้าหรือเดอร์ผ่านเฟซบุ๊ก ควรคำนึงถึงด้านการยอมรับการหรือเดอร์สินค้า เนื่องจากการหรือเดอร์สินค้าผ่านเฟซบุ๊ก สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ง่าย และได้รับสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด ดังนั้นผู้ขายจะต้องเน้นในเรื่องความชัดเจนของรายละเอียดสินค้า และให้ความสำคัญกับการจัดส่งสินค้าให้ตรงเวลาที่กำหนด

2. ผู้ประกอบการขายสินค้าหรือเฟอร์นิเจอร์ผ่านเฟซบุ๊กควรคำนึงถึงด้านประโยชน์ในการซื้อสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้หลากหลาย สินค้าบางชนิดเป็นสินค้าที่หายาก และสะดวกประหยัดเวลาในการเดินทาง ดังนั้น ผู้ขายจะต้องพยายามค้นหาสินค้าที่เป็นความต้องการของตลาดหรือเป็นสินค้าที่หายากมาจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ

3. ผู้ประกอบการขายสินค้าหรือเฟอร์นิเจอร์ผ่านเฟซบุ๊กควรคำนึงถึงด้านความน่าเชื่อถือของผู้ขาย เนื่องจากผู้ซื้อยังคงไม่เชื่อถือ และไม่ไว้วางใจผู้ขายเท่าที่ควร ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้มากขึ้น โดยการยืนยันว่ามีตัวตนจริงและสามารถตรวจสอบได้ในเฟซบุ๊ก

4. ผู้ประกอบการขายสินค้าหรือเฟอร์นิเจอร์ผ่านเฟซบุ๊กควรคำนึงถึงด้านคุณภาพข้อมูลสินค้าเนื่องจากผู้ซื้อ ยังคงพึงพอใจน้อยกับคุณภาพของข้อมูลสินค้า ดังนั้นผู้ขายจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพ ข้อมูลสินค้า เช่น รายละเอียดสินค้า ภาพสินค้า ราคาที่ชัดเจน ภาษาที่เข้าใจง่ายและมีการประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างสม่ำเสมอ

5. ผู้ประกอบการขายสินค้าหรือเฟอร์นิเจอร์ผ่านเฟซบุ๊กควรคำนึงถึงด้านความต้องการข้อมูลสินค้า เนื่องจากผู้ซื้อ ยังคงพึงพอใจน้อยกับด้านความต้องการข้อมูลสินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการขายสินค้าจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของความต้องการข้อมูลสินค้า เช่น ต้องการทราบขั้นตอนการซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ต้องการทราบระยะเวลาในการรอสินค้าที่ซื้อหรือเฟอร์นิเจอร์ และต้องการทราบรายละเอียดสินค้า

6. ผู้ประกอบการขายสินค้าหรือเฟอร์นิเจอร์ผ่านเฟซบุ๊กควรคำนึงถึงด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้า เนื่องจากผู้ซื้อ มีความพึงพอใจกับด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้าเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการขายสินค้าจะต้องให้ความสำคัญกับความรู้สึกของผู้ซื้อและความเข้าใจในความต้องการสินค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ควรศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูลสินค้าและด้านความน่าเชื่อถือของผู้ขายให้มากขึ้น
2. ควรศึกษาความแตกต่างระหว่างการใช้เฟซบุ๊กและการสั่งซื้อสินค้าทั่วไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรเพิ่มการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือจากงานวิจัยนี้ ที่มีความสำคัญต่อความตั้งใจซื้อสินค้า

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. จาก http://www.mict.go.th/assets/portals/1/files/590613_4Digital_Economy_Plan-Book.pdf.

กริช แรงสูงเนิน. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS AMOS เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. ตาก: โพเจ็คท์ ไฟฟ์-ไฟว์ จำกัด.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสม์ สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิศรดา สอนจิตร. (2557). ความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ. นครราชสีมา: สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2560). ผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตคนไทย. กรุงเทพฯ:

สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.

สุพรรณิการ์ สุภาพล; และเพ็ญศรี เจริญวานิช. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางอินเทอร์เน็ต

ของผู้บริโภคชาวไทย. วารสารวิจัย มข. ฉบับสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ฉบับธุรกิจและเศรษฐกิจ). 10(1): 22-41. KKU Res. J.(be).

Erkan, I.; & Evans, C. (2016). The Influence of eWOM in Social Media on Consumers' Purchase Intentions: An Extended Approach to Information Adoption. Computers in Human Behavior. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.003>

NBUS043: ปัญหาและอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ ของโรงเรียนในเขต กันดาร: โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี

PROBLEMS AND OBSTACLES FOR SOLAR CELL MAINTENANCE AT A SCHOOL IN REMOTE AREA: BAN PILOK KHI BORDER PATROL POLICE SCHOOL

พระวิศิษฐ์ ธมมวโรสี (รัศมี)¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุบลวรรณ ภวภานันท์² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นที ทองอุ่น³

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

² อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

³ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ไขในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ ของโรงเรียนในเขตทุรกันดาร: โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี ตำบลปิล็อค อำเภองาว งามิ จังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ครู 5 คน เจ้าหน้าที่ 6 คน นักเรียน 20 คน เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการติดตั้งระบบโซล่าเซลล์ที่โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี 1 คน และเจ้าหน้าที่จากกรมการพัฒนาพลังงานทดแทนจังหวัดกาญจนบุรี 1 คน รวมทั้งสิ้น 33 คน เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างปลายเปิด และใช้การวิเคราะห์ผลรวมที่ตรงกันจากทุกกลุ่มในการสรุปและอภิปรายผลเป็นความเรียง

ผลการวิจัยพบว่า ระบบโซล่าเซลล์ในโรงเรียนมีการชำรุดทั้งที่เกิดจากการใช้งานปกติและความผิดพลาดในการบำรุงรักษา อุปกรณ์ที่เสียหายบ่อยที่สุด คือ อินเวอร์เตอร์ที่ชำรุดจากการถูกฟ้าผ่า รองลงมาคือแบตเตอรี่ และปัญหาเรื่องแผงโซล่าเซลล์เสียหายพบว่ามีน้อยที่สุดตามลำดับ สภาพอากาศ ฝุ่นละออง ส่งผลต่อประสิทธิภาพของระบบ การทำความสะอาดแผง 2 เดือนต่อครั้งจะช่วยยืดอายุการใช้งานของแผง และประสิทธิภาพของระบบดีขึ้น การขาดทักษะและความรู้ในการบำรุงรักษาระบบของบุคลากร ทำให้ไม่สามารถที่จะวิเคราะห์วางแผนในการดูแล ตรวจสอบ และการบำรุงรักษาระบบที่เหมาะสม ส่งผลให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมสภาพแก่อุปกรณ์ต่างๆ เร็วขึ้น เช่น แบตเตอรี่ และผลการทดลองยังพบว่าบุคลากรที่ความรู้ในระบบมากกว่า จะให้ความร่วมมือในการบำรุงรักษาระบบมากกว่า การที่บุคลากรขาดความใส่ใจ และไม่มีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาระบบ เพราะมองว่าหน้าที่ในการบำรุงรักษาระบบ เป็นหน้าที่ของคนใดคนหนึ่งเท่านั้น หรือมองว่าตนเองไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอ และงานประจำที่ตนเองต้องรับผิดชอบนั้นก็เยอะอยู่แล้ว จึงหวังพึ่งพาการดูแลบำรุงรักษาระบบจากช่างผู้มาติดตั้งจะมาตรวจสอบให้เป็นประจำทุกปี ในส่วนนี้จัดว่าเป็นการขาดจิตสำนึกสาธารณะที่บุคลากรควรมี

สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหา คือ ควรพัฒนามูลฐานให้มีศักยภาพ เพราะคนเป็นหัวใจที่สำคัญในการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น ควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ ในแต่ละระบบแต่ละโซนให้มีความชัดเจนถึง อุปกรณ์ต่างๆ ว่ามีหน้าที่อย่างไร และแต่ละตัวต้องบำรุงรักษาอย่างไรบ้าง เพื่อให้ระบบมีประสิทธิภาพมากที่สุด และยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์ และควรจัดทำตารางในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ที่มีความกระชับ และครอบคลุม เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการดูแลรักษาระบบ จากนั้นควรมีการจัดแบ่งกลุ่มครู และนักเรียนให้มีหน้าที่เป็นเวรคอยดูแลระบบโซล่าเซลล์ในแต่ละอาคารเพื่อเป็นการสร้างทักษะ

และทบทวนความเข้าใจในการบำรุงรักษาระบบ เช่น การล้างทำความสะอาดแผงโซลาร์เซลล์ทุก 2 เดือน การตรวจสอบน้ำกลั่น ดูแลทำความสะอาดส่วนอื่นทุก 1 เดือน เป็นต้น ทำหน้าที่ผู้แนะนำควรปลูกฝังจิตสำนึก ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้จากระบบโซลาร์เซลล์ เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้ครู และนักเรียนเกิดความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ และเต็มใจให้ความร่วมมือในการบำรุงรักษาระบบโซลาร์เซลล์

คำสำคัญ: โซลาร์เซลล์, การบำรุงรักษา, ความร่วมมือ

Abstract

This study aims to investigate problem, obstacles, and solutions of solar cell maintenance at a school in remote area. The Ban PilokKhi Border Patrol Police School is used as case study. The 33 key informants were 5 Teachers, 6 staff, 20 students, a person who install solar system at PilokKhi Border Patrol Police School, and an officer from the Department of Alternative Energy Development in Kanchanaburi. Open-ended structural interview is used and data were analyzed using content analysis from all groups.

The results showed that solar system of the school contains defected parts which is caused by both too long usage times and mismanagement of the system. Inverter is reported as out of order most frequency due to the lightning which often occurs. Batteries and solar panels are also damaged sometimes. Weather patterns and high volume of dust are main problem as it causes the system cannot work properly. The school staff do not arm with proper knowledge in maintenance the system. They do not aware on the importance of maintenance system. Thus many parts of the system including solar panels are left with dust. It would be better if they clean the system, particularly the panel, every two weeks.

However, it is understandable that the school have limited numbers of staff and they all are full with routine assignments. They lie the maintenance responsibility on the shoulders on the installers. To solve the problem, training course about solar system maintenance should be provided to the school's staff. And they must provide a compact and comprehensive solar system maintenance schedule for help everybody can understand in the solar system maintenance. Then should be set a group of teachers and students for take care of the system in each building, it can improve their skills about solar system maintenance. For example, cleaning the solar panel every two months, cleaning the other part every 1 month. Finally, the leader should cultivate consciousness with all teachers and students, feeling ownership and willing to cooperate in the maintenance of solar cells.

Keywords: solar cell, maintenance, partnership

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันโลกกำลังเผชิญกับปัญหาวิกฤติพลังงาน และทรัพยากรธรรมชาติที่ลดน้อยลง ซึ่งเกิดจากปัจจัยต่างๆ เช่น การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร การขยายตัวของเมือง การเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นต้น ทำให้มีการนำเอาเชื้อเพลิงประเภทถ่านหิน น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติมาใช้มากขึ้น ในขณะที่แหล่งพลังงานนั้นมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งมีการทำนายว่าพลังงานเหล่านี้จะหมดไปในอนาคตอันใกล้ในอีก 30-40 ปีข้างหน้า จึงส่งผลให้เกิดความตระหนัก และตื่นตัวกับสถานการณ์ที่พลังงานลดน้อยและหมดลง ดังนั้นจึงมีความพยายามในการค้นหาพลังงานทดแทนที่ใช้ได้อย่างไม่มีวันหมด เช่น พลังงานน้ำ พลังงานลม และพลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มมาใช้ เพื่อเป็นการประหยัดทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดความยั่งยืน มั่นคง ทางด้านทรัพยากร และด้านพลังงานในที่สุด

สำหรับโครงการติดตั้งระบบไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์นั้น เป็นโครงการที่เป็นประโยชน์อย่างมากก่อให้เกิดการพัฒนาและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในพื้นที่ห่างไกล อีกทั้งยังเป็นการสร้างขวัญ และกำลังใจให้กับบุคลากรในพื้นที่ให้มีไฟฟ้าใช้ทำให้เกิดความสะดวกสบายมากขึ้น แต่ระบบโซลาร์เซลล์ในหลายโครงการ ต่างก็ยังพบกับปัญหาและอุปสรรคในด้านต่าง มากมาย ที่จะทำให้ระบบไม่สามารถที่จะทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสภาพภูมิอากาศ สภาพแวดล้อม คุณภาพของอุปกรณ์ในการติดตั้ง ความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน และการดูแลรักษาระบบโซลาร์เซลล์ และการขาดความร่วมมือร่วมใจกันของบุคลากร ประชาชนและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งงานวิจัยเกี่ยวกับระบบโซลาร์เซลล์ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่เน้นไปทางด้านการพัฒนาการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบและอุปกรณ์ หรือการประเมินทางด้านเศรษฐศาสตร์ แต่การวิจัยเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซลาร์เซลล์นั้นยังไม่ได้ได้รับความสนใจเท่าที่ควร

เพื่อให้การพัฒนาด้านพลังงานระบบโซลาร์เซลล์ในพื้นที่ทุรกันดารประสบความสำเร็จที่แท้จริง อันจะเป็นการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านและช่วยลดความเหลื่อมล้ำในด้านต่างๆ อย่างยั่งยืน จึงต้องทำให้ระบบโซลาร์เซลล์ที่มีอยู่แล้วนั้นสามารถใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพ และมีอายุการใช้งานยาวนาน เพื่อให้การลงทุนด้านพลังงานระบบโซลาร์เซลล์ในพื้นที่เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด ทั้งทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี ตำบลปิล็อค อำเภอกองคา จ.กาญจนบุรีก็เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่ได้รับการบริจาค และสนับสนุนระบบโซลาร์เซลล์มาจากทั้งหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมแล้วหลายระบบด้วยกัน และเพื่อให้การติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์เหล่านี้ เกิดความคุ้มค่า และได้ประโยชน์สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานต่างๆ ที่สนับสนุนมา การบำรุงรักษาระบบให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยยืดอายุการใช้งานของระบบได้ยาวนานขึ้นจึงจะทำให้การพัฒนาทางด้านพลังงานและโครงสร้างพื้นฐานนี้ เกิดความยั่งยืนในที่สุด

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงสนใจที่จะศึกษาปัญหา และอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซลาร์เซลล์ที่โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี ตำบลปิล็อค อำเภอกองคา จ.กาญจนบุรีเพื่อที่จะให้เป็นองค์ความรู้ในการปรับปรุงการทำงานในการบำรุงรักษาระบบโซลาร์เซลล์ให้มีประสิทธิภาพ และเพื่อให้ระบบมีอายุการใช้งานที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซลาร์เซลล์ ของโรงเรียนในเขตทุรกันดาร: โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี ตำบลปิล็อค อำเภอกองคา จ.กาญจนบุรี

2. เพื่อเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา และอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ ของโรงเรียนในเขตทุรกันดาร: โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี ตำบลปิล็อคคี อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

ดำเนินการวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และมีการเก็บข้อมูลการวิจัยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในการดูแลระบบโซล่าเซลล์ ในพื้นที่โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี ตำบลปิล็อคคี อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี โดยการเลือกมาอย่างเจาะจงเป็นกลุ่มที่น่าสนใจ และการเลือกแบบเฉพาะหน้าขณะอยู่ในเหตุการณ์ และขอบเขตด้านพื้นที่ คือพื้นที่โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี ตำบลปิล็อคคี อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 1 โรงเรียน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้รู้ถึงปัญหา และอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ที่แท้จริง ของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี ตำบลปิล็อคคี อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี
2. ได้แนวทางการแก้ไขปัญหา อุปสรรค และการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี และสามารถนำไปปรับใช้ในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ในพื้นที่อื่นๆ ที่มีบริบททางพื้นที่ใกล้เคียงกันต่อไปได้

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์

การบำรุงรักษา ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งในการช่วยยืดอายุการใช้งาน และรักษาประสิทธิภาพในการผลิตไฟฟ้าของระบบโซล่าเซลล์ของเราโดยทั่วไปจะมีการตรวจสอบ และบำรุงรักษาอุปกรณ์หลักๆ ของระบบ ได้แก่ การบำรุงรักษาแผงพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Panels) การบำรุงรักษาตัวแปลงกระแสไฟฟ้า และตัวควบคุมการชาร์จ (Inverter and Control Charger) การบำรุงรักษาระบบสายไฟ และจุดเชื่อมต่อสายต่างๆ (Wiring and Connections) และการบำรุงรักษาแบตเตอรี่ (Battery, The system with Battery Backup)

แนวคิดการมีส่วนร่วม

โกวิท พวงงาม (2545: 4) ได้สรุปถึงการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชนในการพัฒนา ควรจะมี 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา และสาเหตุของปัญหา
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม
3. การมีส่วนร่วมในการลงทุน และการปฏิบัติงาน
4. การมีส่วนร่วมในการติดตาม และประเมินผลงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี

กำหนดประชากร และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรคือ ครูตำรวจตระเวนชายแดน บุคลากร และนักเรียนในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นการเลือกแบบเจาะจงกลุ่มที่น่าสนใจ และการเลือกแบบเฉพาะหน้าขณะอยู่ในเหตุการณ์ ซึ่งอยู่ในพื้นที่โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี ณ วันที่เก็บข้อมูล ซึ่งมีจำนวน 33 คน โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านโซล่าเซลล์	2 คน
กลุ่มที่ 2 ครูโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี	5 คน
กลุ่มที่ 3 ครูอัตราจ้าง และบุคลากรประจำโรงเรียน	6 คน
กลุ่มที่ 4 นักเรียนที่ได้รับการอบรมเกี่ยวกับระบบโซล่าเซลล์	20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างปลายเปิดของปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี โดยโครงสร้างของแบบสัมภาษณ์สร้างจากนิยามที่สังเคราะห์มาจาก เอกสารข้อมูล วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของความรู้ในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ กระบวนการในการมีส่วนร่วม และแนวคิดแนวคิดแผนผังก้างปลา (4M 1E) ในการช่วยหาถึงสาเหตุของปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ โดยแบบสัมภาษณ์จะเป็นปลายเปิดเพื่อให้ได้ข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อคิดข้อเสนอแนะ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. วิจัยเอกสาร (Documentary Research) เพื่อรวบรวมข้อมูลแนวคิด และผลงานการศึกษาที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ใช้ในการสร้างเครื่องมือ กำหนดทิศทางการอบการศึกษา โดยเฉพาะปัญหาต่างๆ ที่ทำให้ระบบโซล่าเซลล์ไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพว่ามีสาเหตุเกิดจากอะไรได้บ้าง รวมถึงแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน
2. สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างปลายเปิดเพื่อให้ได้ข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแล้วนำไปหาคุณภาพเครื่องมือจนได้มาตรฐาน หลังจากนั้นจึงนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล
3. ทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม แล้วนำข้อมูลที่ได้กลับมามาวิเคราะห์
4. นำผลที่วิเคราะห์มาสรุป อภิปรายผลและจัดทำเป็นรายงานเพื่อนำเสนอต่อสาธารณะ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปฏิบัติงาน และข้อมูลเชิงวิชาการต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาแยกแยะ เรียบเรียง และจัดหมวดหมู่ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) การสังเคราะห์เนื้อหา (Synthesis) พรรณนาแยกแยะลดส่วนของข้อมูล (Data Reduction) ตีความข้อมูลจัดหมวดหมู่

เพื่อหาความเหมือน ความแตกต่าง ความเชื่อมโยง และความเห็นที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ แล้วนำเสนอข้อมูลเป็นความเรียง

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

โดยผลการรวบรวมข้อมูลพบว่าเด็กนักเรียนส่วนใหญ่ กว่าร้อยละ 90 ของจำนวนที่ให้ข้อมูล ไม่มีความรู้ในเรื่องของหลักการเกี่ยวกับการบำรุงรักษาโซล่าเซลล์ ในส่วนของกลุ่มครูอัตราจ้างและบุคลากรประจำโรงเรียนพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการบำรุงรักษาโซล่าเซลล์ และการมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาระบบน้อย กว่ากลุ่มของครูตำราวจของโรงเรียนตำราวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคีค่อนข้างมาก ดังนั้นผลในการวิจัยนี้ส่วนใหญ่จะได้มาจากครูตำราวจของโรงเรียนตำราวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบโซล่าเซลล์ กลุ่มครูอัตราจ้างและบุคลากรประจำโรงเรียน และนักเรียนในโรงเรียนตำราวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี ตามลำดับโดยพบว่าความรู้ในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ โดยพบว่ายิ่งบุคลากรมีความรู้ในหลักการบำรุงรักษาระบบมากขึ้น จะเพิ่มโอกาสในการมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์มากขึ้น

ปัญหา และอุปสรรค ในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์

ในการศึกษาปัญหา และอุปสรรค ในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ หรือปัจจัยที่ขัดขวางการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ ให้ระบบไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการศึกษาได้แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านบุคลากร (Man), ด้านเครื่องจักร (Machine), ด้านกระบวนการ (Method), ด้านเครื่องมือ (Maintenance tool) และด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

1. ปัญหาและอุปสรรค ด้านบุคลากร (Man)

บุคลากรส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์น้อย จึงมีความต้องการการอบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ การใช้งาน และการแก้ไขปัญหาของระบบเบื้องต้น เช่น กิ่งเดือน หรือกิ่งวันจะต้องเติมน้ำกลั่น หรือต้องล้างแผงโซล่าเซลล์ ถ้ามีอาการแบบนี้ตัวไหนที่เสีย อยากให้มีความชัดเจนในการบำรุงรักษา และก็อยากได้บุคลากรที่จะช่วยในการดูแลระบบโซล่าเซลล์เพิ่ม ส่วนเรื่องโอกาสที่คนจะทำให้เกิดความผิดพลาดจนทำให้ระบบขัดข้องจะเป็นพวกรู้มาก พวกที่คิดว่าตัวเองเป็นช่างทั้งที่มีความรู้ไม่พอ ซ่อมเองแล้วก็พังเอง สุดท้ายแผงโซล่าเซลล์ที่อยู่บนหลังคาอยู่สูงเกินไปทำความสะอาดลำบาก ทำให้ไม่เคยมีการทำความสะอาด

2. ปัญหาและอุปสรรค ด้านเครื่องมือ (Maintenance tool)

เครื่องมือพื้นฐานเกี่ยวกับการดูแลรักษาระบบโซล่าเซลล์ที่โรงเรียนมีครบแล้ว แต่ขาดงบประมาณ ในส่วนของการบำรุงรักษาระบบโดยตรง โดยต้องนำเงินจากส่วนอื่นมาใช้ซื้ออะไหล่ต่าง ๆ เช่น น้ำกลั่น หรือฟิวส์ เป็นต้น เครื่องมือที่สำคัญอีกประการที่ยังขาด คือ ไม่มีตารางในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ (Check lists or maintenance plan) เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์อย่างมาก เพราะช่วยให้การบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์มีความครอบคลุมชัดเจนมากขึ้น ทำให้รู้ในสิ่งที่ต้องตรวจสอบทั้งหมด ว่าอุปกรณ์ตัวไหนต้องตรวจสอบอย่างไร และบ่อยแค่ไหน

3. ปัญหาและอุปสรรค ด้านวิธีการ (Method)

วิธีการในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ของบุคลากรในโรงเรียน ได้รับความรู้และการอบรมมาจากเจ้าหน้าที่ติดตั้งระบบโซล่าเซลล์ ส่วนขั้นตอนในการดูแลรักษาที่ตรวจเช็ค น้ำกลั่นของแบตเตอรี่ ตรวจดู ทำความสะอาดแผงโซล่าเซลล์ อินเวอร์เตอร์ และคอนโทรลชาร์จเจอร์ แต่ปัญหาที่สำคัญคือโรงเรียนไม่มีตารางการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ทำให้การดูแลรักษาระบบโซล่าเซลล์อาจจะทำได้ไม่ครบถ้วน

4. ปัญหา และอุปสรรค ด้านเครื่องจักร (Machine)

พบว่า อินเวอร์เตอร์เป็นอุปกรณ์ที่เสียบ่อยที่สุดมีปัญหามากที่สุด สาเหตุเกิดจากฟ้าผ่า การลัดวงจรของไฟที่เกิดจากสายไฟรั่ว หรือการที่เด็กเอาอุปกรณ์ที่ไม่ได้มาตรฐานมาเสียบปลั๊ก ส่วนอุปกรณ์ที่เป็นปัญหาและเสียบ่อยรองลงมา ได้แก่ แบตเตอรี่เสื่อม สายไฟช็อต และคอนโทรลชาร์จเจอร์เสียขาดไฟไม่เข้า ส่วนแผงโซล่าเซลล์และฟิวส์เสียหายนั้นพบน้อยที่สุด

5. ปัญหา และอุปสรรค ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

เรื่องสภาพอากาศมีผลกระทบมากต่อประสิทธิภาพการทำงานของระบบโซล่าเซลล์มาก โดยฤดูร้อนกับฤดูหนาวที่มีแดดได้ไฟมากน้อย อากาศที่หนาวในฤดูหนาว มีหมอกจัดในตอนเช้า หมอกจะจับตัวเป็นหยดน้ำเกาะอยู่ตามแผงโซล่าเซลล์ เวลาที่ลมพัดฝุ่นขึ้นมา ฝุ่นก็จะเกาะที่แผงโซล่าเซลล์ได้ง่ายกลายเป็นก้อนหนาจนเกาะเป็นเมือกในที่สุด ทำให้การทำความสะอาดยากขึ้น ฤดูฝนมีฝนตกมากได้ไฟน้อยจนบางที่ไม่พอใช้ ส่วนเรื่องของฝุ่นที่มีมากในพื้นที่ก็ส่งผลให้ต้องล้างแผงโซล่าเซลล์ทุกบ่อยขึ้น เพราะยิ่งแผงโซล่าเซลล์สะอาดมากเท่าไรก็ได้ไฟมากเท่านั้น หากจุดไหนที่มีฝุ่นเกาะหนา เป็นเวลานานจะทำให้แผงโซล่าเซลล์จุดนั้นเสียหายได้

การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์

การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการบำรุงรักษา และแก้ปัญหาของระบบโซล่าเซลล์ในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านปิล็อคคี ผลพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการดูแลรักษาระบบโซล่าเซลล์น้อย โดยส่วนใหญ่เมื่อพบปัญหา ก็จะแจ้งให้ทางครูผู้ขายทราบเพื่อทำการแก้ไขปัญหาในเบื้องต้น ในส่วนของเด็กนักเรียนก็จะมีส่วนร่วมในการช่วยงานในการบำรุงรักษาก็ต่อเมื่อได้รับคำสั่งโดยตรงจากคุณครูผู้ดูแลเท่านั้น อย่างเช่น ให้ไปทำความสะอาดแผงโซล่าเซลล์ หรือการไปทำความสะอาดภายในห้องควบคุม และการเติมน้ำกลั่นแบตเตอรี่ เป็นต้น โดยในการทำงานเหล่านี้ก็จะได้รับการอบรมก่อนการทำงาน และถูกควบคุมการทำงานจากครูอย่างใกล้ชิด สำหรับปัญหาที่ทางบุคลากรแก้ไขเองไม่ได้ก็จะแจ้งให้เจ้าหน้าที่รับผิดชอบที่มาติดตั้งระบบเข้ามาแก้ไขให้ โดยบุคลากรส่วนใหญ่มองว่าหน้าที่ในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ไม่ใช่หน้าที่ของตน เป็นหน้าที่ของครูผู้ขาย หรือเจ้าหน้าที่ระบบโซล่าเซลล์เท่านั้น

ข้อเสนอแนะในการบำรุงรักษา และการแก้ปัญหาระบบโซล่าเซลล์

ข้อเสนอแนะในการบำรุงรักษา และแก้ปัญหาระบบโซล่าเซลล์ ผลสรุปว่า ในการติดตั้งต้องเพื่อในเรื่องของการซ่อมบำรุงด้วย คือ ต้องดูให้มีพื้นที่ในการตรวจเช็ค และทำความสะอาดแผงโซล่าเซลล์ อย่างแผงโซล่าเซลล์ที่ติดตั้งไว้สูงก็ปีนขึ้นไปดูแลลำบาก การขาดเจ้าหน้าที่ในการดูแลเรื่องระบบโซล่าเซลล์โดยตรง และการขาดความรู้ความเข้าใจในระบบของบุคลากรก็เป็นปัญหาที่ทำให้การดูแลรักษาระบบโซล่าเซลล์ไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงควรจัดให้มีการอบรมในการบำรุงรักษาระบบ โซล่าเซลล์ การใช้งาน และการแก้ปัญหาของระบบให้แก่บุคลากรในโรงเรียน ซึ่งถ้าบุคลากรมีความรู้และความเข้าใจการบำรุงรักษาระบบที่ดีพอ ก็จะช่วยเหลือความเสื่อมสภาพของระบบจากอายุการใช้งานได้ ซึ่งความจริงแล้วประสิทธิภาพของระบบโซล่าเซลล์มันดีอยู่แล้ว เพียงแต่การบำรุงรักษา และ

ความใส่ใจระบบจะช่วยให้ประสิทธิภาพของระบบดีขึ้นมากกว่าเดิมได้ เรื่องของงบประมาณในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ก็มีความสำคัญ โดยในปัจจุบันก็ไม่มียงบประมาณมาสนับสนุนในส่วนนี้โดยตรง ต้องเอาเงินจากส่วนอื่นมาใช้ในการช่วยดูแลบำรุงรักษา และสุดท้ายอยากให้เจ้าหน้าที่มาตรวจสอบระบบให้บ่อยขึ้น อยากให้มาทุก 6 เดือน จากที่ปกติมาปีละครั้ง

สรุปผลการวิจัย

เกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ปัญหา ระบบโซล่าเซลล์ หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ได้ทำการจำแนก จัดหมวดหมู่ และเรียบเรียงความเห็นที่สอดคล้องกันเพื่อนำมาสรุปเป็นผลการวิจัย โดยใช้หลักการแก้ปัญหาด้วยแผนภูมิแสดงเหตุและผลเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ เมื่อนำมาพิจารณาแล้วหลักการของแผนภูมิแสดงเหตุและผล ก็เหมือนกับหลักอริยสัจ 4 ในพระพุทธศาสนานั่นก็คือ 1) ทุกข์ คือ เหตุแห่งความไม่สบายกาย ไม่สบายใจ ในที่นี้ก็หมายถึง ปัญหา และอุปสรรค 2) สมุทัย คือ เหตุให้ทุกข์เกิด ในที่นี้ก็หมายถึง สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาในการดูแลรักษาระบบโซล่าเซลล์ 3) นิโรธ คือ ความดับทุกข์ ในที่นี้ก็หมายถึงวิธีแก้ปัญหา และ 4) มรรค คือ ข้อปฏิบัติให้ถึงความดับทุกข์ ในที่นี้ก็หมายถึงแนวทางในการแก้ปัญหาต่างๆ ให้สัมฤทธิ์ผลนั่นเอง โดยสามารถสรุปความรู้จากงานวิจัยออกเป็นปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังต่อไปนี้ ได้ดังตาราง 1

ตาราง 1 สรุปผลการวิจัยวิจัยเป็นตารางแสดง ปัญหา สาเหตุ วิธีแก้ปัญหา และแนวทางในการแก้ปัญหา

ลำดับที่	ปัญหา (ทุกข์)	สาเหตุ (สมุทัย)	วิธีแก้ปัญหา (นิโรธ)	แนวทางในการแก้ปัญหา (มรรค)	หมายเหตุ
1	แผงโซล่าเซลล์ผลิตไฟได้น้อย	ฝุ่น, คราบสกปรก	ล้างทำความสะอาดทุก 2 เดือน	จัดทำตารางการบำรุงรักษาให้ชัดเจน	ปัจจัยจากสภาพอากาศ สิ่งแวดล้อม และการขาดความรู้ความเข้าใจในการบำรุงรักษาระบบ
2	แผงโซล่าเซลล์เสีย	คราบสกปรกที่เกาะนาน	ตรวจสอบน้ำกลั่นเดือนละครั้ง	ปิดเบรกเกอร์ ตอนฝนตก ทำระบบสายดินใหม่	
3	แบตเตอรี่เก็บไฟได้ไม่นาน	น้ำกลั่นแห้ง	ตรวจสอบน้ำกลั่นเดือนละครั้ง	จัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับระบบและการบำรุงรักษาโซล่าเซลล์ให้แก่บุคลากร	
4	Inverter เสีย	ฟ้าผ่า	ใช้ไฟตอนฝนตก ระบบสายดิน	ปิดเบรกเกอร์ ตอนฝนตก ทำระบบสายดินใหม่	
5	การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ของบุคลากรมีน้อย	ขาดความรู้	อบรมเกี่ยวกับระบบ	จัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับระบบและการบำรุงรักษาโซล่าเซลล์ให้แก่บุคลากร	

อภิปรายผล

ปัญหา และอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซลาร์เซลล์ จากการศึกษาพบว่ามีหลายเหตุหลายปัจจัยด้วยกัน โดยเมื่อพิจารณาและจัดหมวดหมู่แล้ว จะพบว่าปัญหาที่เด่นชัดที่สุดน่าจะเกิดจาก 4 ส่วนด้วยกัน คือ

1. ปัญหาที่เกิดจาก อุปกรณ์เสียหายหรือเสื่อมสภาพ ทั้งที่เกิดจากการใช้งานเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน และที่เกิดจากความบกพร่องจากการใช้งาน โดยพบว่า อุปกรณ์ที่เสียหายบ่อยที่สุดได้แก่ อินเวอร์เตอร์ ส่วนสาเหตุยังน่าจะเกิดจากฟ้าผ่าหรือไม่ก็จากการลัดวงจรของไฟที่เกิดจากสายไฟรั่ว หรืออุปกรณ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน รองลงมา ก็คือ แบตเตอรี่เสื่อม ทั้งที่เสื่อมจากอายุการใช้งาน และเสื่อมจากการขาดการบำรุงรักษา ต่อมาคือ สายไฟและอุปกรณ์เชื่อมต่อข้อต่อ และปัญหาแผงโซลาร์เซลล์เสียหายพบว่าน้อยที่สุดตามลำดับ ซึ่งผลจากการวิจัยที่ได้มีความสอดคล้องกับบทความจาก ผู้จัดการออนไลน์ (2549) ที่อ้างถึง สารลีนี ถาวรานันต์ นักวิจัยอิสระด้านพลังงาน ที่กล่าวว่าจากนโยบายการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ของภาครัฐใน อำเภอแม่ระมาด และอำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก พบว่า อุปกรณ์เสื่อมคุณภาพเร็ว ทั้งที่มีการรับประกันระบบความเสียหาย 5 ปี แต่การดำเนินโครงการเพิ่งผ่านมาแค่ 2 ปี อุปกรณ์มีความเสียหายในภาพรวมมากถึงร้อยละ 22.5 เช่น อินเวอร์เตอร์ เสียหายร้อยละ 10.1 แบตเตอรี่ เสียหายร้อยละ 5.9 แผงโซลาร์เซลล์ ร้อยละ 0.7 อีกทั้งยังขาดอุปกรณ์สำรองเป็นผลให้ชาวบ้านไม่มีไฟฟ้าใช้ต้องกลับมาใช้เทียนหรือตะเกียงดังเดิม สาเหตุมาจากการดำเนินงานของทางภาครัฐยังขาดการวางแผนงานที่ดีไม่มีการอบรมให้ความรู้แก่ชาวบ้านในการบำรุงรักษา

2. ปัจจัยสภาพอากาศ และฝุ่นละอองที่มีเยอะในพื้นที่ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการใช้งานระบบเป็นอย่างมาก หากปล่อยให้ฝุ่นละอองหรือคราบที่สกปรกสะสมอยู่เป็นเวลานาน ก็อาจทำให้แผงโซลาร์เซลล์เสียหายได้ โดยช่วงเวลาในการทำความสะอาดแผงโซลาร์เซลล์ควรจะมีการทำความสะอาดทุก 1 เดือน หรือ 2 เดือน ต่อครั้งในช่วงฤดูร้อนและฤดูหนาว สำหรับในช่วงฤดูฝนการล้างแผงโซลาร์เซลล์ไม่มีความจำเป็นมากนัก เนื่องจากฝนที่ตกมาตามธรรมชาติสามารถช่วยให้ประสิทธิภาพของระบบกลับมามีประสิทธิภาพเทียบเท่าการล้างแผงโซลาร์เซลล์ตามปกติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ F. Mejia, J. Kleissl, J. L. Bosch (2013) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง “The effect of dust on solar photovoltaic systems” ซึ่งผลการวิจัยส่วนหนึ่งพบว่า ผลกระทบจากฝุ่นทำให้ประสิทธิภาพของระบบลดลง 0.21 เปอร์เซ็นต์ต่อวัน และพบว่าประสิทธิภาพรวมของระบบลดลงจาก 7.2 เปอร์เซ็นต์ เป็น 5.6 เปอร์เซ็นต์ ในระยะเวลา 108 วัน ในช่วงฤดูร้อน และหลังจากที่มีฝนตก ทำให้ประสิทธิภาพของระบบกลับคืนสู่ระดับ 7.1 เปอร์เซ็นต์ ในที่สุดโดยไม่ต้องล้างทำความสะอาดเองและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hassan Qasem (2013) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง “Effect of Accumulated Dust on the Performance of Photovoltaic Modules” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ควรทำความสะอาดแผงโซลาร์เซลล์ทุก 48 ถึง 50 วัน เพื่อให้ประสิทธิภาพของระบบไม่ต่ำกว่า 90% ซึ่งหากมีความถี่ในการทำทำความสะอาดที่บ่อยกว่านี้ จะทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณในการทำทำความสะอาดแผงโซลาร์เซลล์ มากกว่าประสิทธิภาพของระบบที่ได้กลับมาและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Michael Perdue (2015) ที่ได้วิจัยเรื่อง “Energy yields of small grid connected photovoltaic system: effects of component reliability and maintenance” ซึ่งกล่าวถึงความเสี่ยงต่อความล้มเหลวของระบบโซลาร์เซลล์ในประเทศขนาดเล็ก ซึ่งผลการวิจัยพบว่า คนทั่วไปมีความเชื่อว่าระบบเหล่านี้ไม่มีความต้องการหรือความจำเป็นในการบำรุงรักษาระบบ แต่จริงๆ แล้วก็จะพบว่าสิ่งเหล่านั้นทำให้ประสิทธิภาพของระบบนั้นด้อยลงไป

3. บุคลากรส่วนใหญ่ขาดความรู้ และทักษะในการบำรุงรักษาระบบโซลาร์เซลล์ที่ดี จัดว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญอย่างหนึ่งในการบำรุงรักษาระบบโซลาร์เซลล์ เพราะทำให้ไม่สามารถที่จะวางแผนในการดูแล ตรวจสอบ และ

บำรุงรักษาระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะในโซล่าเซลล์หนึ่งระบบประกอบไปด้วยอุปกรณ์หลายอย่าง อุปกรณ์แต่ละอย่างก็มีความต้องการในการบำรุงรักษาที่ต่างกัน ระยะเวลาหรือความถี่ที่ต้องการในการบำรุงรักษาระบบก็ต่างกันเช่นแบตเตอรี่หากไม่ได้รับการบำรุงรักษาที่เหมาะสมก็จะทำให้อายุการใช้งานเสื่อมเร็วขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัทร วัจนเทพินทร์ และคณะ (2551) ที่ได้วิจัยเรื่อง “การประเมินผลโครงการเร่งรัดขยายบริการไฟฟ้าโดยระบบผลิตกระแสไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์” ซึ่งผลการส่วนหนึ่งวิจัยพบว่า ปัญหา และอุปสรรคที่ต้องแก้ไขเกิดจากคุณภาพของอุปกรณ์ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากบุคคลที่ขาดความรู้ความเข้าใจในระบบผลิตกระแสไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดจากภัยธรรมชาติ ซึ่งยากต่อการควบคุม รวมถึงองค์กรที่ดูแลระบบต้องมีความรู้ความเข้าใจ และมีหลักการในการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

4. ขาดความใส่ใจในการให้ความร่วมมือในการบำรุงรักษาของบุคลากรในโรงเรียน โดยพบว่า การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาระบบในระดับที่ต่ำ เกิดจากการที่บุคลากรไม่มีความรู้ความเข้าใจในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ที่ดีพอ จึงทำให้เกิดความกลัวที่จะเข้าไปร่วมทำในงานที่ตนเองไม่มีความรู้ และมองว่าหน้าที่ในการบำรุงรักษาระบบเป็นหน้าที่ของบุคลากรคนใดคนหนึ่งที่ได้รับมอบหมายหน้าที่โดยตรง อีกทั้งยังหวังพึ่งพาการดูแลบำรุงรักษาระบบจากช่างผู้มาติดตั้ง ในส่วนนี้จัดว่าเป็นการขาดจิตสำนึกสาธารณะที่ทุกคนจะต้องมี ดังนั้นการที่จะทำให้เรื่องของการใช้ระบบโซล่าเซลล์มีความยั่งยืน ต้องให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และในการรับประโยชน์ในด้านต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรางคนา ณ นคร (2550) จากสาขาการสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการเชื่อมร้อยจิตสำนึกสาธารณะขององค์กรภาคธุรกิจ กับภาคประชาชน” ซึ่งผลการส่วนหนึ่งวิจัยพบว่า ปัญหาการขาดความร่วมมือของพนักงานเพราะพนักงานบางคนยังเข้าใจว่า ความรับผิดชอบต่อ ชุมชน/สังคม เป็นหน้าที่ของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งที่ได้รับมอบหมาย การลงไปทำกิจกรรมเพื่อสังคม โดยเฉพาะโครงการ/กิจกรรมพัฒนาชุมชน/สังคม เป็นการเพิ่มภาระจากงานประจำ ทำให้ไม่สนใจในการร่วมกิจกรรม ในขณะที่บางส่วนแม้จะเป็นว่าการทำสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องดีแต่ตนเองก็ยังไม่มีความพร้อม อย่างไรก็ตามถ้ามีโอกาสก็ยินดีจะเข้าร่วม

สำหรับข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ได้จากการวิจัยพบว่าปัญหา และอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์นั้นเกิดได้จากหลายส่วนมาประกอบกัน ทั้งส่วนที่เกิดจากวัสดุอุปกรณ์เช่น แบตเตอรี่ สายไฟหรืออินเวอร์เตอร์ ส่วนที่เกิดจากความรู้ความเข้าใจในการบำรุงรักษาระบบของบุคลากร ที่ยังขาดความชำนาญ ปัญหาจากสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่ไม่อาจจะหลีกเลี่ยงได้ เช่นฝุ่นละออง หรือในช่วงฤดูฝน และปัญหาในการจัดการ ในเรื่องของการซ่อมบำรุงระบบที่ไม่ได้มาตรฐาน เช่น ไม่มีแผนในการซ่อมบำรุงระบบที่ชัดเจน โดยจะซ่อมบำรุงระบบหรือตรวจดูระดับน้ำกลั่นเมื่อเวลาเกิดปัญหาขึ้นมาแล้ว ซึ่งถือได้ว่าซ้ำเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทนา คชเสนี และคณะ (2549) ได้วิจัยเรื่อง “การประเมินผลระบบผลิตไฟฟ้าด้วยเซลล์แสงอาทิตย์เชิงบูรณาการ กรณีศึกษาการจัดตั้งระบบในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน” โดยผลการศึกษาร่วมหนึ่งพบว่า มีประเด็นเสนอแนะที่สำคัญที่ไม่ควรละเลยคือการดูแลบำรุงรักษา และตรวจสอบเป็นสิ่งที่สำคัญ ซึ่งถ้าครูและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับการสอน และเข้าใจวิธีการดูแลรักษาที่ถูกต้องก็ย่อมเป็นประโยชน์ให้ระบบผลิตไฟฟ้าด้วยเซลล์แสงอาทิตย์นั้นมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน จึงมีการเสนอให้มีการจัดทำสื่อ และคู่มือในการบำรุงรักษาระบบผลิตไฟฟ้าด้วยเซลล์แสงอาทิตย์ที่ถูกต้องเพื่อมอบให้แก่ครู และบุคลากรที่เกี่ยวข้องจะได้ใช้ในการทบทวนวิธีการในการดูแลรักษาตลอดเวลาที่เกิดปัญหา และข้อสงสัยขึ้น.

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

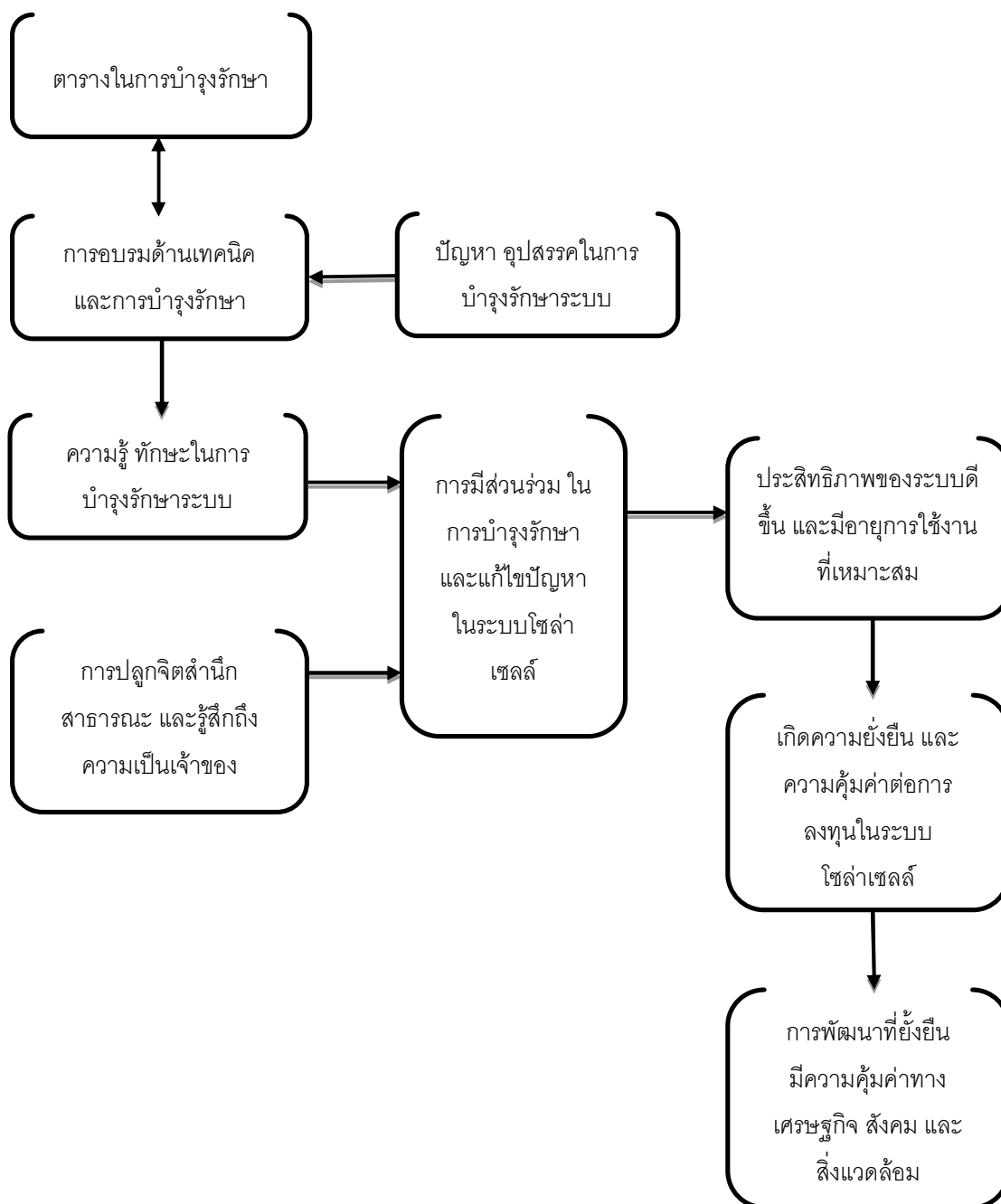
1. ควรจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับระบบโซล่าเซลล์ให้กับบุคลากร เพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจในระบบโซล่าเซลล์ให้มากขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือของบุคลากรเพิ่มขึ้นได้ อีกทั้งการพัฒนาคน จัดว่าเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา เมื่อบุคลากรมีศักยภาพแล้วการบำรุงรักษาระบบย่อมมีประสิทธิภาพขึ้น
2. ทางโรงเรียนควรมีจะตารางในตรวจสอบการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ (Maintenance Plan Schedule) เพื่อให้การตรวจสอบ และการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์มีระบบการทำงานที่ชัดเจน และมีความครอบคลุมถึงอุปกรณ์ต่างๆ ว่าต้องตรวจสอบส่วนไหนบ้าง ส่วนไหนตรวจสอบแล้ว และส่วนไหนยังไม่ตรวจสอบ
3. ควรมีการจัดกลุ่มให้ครู และนักเรียนให้เป็นเวรดูแลทำความสะอาดแผงโซล่าเซลล์ และอุปกรณ์ในห้องควบคุมเป็นประจำ พร้อมทั้งบอกถึงประโยชน์ และความสำคัญในการช่วยกันดูแลรักษาระบบโซล่าเซลล์ควบคู่กันไปเพื่อเป็นการปลูกฝัง และก่อให้เกิดการสร้างจิตสำนึกที่ดีในการใช้งาน และการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ โดยมีคุณครูเป็นผู้ควบคุมดูแล และถ่ายทอดความรู้
4. ผู้นำควรปลูกฝังจิตสำนึก ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ และความสะดวกสบายที่ได้จากระบบโซล่าเซลล์ และชี้ให้เห็นถึงปัญหาต่างๆ หากระบบโซล่าเซลล์เสียหาย หรือไม่สามารถใช้งานได้ และสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้ครู และนักเรียนเกิดความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ เพื่อให้เกิดความยินดี และเต็มใจให้ความร่วมมือในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยในเรื่องของการพัฒนาจิตสำนึกสาธารณะ ในการร่วมมือกันเพื่อการพัฒนาในด้านต่างๆ ทั้งในเรื่องของการดูแลรักษาระบบโซล่าเซลล์ หรือในการด้านการพัฒนาโรงเรียนในด้านต่างๆ เพราะถ้าสามารถเข้าใจวิธีการสร้างหรือปลูกฝังจิตสำนึกสาธารณะสู่บุคคลต่างๆ ได้ก็เท่ากับว่าเป็นการพัฒนาคน ที่นับเป็นหัวใจหลักของการพัฒนาได้ในที่สุด
2. ควรมีการศึกษา ปัญหาและอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ ในพื้นที่ที่มีไฟฟ้าจากการไฟฟ้าเข้าถึง เพื่อดูความแตกต่างว่าเมื่อบริบทพื้นที่ และความจำเป็นในการใช้ระบบโซล่าเซลล์ต่างกัน จะมีปัญหาและอุปสรรคต่างกันหรือไม่
3. ควรมีศึกษา ปัญหาและอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ สำหรับองค์กร หรือภาคประชาชน ที่มีความแตกต่างกันในด้านของที่มาของโซล่าเซลล์ ระหว่าง องค์กรหรือภาคประชาชน ที่ติดตั้งโซล่าเซลล์ด้วยงบประมาณขององค์กรหรือภาคประชาชนเอง กับ องค์กรหรือภาคประชาชน ที่ติดตั้งโซล่าเซลล์โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณ จากภาครัฐหรือองค์กรเพื่อการกุศลอื่นๆ ว่าบริบทที่มาของระบบโซล่าเซลล์ที่ต่างกัน จะทำให้มี ปัญหาและอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์ที่ต่างกันหรือไม่

สรุปองค์ความรู้จากงานวิจัย

แนวทางในการแก้ปัญหา และอุปสรรคในการบำรุงรักษาระบบโซล่าเซลล์



เอกสารอ้างอิง

โกวิทย์ พวงงาม. (2545). การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

นภัทร วัจนเทพินทร์; และคณะ. (2551). การประเมินผลโครงการเร่งรัดขยายบริการไฟฟ้า โดยระบบผลิต

กระแสไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

นันทนา คชเสนี, และคณะ. (2549). การประเมินผลระบบผลิตไฟฟ้าด้วยเซลล์แสงอาทิตย์เชิงบูรณาการกรณีศึกษาการจัดตั้งระบบในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

สำนักข่าวประชาธรรม. (2549). เนเธอร์แลนด์จูงการดูแลโซลาร์เซลล์แก่ชาวบ้านเหตุอุปกรณ์เสื่อมเร็ว ชาวบ้านหันกลับใช้ตะเกียง. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://www.manager.co.th/Politics/ViewNews.aspx?NewsID=9490000094592> [24 กรกฎาคม 2549].

สุรางคณา ณ นคร. (2550). การสื่อสารเพื่อการเชื่อมโยงจิตสำนึกสาธารณะขององค์กรภาคธุรกิจ กับภาคประชาชน. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: การสื่อสารจิตสำนึกสาธารณะ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

Mejia, F.; Kleissl, J.; & Bosch, J. L. (2013). The Effect of Dust on Solar Photovoltaic Systems. Department of Mechanical and Aerospace Engineering. California: University of California.

Hassan Qasem. (2013). Effect of Accumulated Dust on the Performance of Photovoltaic Modules. Loughborough: A Doctoral Thesis of Loughborough University.

Michael, Perdue. (2015). Energy Yields of Small Grid Connected Photovoltaic System: Effects of Component Reliability and Maintenance. IET Renewable Power Generation. Volume 9 Issue 5, 2015.

Solar Smile Knowledge. (2015). การดูแลและบำรุงรักษาระบบอุปกรณ์ต่างๆ ในระบบโซลาร์เซลล์. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2561, จาก <https://solarsmileknowledge.com/2015/02/20/การดูแลและบำรุงรักษาระบบ>.

NBUS045: การอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร

THE COEXISTENCE OF THE MULTICULTURAL COMMUNITIES ACCORDING TO SARANIYADHAMMA 6 BETWEEN WAT HONG RATTANARAM COMMUNITY AND TONSON MOSQUE COMMUNITY BANGKOK

พระมหาธนวิชัย ญาณธีโร (ภิกษุ) ¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุบลวรรณ ภวการณ์ ² ภก.ดร.ศรัณย์ กอสนาน ³

¹ นักศึกษา สาขาพัฒนาสังคม, คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

² อาจารย์ที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติม จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) ศึกษารูปแบบการอยู่ร่วมกันของชุมชน พหุวัฒนธรรมตามหลัก สาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร และ 2) นำเสนอลักษณะการอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน จำนวน 1,284 คน จำนวน 388 ครอบครัว โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 305 ผู้ที่กรอกแบบสอบถามเป็นประชาชนที่อาศัยในชุมชน

ผลการวิจัย พบว่า

1. การอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 6 ด้าน โดยด้านที่มีการอยู่ร่วมกันมากที่สุด คือ ด้านเมตตาการุณกรรม

2. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัญหาหรืออุปสรรคบางอย่างภายในชุมชน ที่มีความเป็นอยู่กันต่างศาสนา ต่างวัฒนธรรม กับไม่มีปัญหาอันใด ที่ทำให้เกิดความแบ่งแยก หรือแตกแยกเลย เข้ามีความพยายามที่จะปรับทัศนคติหรือมีความคิดที่จะพัฒนาชุมชน หรือช่วยกันรับมือและแก้ไขปัญหาด้วยกันเป็นอย่างดี เพื่อให้ทั้งสองชุมชนเป็นอยู่อย่างสันติสุข

ทั้งนี้ก็เพราะว่า ทุกคนมีความสำนึกในชาติ คือถือว่าตนเป็นคนไทย รักผืนแผ่นดินไทย คน ไทยทุกคนไม่ว่าเชื้อชาติใด เมื่อมาอยู่ร่วมกันก็ถือเป็นเพื่อนร่วมชาติเป็นพี่น้องกัน อนึ่ง ทุกคนมีศาสนา แม้จะแตกต่างกัน แต่ก็มีหลักการเดียวกัน คือทุกศาสนาสอนให้ตนเป็นคนดี มีน้ำใจ มีเมตตา ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ไม่วิวาทบาดหมางกัน ประกอบอาชีพสุจริตเพื่อสร้างตน สร้างสังคม และ ประเทศชาติให้มั่นคง ทุกคนมีความจงรักภักดีในพระมหากษัตริย์ แม้จะเป็นชาวพุทธแต่ก็ทรงเป็นองค์เอกอัครศาสนูปถัมภก ทรงปกครองไพร่ฟ้าประชาชนด้วยทศพิธราชธรรม เหตุปัจจัยและ

องค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้ส่งผลให้ประชาชนต่างศาสนาอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข ซึ่งหลักการและพฤติกรรมดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสังคมต่างศาสนาในที่อื่นๆ ของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: การอยู่ร่วมกัน พหุวัฒนธรรม พุทธ มุสลิม สารานุกรม ๖

Abstract

The research is quantitative research through survey. The data was collected by questionnaire and also addition interview from the key informant. It aims to 1) the study of the living condition of multiculturalism due to the 6 states of conciliation of Wat Hongratanaram and Tonson Mosque communities; 2) the presentation of the living condition of multiculturalism due to the 6 states of conciliation of Wat Hongratanaram and Tonson Mosque communities. The population types are people in general of Wat Hongratanaram and Tonson Mosque communities in the amount of 1,284 persons; 388 households. The random sampling of 305 sampling was applied.

However, everybody within the communities is emphasized on the Thai nation. They would like to live happily within the society. Even though, they are not the same religious. Based upon the teachings, every religious teaches how to be the good person. Everyone pays respect to the King. They know that the King is kind and support every religious equally.

The findings of the study were as follows:

1. The study of the living condition of multiculturalism due to the 6 states of conciliation of Wat Hongratanaram and Tonson Mosque communities were at the high level. When it is specified by each aspect was at the high level in all aspects but the most score was amiable in deed aspect.
2. The presentation of the living condition of multiculturalism due to the 6 states of conciliation of Wat Hongratanaram and Tonson Mosque communities in the fields of problems, obstacles, and recommendations are found that the religious is not the key factors which leads to harmony. Nevertheless, they try to solve the problems together.

Keywords: Multiculturalism, Muslims, Muslims, Muslims 6

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์ เป็นสัตว์สังคมที่อาศัยอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม โดยมีลักษณะความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหลากหลายรูปแบบ เช่น อาชีพ อายุ เพศ ศาสนา ฐานะ ที่อยู่อาศัย ฯลฯ โดยเป้าหมายของการอยู่ร่วมกันนั้นก็เพื่อสร้างสัมพันธ์ไมตรีต่อกัน พึ่งพาอาศัย และช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันเมื่อสังคมประกอบไปด้วยผู้คนมากมาย โดยแต่ละคนมีความเชื่อและความรู้สึกนึกคิดที่เก็บสะสมจากประสบการณ์หรือถูกถ่ายทอดกันมาแตกต่างกันออกไป จึงส่งผลให้เกิดทัศนคติในแง่ลบต่างๆ ที่แตกต่างกัน สำหรับในประเทศไทยนั้น เรามีวัฒนธรรมไทยเป็นหลักของประเทศ แต่ในวัฒนธรรมไทยนั้น ก็อยู่บนความหลากหลายและความแตกต่างของวัฒนธรรมประกอบด้วยกลุ่มคน

ไทยเชื้อสายไทย จีน ญวน ลาว เขมร ไทยทรงดำ ไทยพวน มลายู ฯลฯ ประชากรไทยจึงประกอบด้วยกลุ่มคนที่มีความหลากหลายวัฒนธรรมหลากหลายภาษา หลากหลายขนบธรรมเนียมประเพณีรวมทั้งมีปัญหาเรื่องผลประโยชน์และเป้าหมายต่างๆ กัน ไป ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเทศหนึ่งของโลก ในความหลากหลายทางวัฒนธรรมนั้นย่อมจะมีความขัดแย้งกันทั้งในด้าน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ หรือมีมุมมองที่แตกต่างความขัดแย้งที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์โลก ยกตัวอย่างเช่น สงครามอินเดียแดงที่ชาวยุโรปก่อสงครามเพื่อขับไล่ชาวอินเดียแดง สงครามโลก ครั้งที่ 2 เป็นสงครามดำเนินต่อส่วนใหญ่นะหว่างชาติฝ่ายอักษะยุโรปและแนวร่วมสหราชอาณาจักรและเครือจักรภพบริติช เป็นต้น

อย่างไรก็ตามศาสนามีความสำคัญทั้งสำหรับชีวิตส่วนตัว และชีวิตทางสังคมในทางส่วนตัวศาสนาช่วยให้บุคคลมีจิตใจสงบมีกำลังที่จะต่อสู้อุปสรรคและมีชีวิตอยู่ต่อไปสามารถนำพาชีวิตของตนสู่จุดหมายปลายทางได้ สำหรับทางสังคมนั้น คนมีความเชื่อเดียวกันหรือคนที่เคารพนับถือศาสนาเดียวกัน ทำให้มีความปึกแผ่นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การยึดมั่นในศาสนา หลักธรรมและสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่นๆ ช่วยให้สังคมมีโลกทัศน์ และค่านิยมในทางเดียวกัน ทำให้เกิดความเห็นซึ่งกันและกัน ทำให้คนในสังคมมีเอกลักษณ์ร่วมกัน ซึ่งมีลักษณะเด่นชัด แตกต่างไปจากเอกลักษณ์ของสังคมอื่น ในแง่ศาสนาจึงช่วยให้สังคมดำรงอยู่อย่างมั่นคงและชีวิตของบุคคลก็มีความสัมพันธ์ กับศาสนาอย่างแยกไม่ออก

พระพุทธศาสนา สอนการดำเนินชีวิตตามหลักปฏิบัติทางสายกลาง คือมัชฌิมาปฏิปทา ซึ่งหลักธรรมข้อนี้ใช้เป็นหลักในการดำเนินชีวิต ทำให้รู้เท่าทันชีวิตไม่หลงมกมาย มุ่งความสำเร็จ คือ ความสุข สะอาด สว่าง สงบ คือ ศีลสมาธิ ปัญญา ไม่โอนเอียงสูงต่ำในด้านใดด้านหนึ่ง

ศาสนาอิสลาม สอนเรื่องศรัทธาอย่างบริสุทธิ์ ยอมรับในเอกภาพของพระศาสดาและมีจุดมุ่งหมายให้สร้างคุณภาพของชีวิต คือวัตถุและจิตใจโดยชี้ทางให้มนุษย์ปฏิบัติตามเพื่อสันติสุขทั้งด้านขัดเกลาคิดใจและการดำรงสันติภาพระหว่างเพื่อนมนุษย์

อย่างไรก็ตาม มีชุมชนหลายชุมชนในประเทศไทยที่ประชาชนมีความแตกต่างทางวัฒนธรรมและศาสนา สามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืน มีความรัก ความสามัคคีกันอย่างเหนียวแน่นเป็นชุมชนที่มีความแตกต่างในเรื่องประเพณีและวัฒนธรรมทางศาสนา แต่สามารถบูรณาการวัฒนธรรมได้เป็นหนึ่งเดียวอย่างลงตัว และไม่ผิดหลักในทางปฏิบัติของศาสนาที่ตนนับถือชุมชนยกตัวอย่างคือ ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน เขตบางกอกใหญ่เป็นชุมชนประเภทแออัด เป็นชุมชนที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม ยังคงยึดมั่นในความเชื่อ ความศรัทธา ผสานทางวัฒนธรรมจนกลมกลืนเป็นเนื้อเดียว วิถีชีวิตที่เรียบง่าย สามารถผสานความขัดแย้ง และมีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการความคิดที่เห็นต่างได้ ซึ่งเป็นชุมชนที่มีประชาชนที่นับถือศาสนาอิสลามและศาสนาพุทธในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ถือเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งทางวัฒนธรรม ทั้งนี้จากการศึกษาประวัติความเป็นมาของชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสนทำให้ทราบว่า ชุมชนสองศาสนานี้มีประวัติทางประเพณีวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะประเด็นความสามัคคีในชุมชน ถือเป็นจุดเด่นและเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างชุมชนสู่ความเข้มแข็ง ชาวบ้านในชุมชนดำรงชีวิตโดยอาศัยความสมบูรณ์ของทรัพยากรในพื้นที่ได้อย่างลงตัว ภายใต้ความแตกต่างของผู้คนเรื่องการนับถือศาสนาและชาวบ้านสามารถสร้างอัตลักษณ์บางอย่างเพื่อสร้างพื้นที่ของตัวเองออกสู่สาธารณะ เช่น การจัดงานของกิจกรรมในชุมชน จัดงานประเพณีสองศาสนา รวมทั้งการจัดตั้งองค์กรชุมชนที่มีความเข้มแข็งขึ้น ที่สำคัญคือ คนที่มีความแตกต่างกันในการนับถือศาสนาในชุมชนวัด-

หิงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสนมีความร่วมมือกันพัฒนาชุมชนของตนเองอย่างแข็งแกร่ง และสามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นสุข

ชุมชนวัดหิงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสนที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนับเป็นตัวอย่างที่ดีของการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันบนพื้นฐานของความแตกต่าง ซึ่งอาจเป็นต้นแบบสำหรับการดำเนินชีวิตในชุมชนพื้นที่อื่นๆ ที่มีลักษณะทางกายภาพของชุมชนที่คล้ายคลึงกัน และด้วยวิธีคิดดังกล่าว ทำให้เกิดข้อสงสัยขึ้นว่า “มีเงื่อนไขใดบ้างที่ทำให้ชาวบ้านในชุมชนวัดหิงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสนสามารถดำรงอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นสุข ภายใต้บริบทของความแตกต่างทางศาสนา จนกระทั่งทำให้คนในชุมชนนี้นับถือศาสนาที่แตกต่างกัน สามารถทำกิจกรรมบางอย่างร่วมกันได้ ซึ่งมีลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมที่แนบแน่น และสามารถสร้างองค์กรชุมชนให้เกิดขึ้นจนเป็นที่ยอมรับจากสังคมภายนอก” ข้อสงสัยดังกล่าว มีความน่าสนใจและเป็นประเด็นสำคัญที่การเรียนรู้ถึงความสำเร็จที่ทำให้ชุมชนสองศาสนาแห่งนี้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืนทางวัฒนธรรม โดยการศึกษาหาวิธีการอยู่ร่วมกัน หรือรูปแบบการอยู่ร่วมกันในการหาคำตอบจากประชาชนในชุมชนวัดหิงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน เพื่อการได้ตัวอย่างเป็นต้นแบบของการดำเนินชีวิตในสังคมที่มีความกลมกลืนทางวัฒนธรรม ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้น งานวิจัยนี้จึงมีความสนใจที่จะเรียนรู้การอยู่ร่วมกันของชุมชนวัดหิงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน โดยการใช้แนวทางของหลักธรรมเรื่อง สาราณียธรรม ที่ธรรมเป็นเหตุให้ระลึกถึงกัน เป็นหลักการอยู่ร่วมกัน ประกอบด้วย 1) เมตตาการุณยธรรม ทำต่อกันด้วยเมตตา คือ แสดงไมตรีและความหวังดีต่อเพื่อนร่วมงาน ร่วมกิจการ ร่วมชุมชน ด้วยการช่วยเหลือกิจธุระต่างๆ โดยเต็มใจ แสดงอาการกิริยาสุภาพ เคารพนับถือกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง 2) เมตตาวิจิตรธรรม พูดต่อกันด้วยเมตตา คือ ช่วยบอกแจ้งสิ่งที่ประโยชน์ สักสอนหรือแนะนำตักเตือนกันด้วยความหวังดี กล่าววาจาสุภาพ แสดงความเคารพนับถือกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง 3) เมตตาเมโนกรรม คิดต่อกันด้วยเมตตา คือ ตั้งจิตปรารถนาดี คิดทำสิ่งที่ประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน 4) สาธารณโภคี ได้มาแบ่งกันกินใช้ คือ แบ่งปันลาภผลที่ได้มาโดยชอบธรรม แม้เป็นของเล็กน้อยก็แจกจ่ายให้ได้มีส่วนร่วมใช้สอยบริโภคทั่วกัน 5) สีสสามัญญตา ประพฤติให้ดีเหมือนเขา คือ มีความประพฤติสุจริตดีงามรักษาระเบียบวินัยของส่วนรวม ไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจหรือเสื่อมเสียแก่หมู่คณะ และ 6) ฏฐิสสามัญญตา ปรึบความเห็นเข้ากันได้ คือ เคารพรับฟังความคิดเห็นกัน มีความเห็นชอบร่วมกัน ยึดถืออุดมคติ หลักแห่งความดีงามหรือจุดหมายสูงสุดอันเดียวกัน

โดยจะใช้หลักสาราณียธรรม ๖ มาเป็นแนวทางในการศึกษาวิธีการที่ชุมชนวัดหิงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน สามารถอยู่ร่วมกันได้ เพื่อที่จะได้นำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป พัฒนาชุมชนอื่นๆ ที่เป็นพหุวัฒนธรรมแบบนี้ได้อยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาแบบการอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหิงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร
2. นำเสนอแนวทางการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหิงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิศกร รพีพัฒน์ (2550) ได้ศึกษาวิจัย การเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ทางสังคมของคนในชุมชนแออัด: กรณีศึกษาชุมชนหัวฝาย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ทางสังคมของคนในชุมชนแออัดศรีท้าวหิน มีปฏิสัมพันธ์อยู่กับเงื่อนไขความเปลี่ยนแปลงทางสังคมการเมืองเศรษฐกิจของ “เมืองเชียงใหม่” โดยอัตลักษณ์ทางสังคมคนในพื้นที่ชุมชนนี้ที่ปรากฏขึ้นในรัฐจารีตจากยุคการสร้างเมืองเชียงใหม่ มาจนถึงยุคของเจ้าเจ็ดตนเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม “ชาติพันธุ์” “ชุมชนวัด” และ “ช่างฝีมือ” เนื่องจากว่าการดำรงอยู่ของคนในพื้นที่ชุมชนแห่งนี้เป็นการทำมาหากินในการทำอาชีพ “ช่างฝีมือ” ผลงานนวัตกรรมสู่ “ตลาด” และเป็นที่มาของภาษาเจ้าเมือง

วรินดา พันธุ์น้อย (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการดำรงอยู่และการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของประชาชนในสังคมพหุวัฒนธรรม: กรณีศึกษาชุมชนทุ่งกะแห้ว ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนหรือชาติพันธุ์หนึ่งๆ เกิดขึ้นจากการอยู่ร่วมกันของมนุษย์เป็นกลุ่มสังคมเกิดมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน ซึ่งอาจต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์ทางสังคมและจิตใจอันเกิดจากการที่สมาชิกในสังคมต้องพยายามปรับตัวและดำรงตนให้สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการและความคาดหวังตลอดจนกระบวนการทางสังคมก่อให้เกิดเป็นกฎเกณฑ์ระเบียบปฏิบัติธรรมเนียมประเพณีผูกพันและพัฒนาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีวิตของสังคมซึ่งช่วยให้งานดำรงและเคลื่อนไหวของกระบวนการทางสังคมอยู่ได้อย่างมั่นคง ดังนั้นมนุษย์จึงต้องพยายามดำรงรักษาความเป็นตัวเองความเป็นกลุ่มสังคมหรือชาติพันธุ์ของตนเองและความการมีความหมายในตนเองผ่านวัฒนธรรมประเพณีระเบียบปฏิบัติตลอดจนคุณค่าสูงสุดทางจิตใจของกลุ่มสังคมส่งผลให้เกิดลักษณะเฉพาะอันถือเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ขึ้นอย่างหลากหลาย

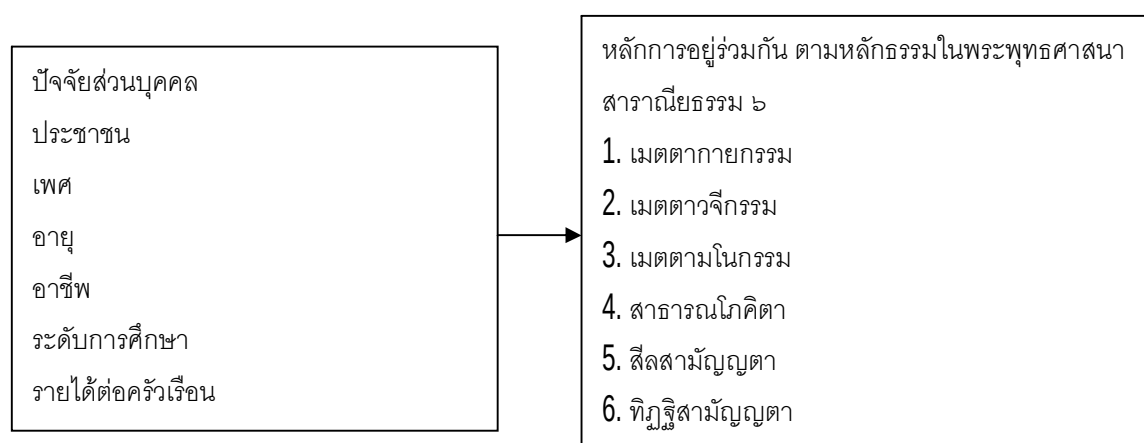
พระมหานครินทร์ แก้วโชติรุ่ง (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง สันติภาพตามแนวคิดของท่าน พุทธทาสภิกขุ: ความหมายและการประยุกต์ใช้ในโลกปัจจุบัน

ผลการศึกษาพบว่า สันติภาพตามแนวคิดของท่านพุทธทาสภิกขุ หมายถึง ความสงบสุขจาก การมีศีลธรรมของสมาชิกในสังคม แนวคิดเรื่องสันติภาพของท่านนั้นได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) การศึกษาของท่าน 2) ปรากฏการณ์ทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจของไทย และ 3) ปณิธานชีวิตของท่าน การสอนเรื่องสันติภาพของท่านมีจุดมุ่งหมาย 2 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อการตระหนักถึงความสำคัญของสันติภาพ 2) เพื่อความร่วมมือร่วมใจกันสร้างสรรค์สันติภาพ และ 3) เพื่อ การส่งเสริมศีลธรรม แนวทางส่งเสริมสันติภาพในแนวคิดของท่านนั้น สามารถทำได้สองแนวทางคือ แนวทางส่งเสริมสันติภาพของปัจเจกบุคคล และแนวทางส่งเสริมสันติภาพของสังคม หนึ่ง เราสามารถ นำแนวคิดเรื่องสันติภาพของท่านไปประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาบุคคลและปัญหาสังคมไทยในโลก ปัจจุบันได้ทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ด้านสังคม ด้านการเมือง และด้านเศรษฐกิจ นอกจากนี้ เรายังสามารถนำสันติภาพตามแนวคิดของท่านไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบุคคล พัฒนาสังคมไทย และสร้างสรรค์สังคมไทยในอุดมคติได้

ศันสนีย์ จันทร์อานภาพ และคณะ (2550) ได้ศึกษาสันติวิธีมุมมองของเยาวชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีวัตถุประสงค์ที่จะพรรณนาทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อแนวคิด “สันติภาพ” ในประเด็นต่างๆ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วม ผู้ที่ให้ข้อมูลเป็นเยาวชนในจังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส จังหวัดละ 120 คน รวมจำนวน 360 คน ผลการศึกษาพบว่า เยาวชนมีความเห็นว่า สันติภาพ คือ การไม่ใช้ความรุนแรงในความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ รวมไปถึงมนุษย์กับพืช สัตว์ สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ อันเป็นการ

มองความหมายของสันติภาพในเชิงบวกที่สำคัญ นอกจากนั้น เยาวชนส่วนใหญ่ยังเห็นว่า สันติภาพควรปราศจากทั้งความรุนแรงและความขัดแย้งในสังคม สำหรับการให้ความหมายของสังคมสมานฉันท์นั้น เยาวชนมีแนวโน้มให้ความหมายสังคม สมานฉันท์โดยเชื่อมโยงกับสถานการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยเยาวชนเห็นว่าสังคมสมานฉันท์ ควรเป็นสังคมที่ทุกคนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข อันได้แก่ รักใคร่ ประองดอง สามัคคี ช่วยเหลือกันและกัน รู้จักให้อภัยกัน ให้เกียรติกัน ยอมรับความคิดเห็นของคนอื่น เห็นแก่ ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน และเป็นสังคมที่ทุกคนมีความเข้าใจในหลักศาสนาของ ทุกศาสนาที่มีอยู่ในสังคมอย่างถ่องแท้ ส่วนทัศนคติของเยาวชนต่อความขัดแย้งและความรุนแรงนั้น เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยหรือเห็นด้วยอย่างยิ่ง สันติภาพอาจมีความขัดแย้งในสังคมได้ แต่ไม่ใช้ความ รุนแรงแก้ไขปัญหความขัดแย้งนั้น การปราศจากความขัดแย้งในสังคมเป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ คนเรา เลือกได้ว่า จะใช้ความรุนแรงหรือไม่รุนแรงในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง ความขัดแย้งไม่ได้นำไปสู่ ความรุนแรงเสมอไป เราไม่ควรยอมรับความรุนแรงเป็นวิธีการแก้ปัญหาไม่ว่ากรณีใดๆ ความรุนแรง ในชีวิตมนุษย์ดำรงและแพร่หลายอยู่ได้ด้วยความสามารถของมนุษย์เองในการแยกตนเองและกลุ่มของ ตนเองออกจากผู้อื่น และกลุ่มอื่น แบ่งแยกเป็นพวกเขาพวกเรา

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การอยู่ร่วมกันของชุมชนพุทธพัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม ๖: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร” รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประชาชนที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนวัดหงส์รัตนารามและชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่กรอกแบบสอบถามเป็นประชาชนที่อาศัยในชุมชนหรือเป็นผู้แทนจากครัวเรือนจำนวน 305 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้สำหรับการศึกษาประชากรการอยู่ ชุมชนวัดหงส์รัตนารามและชุมชนมัสยิดต้นสน โดยระบุคุณสมบัติต่างๆ ของประชากรเป้าหมายซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดของตัวอย่างประชากรโดยวิธีการของ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ขนาดความคลาดเคลื่อน+5% จากประชากรทั้งสิ้น 1,284 คนจะได้ตัวอย่าง ๓๐๕ คนโดยมีรายละเอียดการคำนวณตัวอย่างโดยใช้วิธีการของ ยามาเน่ (Taro Yamane)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสราณียธรรม 6 สร้างข้อคำถามแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข โดยมีผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือ จำนวน 7 คน แล้วนำเครื่องมือการวิจัยที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่มีลักษณะคล้ายกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 ชุด แล้วนำผลมาวิเคราะห์เพื่อหาสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability) แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำไปใช้จริงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง รวบรวมแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติทางสังคมศาสตร์

ผลการศึกษา

ผลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลของการวิเคราะห์เรื่อง เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา ถิ่นอาศัย อยู่อาศัยในพื้นที่มานานกี่ปี ได้ผลดังตารางมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	126	41.30
1.2 หญิง	179	58.70
รวม	305	100

จากตาราง1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70

ตาราง 2 อายุของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
2.1 20-30 ปี	67	22.00
2.2 31-40 ปี	72	23.60
2.3 41-50 ปี	89	29.20
2.4 51-60 ปี	45	14.80
2.5 61 ปี ขึ้นไป	32	10.50
รวม	305	100

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี มีจำนวน 89 คิดเป็นร้อยละ 29.20 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60

ตาราง 3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	84	27.50
3.2 สมรส	199	65.20
3.3 หย่าร้าง/แยกกันอยู่	22	7.20
รวม	305	100

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ สมรส มีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 แต่พบว่า หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20

ตาราง 4 การศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
4. การศึกษา		
4.1 ประถมศึกษา	41	13.40
4.2 มัธยมศึกษาตอนต้น	49	16.10
4.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	75	31.10
4.4 อนุปริญญา/ปวส.	17	5.60
4.5ปริญญาตรี	102	33.40
4.6 สูงกว่าปริญญาตรี	1	3.00
รวม	305	100

จากตาราง 4 ผลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 33.40 และพบว่า คนในชุมชนที่มีการศึกษารองลงมา มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 31.10

ตาราง 5 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ		
5.1 ค้าขาย	103	33.80
5.2 เกษตรกรรม เช่น ทำนา ทำสวน ทำไร่ ฯลฯ	10	3.30
5.3 รับจ้างทั่วไป	122	40.00
5.4 ธุรกิจส่วนตัว	45	14.80
5.5 ข้าราชการ/เจ้าพนักงานของรัฐ	10	3.30
5.6 อื่นๆ โปรดระบุ	15	4.90
รวม	305	100

จากตาราง 5 ผลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 พบว่า รองลงมามีอาชีพค้าขาย มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80

ตาราง 6 รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
6. รายได้		
6.1 น้อยกว่า 5,000 บาท	59	19.30
6.2 5,000-10,000 บาท	188	61.60
6.3 10,000-15,000 บาท	43	14.10
6.4 15,001 บาท ขึ้นไป	15	4.90
รวม	305	100

จากตาราง 6 ผลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 61.60 แล้วพบว่า คนในชุมชนที่มีรายได้น้อยกว่า 15,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90

ตาราง 7 ศาสนาของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
7. ศาสนา		
7.1 พุทธ	165	54.10
7.2 อิสลาม	140	45.90
รวม	305	100

จากตาราง 7 ผลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 54.10

ตาราง 8 ถิ่นอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
8. ถิ่นอาศัย		
8.1 เป็นคนในพื้นที่เดิม	233	76.40
8.2 ย้ายเข้ามาอยู่ใหม่	71	23.30
8.3 อื่นๆ โปรดระบุ	1	3.00
รวม	305	100

จากตาราง 8 ผลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่เดิม มีจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40

ตาราง 9 อยู่อาศัยในพื้นที่มานานกี่ปีของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
9. อยู่อาศัยในพื้นที่มานานกี่ปี		
9.1 5-10 ปี	55	18.00
9.2 15-20 ปี	86	28.20
9.3 25-30 ปี	76	24.90
9.4 มากกว่า 35 ปี	88	28.90
รวม	305	100

จากตาราง 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยในพื้นที่มากกว่า 35 ปี มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 พบว่ารองลงมาคือคนในชุมชนอาศัยในพื้นที่ 15-20 ปี มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20

ผลของปัจจัยการอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม ๖: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า การอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร มีการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยภาพรวมและรายด้านในการนำหลักสาราณียธรรมทั้ง 6 ด้าน ดังต่อไปนี้

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปรผล เกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม

ข้อที่	หลักสาราณียธรรม 6 ด้าน	การอยู่ร่วมกัน		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	ด้านเมตตาการุณยธรรม	3.85	0.546	มาก
2	ด้านเมตตาวิจิตรธรรม	3.75	0.621	มาก
3	ด้านเมตตาโมกขธรรม	3.80	0.552	มาก
4	ด้านสาธารณโภคีตา	3.79	0.620	มาก
5	ด้านศีลสามัญญตา	3.76	0.562	มาก
6	ด้านทิวาสัมมัญญตา	3.82	0.571	มาก
ภาพรวม		3.79	0.580	มาก

จากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทั้ง 6 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านเมตตาการุณยธรรม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 น้อยที่สุด คือ ด้านเมตตาวิจิตรธรรม มีค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งสามารถแสดงในรูปของแผนภูมิเรดาร์ได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่กรอกแบบสอบถามส่วนมากเป็นผู้หญิง มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 มีอายุระหว่าง อายุ 41-50 มีจำนวน 89 คิดเป็นร้อยละ 29.20 มีสถานะภาพส่วนใหญ่ คือ สมรส มีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 มีระดับการศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 33.40 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีประชาชนส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 61.60 มีประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 54.10 มีประชาชนส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่เดิม มีจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 มีประชาชนส่วนใหญ่อาศัยในพื้นที่มากกว่า 35 ปี มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90

การอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร

1. การอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน โดยภาพรวม

โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 และเมื่อพิจารณารายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 6 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านเมตตาการุณกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 รองลงมาคือ ด้านทวิญญู-สามัญญตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 รองลงมาคือ ด้านเมตตาเมตตามโนกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ด้านสาธารณโภคिता มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ด้านศีลสามัญญตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และด้านเมตตาวจีกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

2. การอยู่ร่วมกันของชุมชนพหุวัฒนธรรมตามหลักสาราณียธรรม 6: ชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน รายด้าน

2.1 ด้านเมตตาการุณกรรม ความคิดเห็นของประชาชนต่อการอยู่ร่วมกัน ทำให้เห็นได้ว่าการอยู่ร่วมกันนั้นคนในชุมชนมีการแสดงออกถึงไมตรีหรือความหวังดีกับเพื่อนๆ มากเป็นที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และทำให้รู้ว่าคนในชุมชนส่วนใหญ่นั้นมีการเคารพนับถือกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลังนั้นน้อยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

2.2 ด้านเมตตาวจีกรรม ความคิดเห็นของประชาชนต่อการอยู่ร่วมกันนั้น คนในชุมชนมีการพูดคุยกันออกไปทางมีความหวังดี หรือการสอนหรือการตักเตือนลูกหลาน มากเป็นที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และทำให้เห็นว่าคนในชุมชนนั้นยังพูดคุยหรือแจ้งข่าวในสิ่งที่เป็นประโยชน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองจากความหวังดีในการเตือนลูกหลาน

2.3 ด้านเมตตตามโนกรรม ความคิดเห็นของประชาชนต่อการอยู่ร่วมกันนั้น คนในชุมชนมีการพากันทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ แก่ส่วนรวมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 แต่ถ้าคนในชุมชนจะมองกันในแง่ที่ดีต่อกัน มีรองลงมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

2.4 ด้านสาธารณโภคिता ความคิดเห็นของประชาชนต่อการอยู่ร่วมกันนั้นคนในชุมชนส่วนมากชอบการแบ่งปันสิ่งของที่ได้อะไรมาไม่ว่าจะเป็นจากการแจกก็มีการแบ่งปันโดยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และไม่ว่าจะเป็นของเล็กน้อยคนในชุมชนก็จะแจกจ่ายให้คนในชุมชนนั้นได้มีส่วนร่วมในการบริโภคกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

2.5 ด้านศีลสามัญญตาความคิดเห็นของประชาชนต่อการอยู่ร่วมกันนั้นคนในชุมชนส่วนมากไม่ชอบทำตนเองให้เป็นที่น่ารังเกียจให้ทำให้ชุมชนที่ตนเองอยู่เกิดความเสียหาย อันเป็นการทำร้ายชื่อเสียงของชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และชอบรักษาระเบียบวินัยที่เป็นส่วนรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

2.6 ด้านทวิสามัญญตาความคิดเห็นของประชาชนต่อการอยู่ร่วมกันนั้นคนในชุมชนส่วนมากอยู่ร่วมกันได้เพราะถือหลักแห่งความดีงามและมีจุดหมายไปในทางเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และมีการยึดถืออุดมคติลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

อภิปรายผล

อภิปรายผลโดยภาพรวม

จากการศึกษาพบว่า การอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุขในชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน ชุมชนทั้งสองชุมชนมีความแตกต่างทางศาสนา และวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี แต่ภายใต้ความแตกต่างนั้น กลับเป็นการหลอมรวม และผสมผสานวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของคนในชุมชนที่มีการดำเนินชีวิตและอาศัยอยู่ในชุมชน เป็นเวลานาน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน อีกทั้งยังมีการจัดกิจกรรม และพิธีกรรมทางศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี อีกทั้งผู้นำทางศาสนาต่างไปมาหาสู่และมีการจัดกิจกรรมร่วมกัน และมีการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อแบ่งปันกันมา ตลอด โดยศาสนิกชนของผู้คนทั้งสองศาสนา ต่างมีความภาคภูมิใจในศาสนาของตนและในขณะเดียวกัน ต่างก็ยกย่องให้เกียรติแก่ศาสนิกชนของอีกศาสนาหนึ่ง การอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขของทั้งสองศาสนาไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างตั้งใจ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุไรยา วานี (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การอยู่ร่วมกันของชุมชนในสังคมพหุวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตำบลทรายขาว อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ที่พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีการอยู่ร่วมกัน แบบพึ่งพาอาศัยกัน สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในรูปแบบของพลังหรือปัจจัยที่เป็นลักษณะเฉพาะและเป็นเครือข่าย มีความไว้วางใจและมีบรรทัดฐานในการปฏิบัติ สิ่งเหล่านี้เป็นลักษณะพื้นฐานในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยที่เป็นส่วนหนุนเสริมให้เกิดการเรียนรู้ และการแก้ไขปัญหาาร่วมกันของชุมชน แล้วก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทางด้านสังคมและวัฒนธรรม รวมไปถึงสภาพแวดล้อมภายในชุมชนอีกด้วย

ดังนั้น จากผลการวิจัยครั้งนี้จึงแสดงให้เห็นว่า ประชาชน ทั้งสองชุมชน คือชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสนนั้น เขามีการอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติสุขหรือ สันติวิธี โดยภาพรวมในด้านต่าง ทั้ง 6 ด้านของหลักสาราณียธรรมนั้น เริ่มตั้งแต่ศึกษาหารูปแบบการอยู่ร่วมกัน ศึกษากระบวนการตามหลักสาราณียธรรม 6 และการนำเสนอลักษณะการอยู่ร่วมกัน ซึ่งอาจจะนำมาแก้ไขปัญหานั้นที่เกิดขึ้นได้ โดยการที่ชุมชนได้นำหลักธรรม คือหลักของการอยู่ร่วมกันไปเป็นตัวขับเคลื่อนให้ชุมชนเกิดความคิดที่อยากจะอยู่ร่วมกันได้ โดยการไม่แบ่งแยก ทางด้านศาสนาและวัฒนธรรมเพราะจากการศึกษารูปแบบของการอยู่ร่วมกันแล้ว พบว่าการอยู่ร่วมกันของชุมชนที่นับถือศาสนาต่างกันหรือที่เราเรียกว่าพหุวัฒนธรรมคือความหลากหลายทางศาสนาโดยพื้นฐานของสังคมมนุษย์นั้น ต้องการการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสงบสุข คือ สันติ มีความรักให้แก่กัน มีความสมัครสมานสามัคคี ฉะนั้นการอยู่ร่วมกันในชุมชนที่มีการนับถือศาสนาต่างกันแต่กลับอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุขนั้นต้องยึดหลักคำสอนของศาสนาตนเองเป็นหลักสำคัญในการดำเนินชีวิต

ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัย จึงทำให้ได้รู้ว่า จากการศึกษารูปแบบของการอยู่ร่วมกันนั้นทำให้เราได้รู้ว่าต่างศาสนาก็มีการยึดถือเอาหลักคำสอนเป็นหลัก แต่ไม่ได้เอามันมาเป็นตัวการแบ่งแยก และพอได้ศึกษาตาม

กระบวนการตามหลักสภานียธรรม 6 ซึ่งเป็นหลักของการอยู่ร่วมกันนั้นทำให้เราเข้าใจได้อีกว่าชุมชนที่มีความหลากหลายหลายชาติพันธุ์ มีความแตกต่างทางศาสนา และวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี แต่ภายใต้ภาวะความแตกต่างนั้น กลับเป็นการหลอมรวม และผสมผสานวิถีชีวิตที่ดำรงอยู่ของประชาชนในชุมชน ทั้งสองศาสนาในวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ จึงซึมซับและหลอมรวมกัน โดยไม่มีความเป็นเชื้อชาติหรือศาสนาแบ่งกันประชาชนในชุมชน ทั้งสองชุมชนนี้มีการดำเนินชีวิตและอาศัยอยู่ในชุมชนมาเป็นเวลานาน ซึ่งเป็น เอกลักษณะที่โดดเด่นของชุมชน อีกทั้งยังมีการจัดกิจกรรม และพิธีกรรมทางศาสนา วัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ปฏิบัติสืบทอดมาจากบรรพบุรุษรุ่นต่อรุ่นแล้วตั้งแต่อดีต อีกทั้งผู้นำทางศาสนาทั้งสามศาสนาต่างไปมาหาสู่มีการจัดกิจกรรมร่วมกัน มีการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อแบ่งปันกันมาตลอด ซึ่งแสดงให้เห็นถึง ความมีน้ำใจไมตรีต่อกันช่วยเหลือแบ่งปัน อีกทั้งอยู่ด้วยกันอย่างปรกติสุขโดย โดยที่ไม่มีข้อจำกัดทางด้านศาสนา และศาสนานั้นไม่ใช่ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความแตกแยกกันของประชาชนในชุมชนแห่งนี้ทั้งสองชุมชนนับถือศาสนาต่างกันได้ปฏิบัติตามหลักศาสนาที่ตนเองนับถือ มีการผสมผสานยอมรับวัฒนธรรมทางศาสนาซึ่ง กันและกัน มีการปรับตัวเข้าหากัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และได้รับการขนานนามประเพณีต่างๆ ของชุมชนไว้ มีการทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งก่อให้เกิดความสามัคคี ไม่มีการแบ่งแยกศาสนา ทำให้ชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขต่อไป

อภิปรายผลรายด้าน

จากผลการวิจัยที่ได้สามารถนำมาอภิปรายผลจำแนกตามรายด้านได้ดังนี้

1. ด้านเมตตาทายกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า คนในชุมชนมีการอยู่ร่วมกันอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ประชาชนในชุมชนวัดหงส์รัตนาราม และชุมชนมัสยิดต้นสน มีการเป็นอยู่กันอย่างสันติสุขมาก เพราะมีทั้งความเห็นอกเห็นใจ มีน้ำใจในการเอื้อเฟื้อต่อคนอื่น หรือแม้แต่การเป็นห่วงเป็นใยกัน ในด้านเมตตาทายกรรม อยู่ในระดับมากถือว่าเหมาะสมคืออยู่ อาจจะมีความคิดเห็นต่อการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชนควรให้ความช่วยเหลือคนในชุมชนที่ตกทุกข์ได้ยากและที่ได้รับความเดือดร้อนได้ทันทั่วทั้ง มีความขยันหมั่นเพียร อดทนบากบั่นในการทำงานเพื่อประโยชน์สุขของส่วนรวม เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ แบ่งปัน ผลประโยชน์ซึ่งกันและกันให้มากกว่านี้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเสริฐ สิงห์เสม (2549) ได้วิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจที่มีต่อการบริหารงานตามหลักสภานียธรรม: ศึกษาเฉพาะกรณีองค์การบริหารส่วน ตำบลเขาพระทอง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช” ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการนำหลักสภานียธรรมมาบริหารงาน องค์การบริหารส่วนตำบลเขาพระทองอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณาหลายด้านอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ประชากรกลุ่มอาชีพเกษตรกรรม พนักงานส่วนท้องถิ่นและข้าราชการในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเขาพระทอง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช มีข้อเสนอแนะว่าให้พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. ด้านเมตตาวจีกรรม เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า คนในชุมชนมีการอยู่ร่วมกันอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คนในชุมชนมีมนุษยสัมพันธ์อัธยาศัยไมตรีดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเอง มีจิตสำนึกในการให้บริการ และรับฟังคำวิพากษ์วิจารณ์ ให้คำปรึกษาให้คำแนะนำต่างๆ ไปในทางหวังดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย ของ วรณิดา สมิตานนท์ (2549) ได้วิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารการพัฒนา ด้านการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีประสิทธิภาพในการบริหารการพัฒนาด้านการให้บริการแก่ประชาชนในระดับปานกลาง สำหรับข้อเสนอแนะ เช่น 1) ด้านการบริการบุคลากร

ควรคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ รวมทั้งมีจิตสำนึกในการให้บริการ 2) ด้านการบริหารงบประมาณ ควรวางแผนด้าน งบประมาณเกี่ยวกับการให้บริการแก่ประชาชนโดยจัดทำเป็นแผนระยะยาว และ 3) ด้านการบริหารงานทั่วไป ควรกำหนดนโยบายด้านการบริหารงานภายในที่ครอบคลุมทุกหน่วยงาน

3. ด้านเมตตามโนกรรม เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า คนในชุมชนมีการอยู่ร่วมกันอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คนในชุมชนรู้จักการเสียสละเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมยิ่งกว่าประโยชน์ส่วนตน อุทิศตนเพื่องาน เอาใจใส่ความสุขทุกข์ของคนในชุมชน ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็น ส่งเสริม กิจกรรมวันสำคัญทางศาสนา ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภพงศ์ ทองศรีนุ่น (2550) ที่ได้วิจัยเรื่อง “ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการใช้หลักสาราณียธรรมของผู้ปกครองท้องถิ่น: ศึกษา เฉพาะกรณีอำเภอชะอวด จังหวัด นครศรีธรรมราช” พบว่า เกษตรกรในการปกครองส่วนท้องถิ่นใน อำเภอชะอวด มีความพึงพอใจต่อการใช้หลักสาราณียธรรมของผู้ปกครองส่วนท้องถิ่น โดยภาพรวมใน ระดับปานกลาง และมีข้อเสนอแนะต่อผู้ปกครองท้องถิ่น ดังนี้ 1) จัดตลาดเพื่อส่งผลผลิตทาง การเกษตรไปขายในราคาที่ยุติธรรม 2) จัดหาเงินทุนเพื่อการศึกษาแก่เยาวชนในท้องถิ่น 3) อบรม สัมมนา เจ้าหน้าที่/เจ้าพนักงานของส่วนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาจริยธรรม 4) ให้ผู้ปกครองส่วนท้องถิ่น มีความจริงจังต่อการปฏิบัติงาน/แก้ไขปัญหา และ 5) แต่งตั้งผู้อาวุโสที่มีความรู้ความสามารถในท้องถิ่นเป็นที่ปรึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการมีส่วนร่วม

4. ด้านสาธารณโภคิตา เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า คนในชุมชนมีการอยู่ร่วมกันอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนในชุมชนมีการพัฒนาด้านการคมนาคมภายในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ดูแลป้องกัน ช่วยเหลือ และบรรเทาสาธารณภัยต่างๆ แก่ประชาชนให้ทั่วถึง จัดให้มีน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค เพียงพอ กับ ความต้องการของ คนในชุมชนให้การช่วยเหลือและให้สวัสดิการต่างๆ ในชุมชนอย่างเหมาะสมและ เพียงพอ จัดสรรงบประมาณอย่างเป็นธรรมทั่วถึง คำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลักให้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงกรด ไกรกังวาร (2550) ได้วิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของ ประชาชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลแสนสุข อำเภอวารินชำราบ จังหวัด อุบลราชธานี” ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหาร ส่วนตำบล โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาหลายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจด้าน กระบวนการ และขั้นตอนการให้บริการสูงสุด รองลงมาได้แก่ ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ด้าน สถานที่ให้บริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านระบบการให้บริการ สาธารณะ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านระบบการให้บริการสาธารณะ โดยเสนอให้องค์การบริหารส่วนตำบลขยาย เขตประปา เพิ่มตู้โทรศัพท์สาธารณะ และปรับปรุงท่อระบายน้ำ เนื่องจากปัญหาน้ำท่วมถนน รองลงมาเป็นข้อเสนอด้านสถานที่ให้บริการ ซึ่งเห็นว่าสถานที่ทำการปัจจุบันคับแคบ ด้านการประชาสัมพันธ์ เสนอว่าควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และด้านการบริการเจ้าหน้าที่ เสนอว่า ควรมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำขั้นตอนการรับบริการ

5. ด้านศีลสามัญญตา พบว่า เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คนในชุมชนมีการอยู่ร่วมกันอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คนในชุมชนมีการใช้กฎระเบียบหรือข้อบังคับต่อชุมชนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติให้บริการ คนในชุมชนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันโดยปราศจากอคติ บริหารงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ต่อหน้าที่ โปร่งใสตรวจสอบได้ เป็นคนมีคุณธรรมและศีลธรรมตั้งมั่นอยู่ในความถูกต้อง ไม่ประพฤติผิด จาริตประเพณีที่ ดีงาม ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิราภรณ์ นนทรีย์ (2546) ได้วิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลของตนเอง: ศึกษาเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบลใน

พื้นที่จังหวัดเชียงราย” ผลวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็น ของปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลของตนเองอยู่ ในระดับปานกลาง คือด้านการพัฒนาองค์กร ด้านการใช้จ่ายงบประมาณ และด้านการมีส่วนร่วม โดย ควรเพิ่มบุคลากร ปรับปรุงโครงสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลให้เพียงพอเหมาะสมกับบทบาท ภารกิจ เพิ่มงบประมาณ แก้ไขระเบียบปฏิบัติต่างๆ ให้ง่ายต่อการปฏิบัติ พัฒนาศักยภาพ จัดอบรมเพิ่มพูนความรู้แก่พนักงาน ผู้บริหารและสมาชิกขององค์การบริหารส่วนตำบลให้มีความรอบรู้ทัน เหตุการณ์ สร้างขวัญและกำลังใจ ควรมีผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินและบัญชีโดยตรงในองค์การบริหาร ส่วนตำบล เจ้าหน้าที่ผู้บริหารควรศึกษาระเบียบ กฎหมายให้เข้าใจ และควรเพิ่มความรู้ ความเข้าใจ ในการพัฒนาท้องถิ่นแก่สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลและประชาชน

6. ด้านทฤษฎีสัมพันธภาพ เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า คนในชุมชนมีการอยู่ร่วมกันอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คนในชุมชนมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นที่เห็นแตกต่างกันได้ เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการ เสนอปัญหาและความต้องการ ข้อเสนอแนะหรือปัญหาความเดือดร้อนที่ประชาชนเสนอ ได้รับการ ตอบรับไปสู่การพัฒนาและแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาเอกอมร จิตปญโญ (2554) ได้วิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานตามหลักสภานิติธรรม ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี” ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการบริหารงานตามหลักสภานิติธรรมขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน การเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานตามหลักสภานิติธรรมขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการ บริหารงานตามหลักสภานิติธรรมขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดอนมดแดง จังหวัด อุบลราชธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วน ประชาชนที่มีเพศอายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แนวทางในการนำหลักสภานิติธรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ควรทำงานรับใช้ประชาชนอย่างเสมอต้นเสมอปลาย วางแผนการทำงานให้เหมาะสม เรียงลำดับความสำคัญของปัญหาโดยคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อ ส่วนรวมเป็นสำคัญ เว้นจากการแสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเองและพรรคพวกไม่รับสินบนไม่ทุจริต ให้การช่วยเหลือจัดสวัสดิการหรือแบ่งปันผลประโยชน์ต่างๆ ให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึงเสมอภาคเท่าเทียมกัน

สรุปผล

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติม ในเรื่องเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชนตามหลักสภานิติธรรม 6 ได้ข้อมูลดังนี้

คนในชุมชนวัดหงส์รัตนารามและชุมชนมัสยิดต้นสน มีการเป็นอยู่ร่วมกันทั้งที่เป็นชุมชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม หรือมีการเป็นอยู่ที่แตกต่างกันออกไป ที่คนเราจะมองเห็นได้คือ ในเรื่องของด้านศาสนามีแตกต่างกัน แต่แล้วชุมชนทั้งสองชุมชนก็สามารถใช้ชีวิตเป็นอยู่ แต่พอได้สัมภาษณ์เพิ่มเติมทำให้ทราบว่า คนในชุมชนก็มีการเป็นอยู่ตามหลักสภานิติธรรม ที่เป็นธรรมแห่งการอยู่ร่วมกัน เพราะคนในชุมชนส่วนใหญ่มักจะแสดงไมตรีและความหวังดีต่อกันในชุมชนอยู่เสมอเพราะมักจะมีการยืมยืมให้กันของคนในชุมชนอยู่เสมอ มีการสั่งสอน

หรือการแนะนำตักเตือนกันด้วยความหวังดีต่อคนในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการตักเตือนลูกหลานไม่ให้ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดโดยไม่ถือว่าไม่ใช่ลูกไม่ใช่หลานแต่ถือว่าทุกคนในชุมชนสามารถบอกกล่าวหรือตักเตือนที่แสดงออกถึงความหวังดีให้คนในชุมชนห่างไกลยาเสพติด และมีคิดจะทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กันอยู่ตลอดโดยไม่หวังสิ่งตอบแทนไม่ว่าจะเป็นงานช่วย หรืองานอาสาทุกคนทำด้วยใจยิ่งเป็นทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนที่เป็นส่วนรวมจะทำงานโดยไม่มีใครหวังอะไรตอบแทน มีการแบ่งปันลาภผลหรือสิ่งของต่างๆ ที่ได้มาโดยชอบธรรมต่อคนในชุมชน และไม่ทำตนให้เป็นที่น่ารังเกียจหรือก่อความเสื่อมเสียแก่หมู่คณะหรือคนในชุมชนและประการสุดท้ายคือมีหลักแห่งความดีงามหรือมีจุดมุ่งหมายสูงสุดที่เป็นไปในทางเดียวกัน

สรุป คือ หลักสภานียธรรม คือหลักของการอยู่ร่วมกันนั้นทั้ง 6 ข้อ ล้วนแล้วแต่เชื่อมโยงหากันทั้งหมด เพราะแสดงให้เห็นถึงการใช้ชีวิตร่วมกันได้แม้มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมก็ตาม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานราชการและสถาบันทางศาสนาต่างๆ ควรจะได้ยึดถือชุมชนวัดหงส์รัตนารามและชุมชนมัสยิดต้นสน กรุงเทพมหานคร เป็นชุมชนต้นแบบ เพื่อขยายออกไปอย่างกว้างขวางจนถึงภาคใต้ ซึ่งมีเหตุการณ์รุนแรงเกิดขึ้นในทางการเมือง เพื่อได้ศึกษาทราบ และยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติของชุมชนต่างๆ ต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ต้องนำปัญหาความเดือดร้อนและความทุกข์ยากของคนในชุมชนมาปรับแก้และช่วยเหลือได้ อยู่ตลอดเวลา ทั้งผู้นำต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นมิตรไมตรีต่อคนในชุมชนผู้มารับ บริการด้วยอัธยาศัยที่ยิ้มแย้มแจ่มใส
2. ต้องนำความปรองดองสามัคคีของคนในชุมชนมาเป็นหลักการปฏิบัติ โดย ส่งเสริมให้คนในชุมชนตระหนักถึงความปรองดองสามัคคีอย่างจริงจัง และตระหนักเห็นถึงความเสมอภาคของกันและกัน
3. ต้องนำปัญหาของปัญหาของการช่วยเหลือในด้านสาธารณภัย เพื่อการดูแล ป้องกัน และบรรเทา มาปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ทั่วถึงแก่คนในชุมชน

ข้อเสนอเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัย ในชุมชนอื่น ในเขตกรุงเทพมหานครที่ประชากรใน ชุมชนที่นับถือศาสนาต่างกัน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต
2. ควรมีการศึกษาวิจัยในชุมชนชุมชนมุสลิมและพุทธในพื้นที่ 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้ ที่อยู่ร่วมกันมายาวนาน ซึ่งหลายพื้นที่มีความสัมพันธ์อันที่เครือญาติร่วม สายโลหิตเดียวกัน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการแก้ปัญหาความไม่สงบในเขตสามจังหวัด ชายแดนภาคใต้

บรรณานุกรม

ทรงกรด ไกรกังวาร. (2550). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลแสนสุข อำเภวารินชาราบ จังหวัดอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิเคราะห์และวิจัยข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นิศกรกร รพีพัฒน์. (2550). การเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ทางสังคมของคนในชุมชนแออัด: กรณีศึกษาชุมชนหัวฝาย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม. อุบลราชธานี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ประเสริฐ สิงหเสม. (2549). ความพึงพอใจที่มีต่อการบริหารงานตามหลักสาราณียธรรม: ศึกษาเฉพาะกรณีองค์การบริหารส่วนตำบลเขาพระทอง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช. สารนิพนธ์ปริญญาศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. พระนครศรีอยุธยา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). (2547). ธรรมบุญชีวิต. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.
- พระมหาเอกอมร วิฑูตปัญญา. (2554). ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานตามหลักสาราณียธรรมขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต. พระนครศรีอยุธยา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- วชิราภรณ์ นนทรี. (2546). ความคิดเห็นของปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลของตนเอง: ศึกษาเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบล ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ หอสมุดกลาง.
- วรรณิดา สมิตานนท์. (2549). ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารการพัฒนาด้านการให้บริการแก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. นนทบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรินรดา พันธน้อย. (2552). การดำรงอยู่และการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของประชาชนในสังคมพหุวัฒนธรรม: กรณีศึกษาชุมชนบุงกะเทว ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม. อุบลราชธานี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- คันสนีย์ จันทรอานุภาพ; และคณะ. (2550). สันติวิธี มุมมองความหมายของเยาวชนใน ๓ จังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น. 76-88.
- ศุภพงศ์ ทองศรีนุ่น. (2550). การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการใช้หลักสาราณียธรรมของผู้ปกครองท้องถิ่น: ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช. สารนิพนธ์ปริญญาศาสนศาสตรมหาบัณฑิต พระนครศรีอยุธยา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- สำนักบริหารทะเบียนกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2541). เดือน คำดี. ศาสนศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2560. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุไรยา วานี. (2557). อยู่ร่วมกันของชุมชนในสังคมพหุวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตำบลทรายขาว อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาความขัดแย้งและสันติศึกษา. สงขลา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

NBUS046: การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการน้ำเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ: กรณีศึกษาเขื่อนวชิราลงกรณ
THE POEPL'S PARTICIPATION IN WATER MANAGEMENT TO COPE WITH CLIMATE CHANGE: A CASE STUDY OF VAJIRALONGKORN DAM

พระสมุห์ธรรณกฤต ขนฺติพิโล (สมบุญญ) ¹ ดร. เดชา กัปโก ² พระสุธีรัตนบัณฑิต ³

¹ นักศึกษา สาขาการพัฒนาสังคม, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

² อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

³ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการน้ำเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ: กรณีศึกษาเขื่อนวชิราลงกรณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ ภายหลังประเทศไทยประสบกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงปริมาณน้ำที่เกิดขึ้น ได้ทำการการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ควบคู่กับการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยครั้งนี้ คือ เจ้าหน้าที่รัฐ 5 คน ตัวแทนประชาชน 9 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการน้ำ 3 คน รวมทั้งสิ้น 17 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ และรูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เชื่อมโยง เพื่อให้เห็นข้อมูลปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำและรูปแบบของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการน้ำของเจ้าหน้าที่เขื่อนวชิราลงกรณกับประชาชน

ผลการวิจัย พบว่า การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะทำให้ปริมาณน้ำฝนและน้ำท่าในลุ่มน้ำแม่กลอง มีความเปลี่ยนแปลง ซึ่งทำให้เกิดความแห้งแล้งทำให้ฝนตกน้อย มีปริมาณน้ำฝนและน้ำท่าไหลลงสู่ระบบเขื่อนวชิราลงกรณ และลุ่มน้ำแม่กลองน้อยลง แต่ก็ไม่ทำให้ปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำน้อยจนเป็นอุปสรรคต่อการเดินเครื่องปั่นกระแสไฟฟ้า กล่าวคือไม่มีปีใดที่มีน้ำต่ำกว่าเกณฑ์ควบคุมระดับน้ำตัวล่าง ขณะเดียวกันในปีที่ต้องประสบกับภาวะลานีญาทำให้เกิดพายุฝนมากกว่าปกติ ปริมาณน้ำฝนและน้ำท่าในลุ่มน้ำแม่กลองมากเกินไป แต่ก็ยังอยู่ในความสามารถการบริหารจัดการของเขื่อนฯ ทั้งนี้เมื่อศึกษาย้อนกลับไปประมาณ 20 ปี พบว่า มีเพียง 3 ปีเท่านั้นที่เขื่อนต้องเปิดประตูระบายน้ำล้นเพื่อระบายน้ำออกจากเขื่อนไม่ให้มีปริมาณน้ำสูงเกินเกณฑ์ควบคุมระดับน้ำตัวบน คือ ปี พ.ศ. 2537, 2540 และ 2545 ทั้งนี้พบว่าเขื่อนวชิราลงกรณ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของโครงการบริหารจัดการน้ำในลุ่มน้ำแม่กลอง ทำงานร่วมกับเขื่อนอื่นๆ ได้แก่ เขื่อนศรีนครินทร์ เขื่อนท่าทุ่งนา ซึ่งเป็นของกรมไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และเขื่อนแม่กลอง ซึ่งเป็นของกรมชลประทาน เขื่อนทุกเขื่อนมีการบริหารจัดการที่เชื่อมต่อกันแบบบูรณาการทำให้สามารถบริหารจัดการน้ำในลุ่มน้ำแม่กลองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นพบว่ามีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ รวม 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มเกษตรกรและชุมชนท้ายอ่างเก็บน้ำ พึ่งพิงน้ำจากอ่างเก็บน้ำเพื่อการเกษตรและอุปโภคบริโภค 2) ชุมชนหัวเขื่อน ไม่ได้ใช้น้ำเพื่อการอุปโภคบริโภคแต่นำน้ำเพื่อกิจการอื่น เช่น การท่องเที่ยว และการประกอบประเพณีต่างๆ เช่น งานลอยกระทง 3) กลุ่มผู้ประกอบการรีสอร์ทและร้านอาหารริมแม่น้ำแควน้อย

และ 4) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่ามีเพียงกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 3 เท่านั้น ที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำ ในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ โดยเป็นการมีส่วนร่วมในระดับต่ำสุด คือ ระดับของการได้รับข้อมูลเท่านั้น สำหรับ กลุ่มที่ 2 มีการทำกิจกรรมร่วมกับเขื่อนในลักษณะของงานมวลชนสัมพันธ์เพื่อกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างเขื่อน กับชุมชนโดยรอบเท่านั้น และกลุ่มที่ 4 เป็นลักษณะของความสัมพันธ์ในเชิงการขอความร่วมมือ ทั้งนี้ผู้แทนเขื่อนให้ เหตุผลว่าไม่สามารถให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำในระดับที่สูงกว่าได้ด้วย 2 เหตุผล คือ เขื่อนไม่มีอำนาจในการบริหารจัดการน้ำในเขื่อนโดยตรง เป็นอำนาจของชลประทาน และระบบการบริหารจัดการ น้ำในส่วนของเขื่อนมีความซับซ้อนและเป็นเรื่องของการพิจารณาในทางวิศวกรรมเพื่อรักษาระดับน้ำให้สอดคล้องกับ ประสิทธิภาพในการผลิตกระแสไฟฟ้าของเขื่อน

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อการพัฒนาสังคมในมิติต่างๆ ดังนั้น หากมีการจัดการ ระบบนิเวศและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่เหมาะสมย่อมทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนได้

คำสำคัญ: การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ, การมีส่วนร่วมของประชาชน

Abstract

The People's participation in Water Management to Cope with Climate Change : In Case Study of The Vajiralongkorn's Dam proposals for study and observation water level changed in The Vajiralongkorn's dam after Thailand had been affected by the atmosphere criticals. Operation research of education knowledgement patterns and could be participation manage water level of The Vachiralongkorn's dam to be solving the problem the critical in the future. Data sources from 5 of governor, 9 of repesence population, 3 of Water department's specialists, total 17 persons. This study analized public participation by communities and beneficiaries in water management of the Electricity Generating Authority of Thailand (EGAT) The Vajiralongkorn Dam under pressure from climate change. This qualitative research includes both literature review and in-depth stakeholder interviews.

The research starts by investigating the impacts of climate change on water levels in the reservoir of Vajiralongkorn Dam on Kwai Noi River in Kanchanaburi province. From literature review, the study finds that climate change has not resulted in significant changes to the water levels such that it requires extraordinary measure in reservoir management. Statistics from the dam's management shows that since climate change was first recorded in Thailand when the fluctuation of water levels in the reservoir has not exceeded the management ability of Egat official. For example, during the rainfall variation in the El Niño and La Niña years, water volume in the dam's reservoir is still within the maximum and minimum curves. However, there are three occasions that the water was released downstream through the dam's spillway, Egat's official insisted that this is simply a normal practice in the years of heavy rainfall.

On the public participation side this study finds the public has limited roles in the reservoir management despite Egat's assertion that it has given high priority of inclusive water management by

stakeholders. From interviews with four stakeholder groups from communities surrounding the dam site – downstream farmers in the dam's irrigation system, indirect water users, resort and tourism operators, and representatives from local administrative organizations, only the farmers and tourism business operators reported having participated in the reservoir management. But their so-called participation level is at minimum; that is, only to be told about date, time and volume of water to be released from the dam. Indirect water users who do not rely on the water for farming and consumption said they occasionally received gift package and participated in Egat's CSR activities while local administrative officials said they only have organizational relationship with Egat. Egat's officials explained that they could not allow greater participation by water users for two reasons. First the water management authority is with the Royal Irrigation Department. Egat's responsibility is mainly power generation from the dam, which requires technical engineering skills.

The weather changing effectiveness for social development in any dimension, Then environment administration tools and also including people's participating in suitable ways could make the resistance development.

Keywords: Climate change, people participation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

น้ำเป็นทรัพยากรพื้นฐานที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชนทุกภาคส่วนและการพัฒนาประเทศ แม้ประเทศไทยจะมีโครงการพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อบริหารและจัดการทรัพยากรน้ำในลุ่มน้ำต่างๆ ของประเทศมาหลายทศวรรษ แต่พิบัติภัยทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับน้ำยังปรากฏให้เห็นอย่างต่อเนื่อง ทั้งปัญหากล้นแ่งและน้ำท่วม ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงทางสภาพธรรมชาติโดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นในรอบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำเป็นไปได้ยากลำบากมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate change) ของโลกเป็นปรากฏการณ์ที่กำลังส่งผลกระทบต่อปริมาณน้ำฝนและน้ำท่าในหลายประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย เพราะอุณหภูมิที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้ปริมาณน้ำฝนและน้ำท่าเกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งจากการละลายของน้ำแข็งทั่วโลก จากการเกิดพายุรุนแรงจนทำให้ไม่สามารถคาดการณ์ปริมาณน้ำฝนได้ รวมไปถึงความแห้งแล้งอย่างยาวนานจากปรากฏการณ์เอลนีโญและลานีญา ทำให้หลายประเทศต้องมีการวางแผนการจัดการทรัพยากรน้ำใหม่เพื่อให้สอดคล้องและสามารถรองรับผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้ (สุรจิต คุณธนกุลวงศ์. 2558: 3-5) ทั้งนี้แม้อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ในลุ่มน้ำแม่กลอง ซึ่งมีโครงการพัฒนาชื่อโครงการแม่กลองใหญ่คอยบริหารจัดการน้ำอยู่ และหนึ่งในแผนภายใต้โครงการแม่กลองใหญ่คือ เชื่อนวชิราลงกรณ ซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอทองผาภูมิเช่นเดียวกัน แต่ปัญหากล้นแ่งและน้ำท่วมก็ยังคงปรากฏให้เห็นเช่นเดียวกัน (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดกาญจนบุรี. 2560: จังหวัดกาญจนบุรีเตรียมแผนปฏิบัติการป้องกันและแก้ไขปัญหาภัยแล้งจังหวัดกาญจนบุรี ปี 2560) ทำให้เกิดความสนใจใคร่รู้ในผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศต่อปริมาณน้ำในเชื่อนวชิราลงกรณ รวมถึงการเตรียมรับมือของเชื่อนฯ ต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่กำลังคุกคามทรัพยากรน้ำของประเทศ

นอกจากนี้ บริบทสังคมและการเมืองโลกที่มีการเปลี่ยนแปลง ให้ความสำคัญกับบทบาทของประชาชนในการเข้ามามีส่วนร่วมบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ จากเดิมที่การมีส่วนร่วมของประชาชนถูกให้ความสำคัญเฉพาะการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการให้สิทธิออกเสียงเลือกคณะผู้บริหารประเทศ ประเทศไทยเองก็รับกระแสความเปลี่ยนแปลงนี้มา โดยเริ่มมีการวางรากฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้อย่างชัดเจนตั้งแต่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มาจนถึงปัจจุบัน และมีระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการรับฟังความเห็นของประชาชน พ.ศ. 2558 ออกมาเป็นกฎหมายลูกอีก กระแสการมีส่วนร่วมของประชาชนเพิ่มความเข้มข้นมากขึ้นเมื่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 และ พ.ศ. 2560

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษา หวังว่าข้อมูลที่สืบค้นได้ในระหว่างการทำวิจัย และข้อค้นพบของการวิจัยจะเป็นประโยชน์อย่างสำคัญในสองระดับ คือ ระดับมหภาคจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนจัดการทรัพยากรน้ำเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในพื้นที่ลุ่มน้ำอื่นๆ ได้ ในระดับจุลภาค คือการทำให้ผู้วิจัยได้เข้าใจสถานการณ์ของน้ำในอ่างเก็บน้ำของเขื่อนวชิราลงกรณ์ เข้าใจมาตรการการเตรียมรับมือของเขื่อน ซึ่งจะสามารถช่วยถ่ายทอดให้ประชาชนที่มาร่วมกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาที่วัดฟัง อีกทั้งยังทำให้สามารถชี้แนะแนวทางประชาชนที่สนใจจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำของเขื่อนฯ เพื่อให้ประชาชนตระหนักก่อนรู้ทรัพยากรน้ำให้สามารถใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนได้ในระยะยาว และเพื่อเป็นทรัพยากรน้ำต้นทุนในการพัฒนาสังคมและประเทศสืบต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ์ ภายหลังประเทศไทยประสบกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
2. เพื่อศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ์ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงปริมาณน้ำที่เกิดขึ้น

วิธีการดำเนินวิจัย

รูปแบบการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ์ และรูปแบบการจัดการน้ำของเขื่อนวชิราลงกรณ์ ที่เปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำ แล้วนำข้อมูลวิเคราะห์และสังเคราะห์เชื่อมโยง เพื่อให้เห็นข้อมูลปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำและรูปแบบของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการน้ำของเจ้าหน้าที่เขื่อนวชิราลงกรณ์กับประชาชน เพื่อให้ได้ข้อมูลประเด็นต่างๆ

กำหนดประชากร และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ เจ้าหน้าที่เขื่อนวชิราลงกรณ์ เจ้าหน้าที่สำนักงานชลประทานที่ 13 สำนักงานทรัพยากรน้ำภาค 7 และกลุ่มประชากร โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 ผู้แทนองค์กรรัฐ	5 คน
กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ทำธุรกิจ	3 คน
กลุ่มที่ 3 กลุ่มองค์กรปกครองท้องถิ่นและประชาชน	6 คน

กลุ่มที่ 4 กลุ่มที่แทนองค์กรเอกชนที่ทำงานด้านการจัดการทรัพยากรน้ำ 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ที่ใช้กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยผู้วิจัยกำหนดประเด็นคำถาม ที่ศึกษาหลักการและแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการน้ำเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จากเอกสารและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนต่อไปนี้

1. ขอบหนังสือจากผู้อำนวยการหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพื่อแจ้งให้เจ้าหน้าที่ให้ทราบเรื่องการขอสัมภาษณ์บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐและผู้นำชุมชน/ประชาชนที่มีบทบาทหรือมีส่วนร่วมในการจัดการน้ำ และกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์
2. ทำการสัมภาษณ์ตามวันและเวลาที่กำหนด โดยการสนทนากับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน ๑๗ คน พร้อมทั้งขออนุญาตบันทึกข้อมูลโดยการถ่ายภาพ จดบันทึกและบันทึกเสียงประกอบการสัมภาษณ์
3. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาถอดเสียงและจดบันทึกเป็นข้อความ จากนั้นจึงจัดหมวดหมู่ข้อมูลแล้วทำความเข้าใจในประเด็นต่างๆ แล้วนำมาวิเคราะห์กับเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ทราบถึงปริมาณน้ำในเขื่อนวชิราลงกรณ ที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการน้ำ
4. เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำผลการวิเคราะห์ไปสนทนาในพื้นที่เพื่อพัฒนากิจกรรมการปลูกจิตสำนึกอนุรักษ์ต้นน้ำ เช่น การจัดการป่า การจัดการน้ำ เป็นต้น
5. นำความรู้ที่ได้ไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับเยาวชนในพื้นที่เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการดูแลรักษาธรรมชาติ เช่น แหล่งต้นน้ำ ป่าไม้ ระบบนิเวศ เป็นต้น

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กำหนดขอบเขตประเด็นการวิจัยที่การเปลี่ยนแปลงปริมาณน้ำในเขื่อนวชิราลงกรณ ภายหลังประเทศไทยประสบกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยในปี พ.ศ. 2535 ซึ่งเป็นปีที่ประเทศไทยลงนามในอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและมุ่งศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการน้ำเขื่อนวชิราลงกรณว่ามีส่วนร่วมรูปแบบใด

ขอบเขตด้านประชากร/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์ในพื้นที่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลคือบุคลากรในหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการน้ำ ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่เขื่อนวชิราลงกรณ (เขื่อนเขาแหลม) เจ้าหน้าที่สำนักงานชลประทานที่ 13 สำนักงานทรัพยากรน้ำภาค 7 ตัวแทนประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ใช้น้ำของเขื่อนวชิราลงกรณ ตำบลท่าขนุน หน่วยอนุรักษ์และจัดการต้นน้ำผาตาด อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี รวมทั้งสิ้นจำนวน 17 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา ทำการศึกษาระหว่าง เดือนกันยายน 2560 - มีนาคม 2561 รวมระยะเวลา 7 เดือน

ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ทำการศึกษาวิจัย ได้แก่ พื้นที่อำเภอทองผาภูมิ อำเภอไทรโยคน้อย จังหวัดกาญจนบุรี

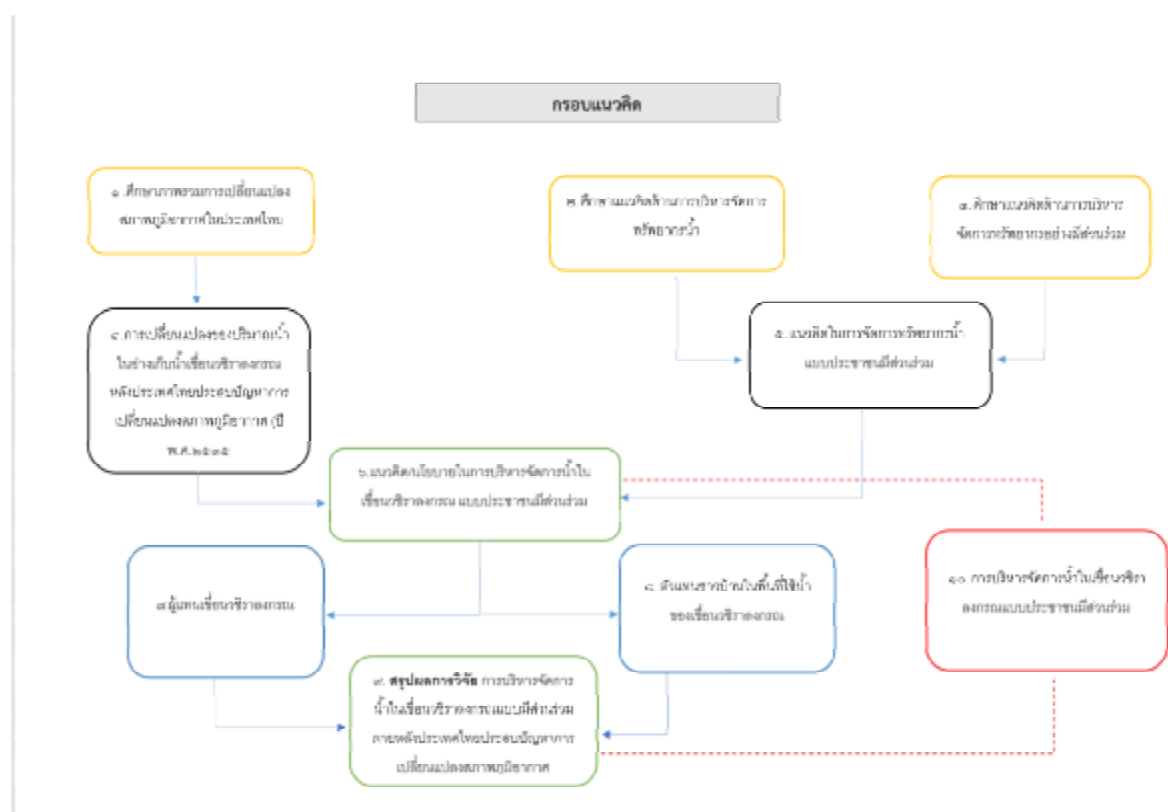
ขอบเขตด้านแนวคิด แนวคิดหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แนวคิดว่าด้วยการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ และแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาที่ยั่งยืน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบปริมาณน้ำของเขื่อนวชิราลงกรณ ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทราบนโยบายการวางแผนบริหารจัดการน้ำของเขื่อนวชิราลงกรณ และกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการน้ำในเขื่อนวชิราลงกรณ

2. สามารถนำความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากผลการวิจัยมาแนะนำประชาชนเพื่อสร้างความตระหนักต่อปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ให้กับประชาชนที่มาร่วมกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาที่วัด และเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรน้ำเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ ซึ่งเป็นต้นทุนทรัพยากรของการพัฒนาสังคมและประเทศในมิติต่างๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ผลการศึกษา

ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ

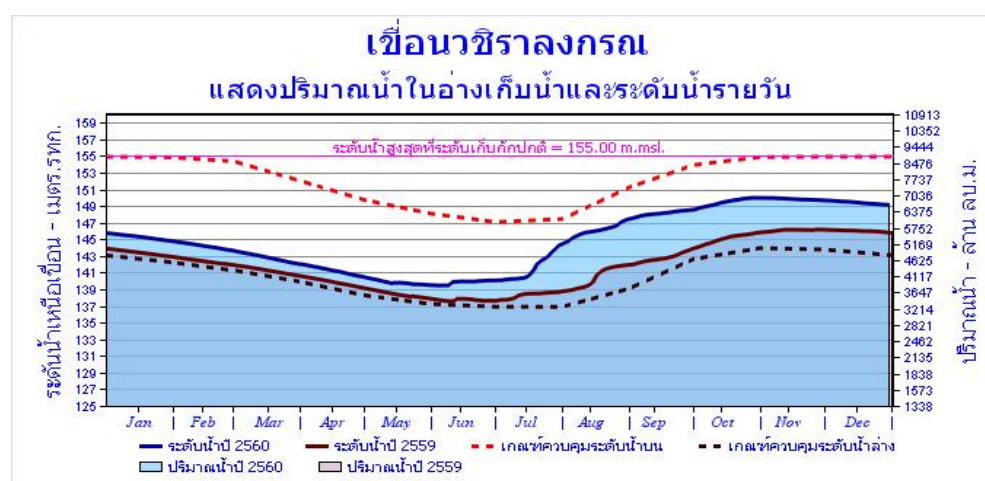
Year	Month												Total (ccm.)
	January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December	
2537													549,5154
2538	73,2362	37,5943	41,9181	45,6423	85,7371	1043,1101	1266,0710	1135,2889	1492,0026	466,8708	151,2079	78,0309	6995,7334
2539	88,6463	46,6201	46,6428	42,2854	107,2872	294,1272	701,8483	1087,1879	891,7969	264,8762	128,2043	88,9324	4556,1651
2540	71,1750	34,8995	71,6496	45,1792	47,1758	291,0276	449,6059	871,5219	1001,5558	567,1611	218,2755	75,6485	2715,7135
2541	64,1665	52,1878	18,2016	6,11314	271,8118	333,0915	561,1510	111,1295	583,7761	849,6109	332,3933	98,7365	4748,8728
2542	87,5792	33,6552	41,2219	24,7185	85,2159	198,2996	268,1665	1140,4212	683,4014	261,8276	112,8052	57,2592	2218,2107
2543	55,6753	44,8823	22,6963	34,6783	101,6489	455,5519	765,7895	170,7338	1023,6557	725,4877	165,8525	77,2575	4361,8337
2544	34,5899	43,6949	27,2725	31,8242	52,0742	892,9955	1238,2965	2181,5724	719,1592	461,9127	312,3381	24,9578	7056,9949
2545	55,1616	37,0834	21,0028	11,1813	1,12618	161,9999	514,3317	1120,5415	774,6890	450,7205	134,2782	84,2374	2596,0325
2546	52,3276	52,1292	52,0842	27,2925	62,3218	151,7751	786,6474	1899,3099	1485,3396	328,8287	91,0692	46,2048	4753,6561
2547	46,3037	24,7319	36,2685	24,3000	142,6336	404,8425	3043,9067	3326,3862	1056,0169	443,6537	84,2468	48,0023	8762,9408
2548	64,8749	74,7879	87,3796	80,8176	136,7833	388,8716	880,7146	1937,3796	3081,7402	870,8888	130,1113	78,6134	2672,4272
2549	63,1085	33,2100	13,9789	41,9523	91,0938	213,0897	1393,3312	1998,2493	1419,7316	777,5231	289,2956	78,7435	5918,8833
2550	56,5234	41,6361	22,9489	29,2465	78,3260	168,5110	2387,2864	3433,0007	882,6662	470,8586	154,5164	66,7031	8023,4733
2551	31,2009	21,0077	12,2170	8,1290	98,8135	767,9231	180,0903	282,7179	269,2299	201,8909	94,2299	27,9962	1346,0152
2552	25,9022	15,2233	35,2000	58,8111	109,5656	650,0330	1159,7599	2653,2344	915,1253	595,1959	366,7312	108,8177	6272,8255
2553	78,1987	74,7482	51,7814	121,5558	566,2712	138,8274	1121,5519	1618,7525	1523,2514	682,2911	166,3329	56,7481	2585,1546
2554	63,7393	37,8139	62,4467	37,7340	181,4212	419,5753	1280,7672	1787,6190	948,9183	532,7801	132,3284	84,9883	5888,9808
2555	63,4470	38,0383	26,9370	34,2114	497,4394	302,3201	1738,8492	2428,3336	1980,6194	461,2342	187,8107	113,8974	8975,2425
2556	42,6234	42,7132	58,8812	14,0241	118,4263	257,9211	1219,6441	1255,8340	1142,4592	493,6239	116,1888	48,2284	9795,1285
2557	43,6268	21,2493	21,6244	2,7232	385,7266	103,1641	670,8514	1480,2882	359,8112	193,0607	45,7899	38,8871	4833,4688
2558	34,5993	18,0766	12,6114	1,0249	58,4590	226,2882	1429,7632	2108,2175	1128,3742	493,2751	211,8582	66,2826	1000,8193
2559	41,6482	34,4664	21,4491	71,7193	328,6664	466,1381	2561,2755	2718,7669	758,7788	893,7763	125,4961	50,9687	2513,5110
2560	24,9647	24,4170	12,0249	5,7824	109,2057	115,9147	1312,0718	2017,7105	918,9399	1043,1765	155,4188	78,9687	5399,4154
2561	42,2273	22,2344	24,4237	26,0794	428,0626	267,4172	802,8334	2225,2523	975,4558	485,0396	275,5883	101,6573	6,090,4000
2562	42,5707	26,6266	26,2312	26,4292	11,76400	742,2521	1832,4872	1838,7117	1371,6144	187,7907	165,1646	7,102,4684	
2563	77,7822	18,5129	1,7382	16,2169	17,5910	73,2218	281,9931	690,5111	753,2694	691,9084	101,8888	67,1200	2,999,9005
2564	26,2259	16,2232	71,1888	62,5110	185,8805	837,8715	1903,5419	1838,1807	1195,0114	691,0795	141,1507	50,2642	7,015,3165
2565	45,2012	31,2590	21,5978	8,4299	85,5897	527,1443	1710,8190	2388,3943	1397,0998	595,1627	138,2475	88,9782	2,622,5671
2566	52,2436	28,3583	31,5659	12,4004	11,2872	333,5985	1707,3714	1486,8975	1559,4223	641,3405	192,4362	77,2162	6,140,0793
2567	87,6989	88,6253	85,8989	17,2192	9,4781	186,9923	97,6987	598,8371	922,9748	916,4328	176,1429	72,9211	3,495,1472
2568	18,5548	29,9126	44,4047	21,0655	62,9755	485,0067	312,7753	1169,0560	850,3926	645,1421	168,1246	87,2123	4,172,2702
2569	58,8815	34,6650	26,3283	7,2203	59,7113	234,4065	537,1926	1104,0616	764,5710	859,4287	285,6407	85,1488	3,879,6071
2570	16,2105	30,1641	22,2595	40,9765	125,5915	799,4101	1178,6386	1225,151	695,4702	887,2573	103,9600	31,2889	4,889,1174

จากการศึกษาพบว่าในรอบ 20 ปีที่ผ่านมา นับจากปี 2536 จนถึงปัจจุบัน 2560 มีปริมาณน้ำไหลเข้าอ่างเก็บน้ำของเขื่อนวชิราลงกรณเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 5,500 ล้าน ลูกบาศก์เมตร (ลบ.ม.) ซึ่งจัดว่าอยู่ในเกณฑ์ปกติ แต่เมื่อพิจารณาอดีตระยะสั้นช่วงปี พ.ศ. 2557-2560 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทยประสบกับปรากฏการณ์เอลนีโญและลานีญารุนแรง พบว่า ปริมาณน้ำที่ไหลเข้าอ่างเก็บน้ำวชิราลงกรณมีค่าเฉลี่ยลดน้อยลงอยู่ที่ประมาณ 4,000 ล้าน ลบ.ม. ดังแสดงในตาราง ทั้งนี้เอลนีโญและลานีญาเป็นปรากฏการณ์อย่างหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก โดยเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการหมุนเวียนของกระแสอากาศกับน้ำในมหาสมุทรในแถบซีกโลกใต้ เอลนีโญจะเกิดขึ้นเมื่อกระแสน้ำอุ่นในมหาสมุทรแปซิฟิกไหลเข้าแทนที่กระแสน้ำเย็นทำให้ผิวน้ำทะเลทางตะวันออกของมหาสมุทรแปซิฟิกเขตร้อนอุ่นขึ้น ทำให้เกิดความแห้งแล้ง ส่วนลานีญาเป็นปรากฏการณ์กลับกัน คือน้ำเย็นใต้มหาสมุทรยกตัวขึ้นแทนที่กระแสน้ำอุ่นบริเวณชายฝั่งมหาสมุทรแปซิฟิก ทำให้ผิวน้ำทะเลเย็นลง ทำให้มีฝนตกมากกว่าปกติ จนอาจเกิดปัญหาน้ำท่วมตามมา อย่างไรก็ตามในรอบ 20 ปีที่ผ่านมา นับแต่เริ่มมีรายงานการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในประเทศไทย ยังไม่พบว่ามีก่อให้เกิดผลกระทบต่อการบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำของเขื่อนวชิราลงกรณ แต่อย่างใด กล่าวคือไม่มีปีที่มีช่วงน้ำต่ำกว่าเกณฑ์ควบคุมระดับน้ำตัวล่าง (Lower rule curve) ซึ่งทำหน้าที่บอกให้ทราบหากเก็บน้ำไว้ที่ระดับต่ำกว่านี้จะมีความเสี่ยงเรื่องการขาดแคลนน้ำในปีถัดไป เนื่องจากเขื่อนวชิราลงกรณ มีการบริหารจัดการร่วมกับกรมชลประทาน โดยสำนักงานชลประทานที่ 13 ในการควบคุมการปล่อยน้ำร่วมกันระหว่างอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ และเขื่อนศรีนครินทร์ โดยรักษาระดับน้ำของอ่างเก็บน้ำทั้งสองให้อยู่ในช่วงระดับ Rule curve เดียวกันในแต่ละเดือน หากอ่างใดอยู่ที่ช่วงระดับ Rule curve สูงกว่าก็ควรปล่อยน้ำจากอ่างเก็บน้ำนั้นมากกว่าเพื่อบริหารอ่างเก็บน้ำทั้งสองเขื่อนร่วมกันเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยสาเหตุที่อาจทำ

ให้มีน้ำในอ่างเก็บน้ำต่ำกว่าเกณฑ์ควบคุมตัวล่างเกิดจากภาวะภัยแล้งติดต่อกันหลายปี สภาพภูมิอากาศของโลกเปลี่ยนแปลง และต้องระบายน้ำเพื่อช่วยด้านอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้น รวมถึงการรักษาระบบนิเวศเพื่อการคงอยู่ของธรรมชาติ

ในส่วนของการประสบกับภาวบน้ำมากเกินในหน้าน้ำจนสูงกว่าเกณฑ์ควบคุมระดับน้ำตัวบน (Upper Rule curve) ซึ่งเป็นตัวทำหน้าที่ยกให้ทราบหากเก็บน้ำไว้สูงกว่าระดับนี้จะมีความเสี่ยงเรื่องน้ำล้นเขื่อน จนอาจต้องเปิดประตูระบายน้ำล้น (Spillway) นั้น พบว่าเขื่อนวชิราลงกรณ์เคยมีปริมาณน้ำไหลเข้าอ่างมากจนต้องเปิดประตูระบายน้ำล้น 3 ครั้ง นับแต่มีการสร้างเขื่อน คือ ในปี พ.ศ. 2537, 2540 และ 2545 ซึ่งมีพายุพัดเข้าประเทศไทย จำนวนมากประกอบกับการได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ทำให้ระดับน้ำในอ่างเก็บน้ำเพิ่มมากกว่าปกติ จนต้องเปิดประตูระบายน้ำออกจากเขื่อน

ทั้งนี้ในการควบคุมและบริหารน้ำอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ์ จะต้องพยายามรักษาระดับน้ำให้อยู่ระหว่างเกณฑ์ควบคุมระดับน้ำตัวบนและเกณฑ์ควบคุมระดับน้ำตัวล่าง จากภาพประกอบ 1 ด้านล่างจะเห็นได้ว่าปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำของเขื่อนวชิราลงกรณ์ ปี พ.ศ. 2559-2560 อยู่ระหว่างเส้นเกณฑ์ควบคุมระดับน้ำตัวล่างและตัวบน หมายความว่าในช่วงเวลาดังกล่าวปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำของเขื่อนฯ อยู่ในระดับที่เขื่อนบริหารจัดการได้ดี



ภาพประกอบ 1

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ์ ไม่เท่ากัน ดังนี้

1. กลุ่มเกษตรกรและชุมชนท้ายอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ์ แม้จะเป็นกลุ่มที่เป็นเป้าหมายหลักของระบบชลประทาน ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของการบริหารจัดการน้ำในแม่น้ำแม่กลอง ซึ่ง เขื่อนวชิราลงกรณ์ เป็นส่วนหนึ่ง แต่จากการศึกษากลับพบว่า เป็นกลุ่มที่ไม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำเลย กล่าวคือ กรมชลประทาน โดยสำนักงานชลประทานที่ 13 จะเป็นผู้บริหารจัดการน้ำเพื่อการชลประทาน หรือเพื่อการเกษตรเอง โดยคำนวณจากน้ำต้นทุนที่มีอยู่ในระบบแม่กลองใหญ่ หรือในอ่างเก็บน้ำของทุกเขื่อนที่อยู่บนลำน้ำแม่กลองและลำน้ำ

สาขา ได้แก่ อ่างเก็บน้ำแม่กลอง ของกรมชลประทาน และอ่างเก็บน้ำของเขื่อนของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยอีก 3 เขื่อน ได้แก่ เขื่อนวชิราลงกรณ เขื่อนศรีนครินทร์ และเขื่อนท่าทุ่งนา ซึ่งในการระบายน้ำจะต้องคำนึงถึงการรักษาระดับน้ำเพื่อให้เขื่อนทั้งสี่เขื่อนสามารถจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำของตัวเองได้ตลอดทั้งปี กล่าวคือ การปล่อยน้ำในหน้าแล้งต้องคำนึงถึงการรักษาระดับน้ำไม่ให้ต่ำกว่า Lower curve ไม่ได้ใช้ความต้องการใช้น้ำของเกษตรกรและชุมชนเป็นหลัก สิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าคนกลุ่มนี้ไม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำไม่ว่าจะเขื่อนวชิราลงกรณ หรือเขื่อนใดก็ตาม ช่วงก่อนถึงฤดูแล้งของหลายปีที่ลุ่มน้ำแม่กลองมีปริมาณน้ำน้อย จะมีประกาศจากสำนักงานชลประทานแจ้งให้เกษตรกรกลุ่มนี้งดการทำนาปรัง หรืองดการปลูกพืชที่ต้องการใช้น้ำมาก เพราะชลประทานไม่สามารถปล่อยน้ำให้ได้ตามที่ต้องการ การมีส่วนร่วมของกลุ่มนี้จึงเป็นระดับการได้รับการให้ข้อมูล (Inform) ซึ่งถือเป็นการมีส่วนร่วมในระดับต่ำสุด เมื่อยึดการจำแนกระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนตาม International Association for Public Participation

ทางออกที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มนี้เลือกดำเนินการเพื่อให้มีน้ำใช้ในหน้าแล้ง เนื่องจากหลายปีไม่สามารถลดเว้นการทำเกษตรหรือการต้องเปลี่ยนแปลงชนิดพืชไร่ที่ทำอยู่ได้ คือ การขุดบ่อน้ำเพื่อเก็บกักน้ำให้มีใช้ในหน้าแล้ง และหลายคนใช้วิธีติดตั้งเครื่องสูบน้ำ ดึงน้ำจากแม่น้ำแควน้อยโดยตรง ทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนน้ำในชุมชนท้ายน้ำ เพราะพื้นที่ส่วนต้นน้ำที่ได้รับน้ำที่ปล่อยจากเขื่อนวชิราลงกรณเป็นพื้นที่แรกๆ ดักสูบน้ำไว้ก่อน

2. กลุ่มชุมชนในเขตตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี เป็นชุมชนในเขตอำเภอเดียวกับที่ตั้งเขื่อน ไม่ได้ใช้น้ำจากเขื่อนโดยตรงเพราะตั้งอยู่เหนือเขื่อน จากการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์ชาวชุมชนพบว่าชุมชนที่อยู่เหนือเขื่อนในเขตอำเภอทองผาภูมิจะเข้ามามีกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับเขื่อน แต่ไม่ใช้การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำโดยตรง ตัวอย่างกิจกรรมเช่น การจัดงานอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หรือการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์น้ำ หรือการได้รับความสนับสนุนในการทำกิจกรรมอื่นๆ จากเขื่อนฯ เช่น พบว่า โรงเรียนบ้านจันเคียโรงเรียนระดับประถมศึกษาแห่งหนึ่งในเขตตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิ จะได้รับความร่วมมือจากเขื่อนฯ เกือบทุกเรื่องเมื่อโรงเรียนขอความสนับสนุนหรือความช่วยเหลือ เช่น สนับสนุนต้นไม้มาจัดกิจกรรมสำคัญของโรงเรียนทุนการศึกษา เลี้ยงอาหารนักเรียน ก็ได้รับการตอบรับดีมาก หลายครั้งเขื่อนฯ เป็นฝ่ายจัดกิจกรรมและขอให้โรงเรียนพานักเรียนเข้าร่วม เช่น การทำกิจกรรมอนุรักษ์ป่า การปลูกป่า การทำโรงเรียนเศรษฐกิจพอเพียง

การเข้าไปมีกิจกรรมร่วมกันในลักษณะนี้ไม่สามารถจัดเป็นการมีส่วนร่วมของประชาชน (public participation) ได้ เพราะประชาชนไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของหน่วยงานนั้นๆ ซึ่งในที่นี้คือเขื่อนวชิราลงกรณเลย กิจกรรมที่เกิดขึ้นจึงจัดเป็นเพียงมวลชนสัมพันธ์ (public relation) เพื่อให้องค์กรหรือหน่วยงานมีความคุ้นเคยและมีความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนชนในชุมชนเท่านั้น นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่ากลุ่มคนกลุ่มนี้หลายครั้งที่มีความขัดแย้งกับเขื่อนวชิราลงกรณ เนื่องจากเป็นชุมชนที่อยู่เหนือเขื่อน น้ำที่ชุมชนกลุ่มนี้ใช้จึงอยู่นอกเหนือการบริหารจัดการของเขื่อน แต่จากการที่เขื่อนวชิราลงกรณตั้งอยู่ในพื้นที่ทางใต้ชุมชนมีความคาดหวังว่า เขื่อนฯ จะสามารถจัดการแก้ไขปัญหาหน้าแล้งในหน้าแล้งและน้ำมากในหน้าฝนให้ได้ ซึ่งในความจริงไม่สามารถทำได้ ดังกล่าวข้างต้นว่าทุกปีจะมีการประชุมคณะบริหารจัดการลุ่มน้ำแม่กลอง ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากฝ่ายต่างๆ รวมทั้งตัวแทนจากเขื่อนวชิราลงกรณ สำนักงานชลประทานที่ 13 และสำนักทรัพยากรน้ำภาค 7 และตัวแทนชาวบ้าน ซึ่งรวมถึงตัวแทนชาวบ้านกลุ่มนี้ด้วย จากการศึกษาพบว่า ทุกครั้งที่มีการประชุมกันตัวแทนชาวบ้านกลุ่มนี้จะเรียกร้องขอให้มีการจัดการแก้ไขปัญหาภัยแล้ง แต่เขื่อนและคณะกรรมการลุ่มน้ำไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้ได้

เนื่องจากอยู่นอกพื้นที่ของการบริหารจัดการน้ำ ทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นคือการที่เชื่อมฯ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ร่วมกันจัดหน่วยออกให้บริการแจกน้ำประปาและน้ำดิบกับประชาชนในหน้าแล้ง

3. กลุ่มผู้ประกอบการรีสอร์ทและร้านอาหาร ริมน้ำแควน้อย เป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากการบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำของเชื่อมฯ อย่างเห็นได้ชัด พบว่ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับเชื่อมฯ อย่างใกล้ชิด มีการตั้งกลุ่มไลน์เพื่อส่งข่าวสารถึงกัน แต่ลักษณะของข่าวสารที่ส่งถึงกันจะเป็นลักษณะของการแจ้งเวลาและปริมาณการปล่อยน้ำจากเชื่อมฯ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีเวลาเก็บของขึ้นที่สูงก่อนที่เชื่อมฯ จะปล่อยน้ำปริมาณมากหรือการแจ้งให้ทราบว่าปีนี้น้ำจะแล้ง เพื่อให้ผู้ประกอบการวางแผนการจัดการธุรกิจแพของตนเองได้ การสร้างกลุ่มไลน์ลักษณะนี้เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา ก่อนหน้านั้นคนกลุ่มนี้จะได้รับความเดือดร้อนจากการบริหารจัดการน้ำของเชื่อมฯ โดยไม่ได้รับการแจ้งก่อน การรวมกลุ่มทางไลน์เพื่อรับข่าวสารเช่นนี้ จัดว่าเป็นการมีส่วนร่วมในระดับการให้ข้อมูลเพื่อทำตามเท่านั้น

4. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จากการศึกษาพบว่าในระดับของการบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำแล้วผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มนี้มีส่วนร่วมในการจัดการอย่างไร แม้จะเป็นหน่วยงานรัฐเช่นเดียวกันก็ตาม อย่างไรก็ตามก็ต้องการปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถประสานงานกับเชื่อมฯ เพื่อขอใช้น้ำในการทำกิจกรรมต่างๆ ได้ เช่น การขอให้ปล่อยน้ำและรักษาระดับน้ำในช่วงเทศกาลลอยกระทง เพื่อให้ประชาชนสามารถลอยกระทงตามประเพณีได้ หรือการประสานกับเชื่อมฯ เพื่อแจกน้ำแก้ปัญหาภัยแล้งให้กับประชาชน ซึ่งเข้าข่ายลักษณะการขอความร่วมมือมากกว่าการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำของเชื่อมฯ

วิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ

จากการศึกษา พบว่า การบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ ประกอบไปด้วยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

1. กลุ่มเกษตรกรและชุมชนท้ายอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ กลุ่มนี้รวมถึงชุมชนที่ใช้ประโยชน์จากน้ำในระบบชลประทานโครงการแม่กลองใหญ่ ซึ่งรับน้ำจากเขื่อนวชิราลงกรณ โดยตรงด้วย เป็นกลุ่มคนที่ใช้ประโยชน์จากระบบชลประทานแม่กลองใหญ่โดยต้องการใช้น้ำเพื่อการเกษตร บางชุมชนมีระบบชลประทานไหลผ่าน บางชุมชนไม่มี และพบว่าใช้วิธีติดตั้งเครื่องสูบน้ำเพื่อดึงน้ำจากแม่น้ำแควน้อยมาใช้โดยตรง ปริมาณน้ำในแม่น้ำขึ้นอยู่กับปริมาณการปล่อยปล่อยน้ำของเชื่อมฯ แต่ละเชื่อมฯ จากการสัมภาษณ์พบว่าคนกลุ่มนี้ประสบปัญหาน้ำขาดแคลนในหน้าแล้งเพราะเชื่อมฯ มีการระบายน้ำน้อยเพื่อรักษาระดับน้ำในอ่างเก็บน้ำของเชื่อมฯ ให้อยู่ในระดับใช้งานได้และเพื่อให้มีน้ำพอเพียงจนกว่าจะถึงหน้าน้ำ ขณะที่ในหน้าน้ำหรือหน้าฝนก็ประสบปัญหาน้ำท่วม เพราะนอกจากต้องรับน้ำฝนตามปกติแล้วยังต้องประสบกับปริมาณน้ำในแม่น้ำที่ถูกปล่อยออกมาจากเชื่อมฯ เพิ่มขึ้นด้วย เพราะเชื่อมฯ ต้องเร่งระบายน้ำออกเพื่อไม่ให้ระดับน้ำในอ่างเก็บน้ำสูงเกินระดับ Upper curve

2. กลุ่มชุมชนในเขตตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ส่วนใหญ่เป็นชุมชนที่อยู่ในพื้นที่เดียวกับเชื่อมฯ กลุ่มนี้อาจไม่ได้ใช้ประโยชน์จากน้ำในอ่างเก็บน้ำโดยตรง เนื่องจากไม่ได้อยู่ในแนวเขตชลประทานหรือไม่ได้เป็นเกษตรกร แต่เป็นชุมชนในเมือง กลุ่มนี้ต้องการน้ำในเชื่อมฯ ในช่วงหน้าแล้งเพื่อการอุปโภคบริโภค

3. กลุ่มผู้ประกอบการรีสอร์ทและร้านอาหาร ริมน้ำแควน้อย ใช้ประโยชน์จากน้ำเพื่อการท่องเที่ยว เป็นกลุ่มของผู้ประกอบการที่ตั้งบ้านเรือนและธุรกิจริมฝั่งแม่น้ำแควน้อย ไม่ได้อยู่ในเขตอำเภอทองผาภูมิ กาญจนบุรี แต่เป็นกลุ่มที่จะได้รับผลกระทบเมื่อเขื่อนวชิราลงกรณ เก็บน้ำในหน้าแล้งจนทำให้ปริมาณน้ำในแม่น้ำแควน้อยลดลง และเมื่อเชื่อมฯ ปล่อยน้ำมากในหน้าน้ำจนทำให้น้ำท่วมพื้นที่ธุรกิจของตนเอง

4. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งมีหน้าที่ดูแลประชาชน เป็นกลุ่มที่ต้องทำงานประสานกับเพื่อนฯ อย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถบริหารหรือทำงานของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัย การเปลี่ยนแปลงปริมาณของน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ

เมื่อได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เรื่องปริมาณน้ำของเขื่อนวชิราลงกรณ ผลปรากฏว่าไม่ได้เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยยะสำคัญ ทั้งนี้พบว่าเขื่อนวชิราลงกรณ เคยมีปริมาณน้ำไหลเข้าอ่างมากจนต้องเปิดประตูระบายน้ำถึง 3 ครั้ง นับแต่มีการสร้างเขื่อน คือ ในปี พ.ศ. 2537, 2540 และ 2545 ซึ่งมีพายุพัดเข้าประเทศไทยจำนวนหลายครั้งประกอบกับการได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ทำให้ระดับน้ำในอ่างเก็บน้ำเพิ่มมากกว่าปกติ จนต้องเปิดประตูระบายน้ำออกจากเขื่อน (Spillway) จากข้อมูลทำให้ทราบว่าไม่มีเรื่องน้ำขาดแคลนจนถึงวิกฤต ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์ช่วงหน้าฝนกลุ่มเกษตรกรจะนัดรวมตัวกันเพื่อไปทำฝ่ายชะลอน้ำ เพื่อกักเก็บน้ำไว้ใช้น้ำแล้ง เพราะระบบการแจกจ่ายน้ำของหน่วยงานรัฐยังไม่ทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ และสถาบันวิจัย พัฒนามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช กรมทรัพยากรน้ำ (2555) ผลการศึกษาพบว่า ลุ่มน้ำแม่กลองมีปริมาณน้ำท่าตามธรรมชาติในลุ่มน้ำมากเพียงพอกับความต้องการใช้น้ำในกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่ลุ่มน้ำทั้งในสภาพปัจจุบันและในอนาคตเมื่อมีการพัฒนาพื้นที่ชลประทานจนเต็มศักยภาพของพื้นที่ เนื่องจากมีเขื่อนกักเก็บกักน้ำขนาดใหญ่ในพื้นที่ลุ่มน้ำตอนบนถึง 2 แห่ง จึงสามารถเก็บกักปริมาณน้ำหลากในช่วงฤดูฝนเก็บไว้ส่งให้พื้นที่ที่มีความต้องการใช้น้ำช่วงฤดูแล้งได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม ในบริเวณตอนกลางและตอนล่างของลุ่มน้ำแม่กลองยังมีปัญหาขาดแคลนน้ำ โดยเฉพาะการเกษตรที่ทวีความรุนแรงในช่วงแล้ง เนื่องจากตอนกลางและตอนล่างของลุ่มน้ำมีแหล่งเก็บกักน้ำไม่เพียงพอ ส่วนในบริเวณที่มีแหล่งกักเก็บน้ำอยู่แล้ว ก็ยังขาดระบบการกระจายน้ำเข้าพื้นที่เกษตรของชาวบ้าน

การอภิปรายผลการวิจัย เพื่อศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงปริมาณน้ำที่เกิดขึ้น

จากข้อมูลและการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจึงไปศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยยึดการแบ่งระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนตามการแบ่งของ International Association for Public Participation (2008) ซึ่งแบ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

1. ระดับการให้ข้อมูล (Inform)
2. ระดับการปรึกษาหารือ รับฟังความคิดเห็น
3. ระดับการร่วมคิดร่วมทำ (Involve)
4. ระดับการเป็นหุ้นส่วนหรือภาคี (Collaborate)
5. ระดับอำนาจประชาชน (Empower)

ผู้วิจัยเริ่มศึกษาประเด็นนี้ด้วยการจำแนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม แล้วจึงวิเคราะห์สรุประดับการมีส่วนร่วมของแต่ละกลุ่มอีกครั้ง

ผลการศึกษาพบว่า มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ รวม

4 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มเกษตรกรและชุมชนท้ายอ่างเก็บน้ำ ฟังฟังน้ำจากอ่างเก็บน้ำเพื่อการเกษตรและอุปโภคบริโภค

2. ชุมชนหัวเขื่อน ไม่ได้ใช้น้ำจากอ่างเก็บน้ำในเขื่อนเพื่อการอุปโภคบริโภคแต่ใช้น้ำในเขื่อนเพื่อกิจการอื่น เช่น การท่องเที่ยว และการประกอบประเพณีต่างๆ เช่น งานลอยกระทง เป็นต้น

3. กลุ่มผู้ประกอบการรีสอร์ทและร้านอาหารริมแม่น้ำแควน้อย เป็นกลุ่มผู้คอยส่งข้อมูลให้ทางเขื่อนหรือชลประทาน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเมื่อถึงฤดูน้ำหลากหรือฝนตกหนัก กลุ่มนี้จะช่วยสังเกตการณ์ให้เจ้าหน้าที่ของเขื่อนหรือชลประทาน โดยการส่งข้อมูลให้ลดระดับน้ำที่เขื่อน

4. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มนี้มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกให้ประชาชนในการแก้ปัญหาและคอยช่วยสรรหาเวลาทรัพยากรน้ำขาดแคลนหรือเมื่อมีปัญหา

พบว่ามีเพียงกลุ่มที่ 1 เกษตรกร, ชุมชนท้ายเขื่อน และกลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการเท่านั้น ที่มีส่วนร่วมในการจัดการน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนหรือชลประทาน โดยเป็นการมีส่วนร่วมในระดับต่ำสุดคือระดับของการได้รับข้อมูลเท่านั้น

ส่วนอีก 2 กลุ่ม พบว่า กลุ่มที่ 2 ชุมชนหัวเขื่อน มีการทำกิจกรรมร่วมกับเขื่อนในลักษณะของงานมวลชนสัมพันธ์เพื่อกระชับความสัมพันธ์อันดีระหว่างเขื่อนกับชุมชนโดยรอบเท่านั้น

กลุ่มที่ 4 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นลักษณะของความสัมพันธ์ในเชิงการขอความร่วมมือ ทั้งนี้ผู้แทนเขื่อนให้เหตุผลว่าไม่สามารถให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการน้ำในระดับที่สูงกว่าได้ด้วย 2 เหตุผล คือ เขื่อนไม่มีอำนาจในการบริหารจัดการน้ำในเขื่อนโดยตรง แต่เป็นอำนาจของสำนักงานชลประทาน และระบบการบริหารจัดการน้ำในส่วนของเขื่อนมีความซับซ้อนและเป็นเรื่องของการพิจารณาในทางวิศวกรรมเพื่อรักษาระดับน้ำให้สอดคล้องกับประสิทธิภาพในการผลิตกระแสไฟฟ้าของเขื่อนซึ่งเป็นนโยบายของภาครัฐ

อย่างไรก็ตาม ประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการใช้ทรัพยากรน้ำไม่ว่าจะในเขื่อนหรือน้ำลำธารที่ไหลมาจากภูเขาต่างก็ให้ความสำคัญกับการใช้น้ำ เพราะถ้าไม่มีทรัพยากรน้ำ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนก็ต้องเดือดร้อน เพราะน้ำถือเป็นสิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐานที่ทุกคนต้องใช้อุปโภค บริโภคทุกวัน เมื่อมีกิจกรรมต่างๆ ที่ทางภาครัฐสนับสนุน เช่น กิจกรรมปลูกป่าที่ทางศูนย์อนุรักษ์ต้นน้ำจัดขึ้น เมื่อปลูกป่าจนเต็มพื้นที่แล้ว ยังมีกิจกรรมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลอนุรักษ์ป่าและต้นน้ำ โดยขอความร่วมมือจากพระสงฆ์ในพื้นที่ในการอบรมเทศน์ให้ความรู้เรื่องธรรมชาติให้แก่ประชาชน นักศึกษา เพื่อตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญเพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธร ทิพย์สุวรรณ (2558) ทำการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบบูรณาการ ลุ่มน้ำสาขาแม่มิม จังหวัดเชียงใหม่” พบว่ากระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบบูรณาการในพื้นที่ลุ่มน้ำสาขามาแม่มิม ประกอบไปด้วย 7 กระบวนการ ได้แก่ กระบวนการที่ 1 การกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการใช้ทรัพยากรน้ำในพื้นที่ลุ่มน้ำมาแม่มิม ซึ่งมี 6 กลุ่ม คือ กลุ่มชุมชนและองค์กรชุมชน กลุ่มหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มหน่วยงานตามภารกิจ กลุ่มสถาบันการศึกษา กลุ่มสถาบันศาสนา และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ

กระบวนการที่ 2 การวิเคราะห์สภาพปัญหา และค้นหาสาเหตุของปัญหา

กระบวนการที่ 3 การกำหนดแนวทางแก้ปัญหา

กระบวนการที่ 4 การกำหนดปัจจัยที่นำไปสู่การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบบูรณาการ

กระบวนการที่ 5 การกำหนดกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบบูรณาการ ประกอบด้วย ขั้นตอนการลดความขัดแย้ง ขั้นตอนการกำหนดแนวทางการเจรจาต่อรอง และสร้างข้อตกลงกลุ่มน้ำ และขั้นตอนการจัดตั้งองค์กรหลักในการบูรณาการ

กระบวนการที่ 6 ดำเนินการบูรณาการ

กระบวนการที่ 7 การติดตามและประเมินผลอย่างมีส่วนร่วม

ชลธร ทิพย์สุวรรณ (2558) พบว่า กลุ่มน้ำสาขาแม่น้ำสาขามีการสร้างระบบเครือข่ายการจัดการทรัพยากรน้ำโดยชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่การแก้ปัญหาเกี่ยวกับทรัพยากรน้ำในชุมชนอย่างยั่งยืน และเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชน

เมื่อประชาชนทุกกลุ่มมีทุนต้นจากทรัพยากรน้ำที่ร่วมกันอนุรักษ์แล้ว การพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ในสังคมไทย ทุกกลุ่มของสังคมควรร่วมมือกันขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง บนพื้นฐานของทุนทรัพยากรที่มีอยู่ จึงจำเป็นต้องสร้างจิตสำนึกของคนในสังคมให้มุ่งผลประโยชน์ส่วนร่วม ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน และปรับวิธีคิด ในการดำเนินชีวิตที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยลง ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ภาครัฐ องค์กรท้องถิ่นและชุมชนให้มีส่วนร่วมทำงานด้วยกันได้ เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้ในระยะยาวอันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการมีส่วนร่วมการมีส่วนร่วมของประชาชน

ในการวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรีในการจัดการน้ำเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ: กรณีศึกษาเขื่อนวชิราลงกรณ” ครั้งนี้ พบประเด็นที่จะเสนอแนะ ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ ควรให้ข้อมูลข่าวสารให้ความรู้แก่ประชาชน หรือจัดกิจกรรม เกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกให้คนไทยตระหนักถึงความสำคัญของน้ำเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ให้ประชาชนทั่วไปในทุกกลุ่มน้ำตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำ และการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพรู้คุณค่าเพื่อให้ยั่งยืนสืบไป
2. ควรปรับปรุงกลไกนโยบายขององค์กรจัดการน้ำระดับชาติและท้องถิ่นให้ชัดเจนมีประสิทธิภาพ และเป็นเอกภาพ
3. ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำเข้าถึงได้ง่าย และร่วมบริหารโดยประชาชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบแผนยุทธศาสตร์ชาติเรื่องน้ำของคณะความมั่นคงแห่งชาติ ว่ายุทธศาสตร์นี้จะดีขึ้นหรือแย่ลงในเชิงของการจัดการน้ำอย่างไร
2. ควรศึกษารูปแบบการประยุกต์ใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาในการบริหารจัดการน้ำในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาประเมินความรู้ความเข้าใจภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร

เอกสารอ้างอิง

- ชลธร ทิพย์สุวรรณ.(2558). การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบบูรณาการ ลุ่มน้ำสาขาแม่ริม จังหวัด เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภูมิภาคลุ่มน้ำแม่โขงและสาละวินศึกษา. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ สาขาวิชา นิติศาสตร์ และสถาบันวิจัยการพัฒนา.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ร่วมกับกรมทรัพยากรน้ำ. (2555, สิงหาคม). โครงการการศึกษาวิจัยการบริหาร จัดการทรัพยากรน้ำแบบผสมผสานของประเทศและการผลักดันสู่การปฏิบัติ: กรณีศึกษาพื้นที่ ลุ่มแม่น้ำกลอง. รายงานการวิจัย. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดกาญจนบุรี. (2560, เมษายน). จังหวัดกาญจนบุรีเตรียมแผนปฏิบัติการป้องกัน และแก้ไขปัญหายากภัยแล้งจังหวัดกาญจนบุรี ปี 2560. จาก http://pr.prd.go.th/kanchanaburi/ewt_news.php?nid=3715&filename=man311059.
- สุรจิต คุณธนกุลวงศ์. (2558). การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกับการวางแผนบริหารจัดการน้ำของไทย, หน่วย ปฏิบัติการวิจัยระบบการจัดการแหล่งน้ำ 3. กรุงเทพฯ: คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- International Association for Public Participation, (2008). Governance. Retrieved from <http://www.iap2.org>.

NBUS048: การจัดการปัญหาภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของอำเภอ ทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี MANAGEMENT OF DROUGHT PROBLEMS CAUSED BY CLIMATE CHANGE OF THONGPHAPHUM DISTRICT KANCHANABURI PROVINCE

พระชุตินันต์ อภินันโท¹ ดร.เดชา กัปโก² รองศาสตราจารย์ ดร.พระสุธีรัตนบัณฑิต³

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

² อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

³ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การจัดการปัญหาภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและผลกระทบจัดการภัยแล้งและกระบวนการจัดการภัยแล้งของหน่วยงานภาครัฐและประชาชนในพื้นที่ เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลคือบุคคลที่มีบทบาทหน้าที่ในการจัดการแก้ไขปัญหาภัยแล้ง จำนวน 17 รูป/คน ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ 6 คน ผู้นำชุมชนและประชาชน 11 รูป/คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เชื่อมโยงให้ได้แนวทางที่ยั่งยืนในการจัดการภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัญหาและผลกระทบของภัยแล้งในปัจจุบันอยู่ในลักษณะพื้นที่ป่าเหลือน้อย สภาพอากาศแปรปรวนและเปลี่ยนแปลงรวดเร็วไม่เป็นตามฤดูกาล ฤดูหนาวสั้นลง ฤดูร้อนยาวนานขึ้นและอุณหภูมิสูง ฤดูฝนประสพภาวะฝนทิ้งช่วงและตกในปริมาณน้อย มีผลกระทบต่อระบบชลประทานทำให้น้ำ ความคงที่ของอุณหภูมิเปลี่ยนแปลง อุณหภูมิลดลงและเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ระบบนิเวศในพื้นที่ป่าบริเวณแหล่งน้ำธรรมชาติเปลี่ยนแปลงและเสื่อมคุณภาพ แหล่งน้ำธรรมชาติลดและแห้งอย่างรวดเร็ว เกิดความแห้งแล้งในหลายพื้นที่ ดินเสื่อมโทรมไม่ดูดซับน้ำ ภาคเกษตรผลผลิตคุณภาพต่ำและมีปริมาณลดลง ผลกระทบด้านสุขภาพ อ่อนไหวกับการเจ็บป่วยง่ายขึ้น

2. กระบวนการจัดการปัญหาภัยแล้งของหน่วยงานภาครัฐและประชาชนมีรูปแบบที่ชัดเจน 3 ประการ คือ 1) การแก้ไขปัญหาละยะหน้า โดยการนำรถบรรทุกน้ำไปแจกจ่ายในพื้นที่ขาดแคลนน้ำเพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อน และสูบน้ำจากแม่น้ำขึ้นมาใช้ 2) การแก้ไขปัญหาละยะยาว มีการขุดบ่อบาดาลสร้างระบบประปาหมู่บ้าน สร้างฝายชะลอน้ำ ระบบประปาภูเขา ควบคุมการปล่อยน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลลงแหล่งน้ำเพื่อรักษาคุณภาพน้ำ และ 3) การแก้ปัญหาในลักษณะปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติ ทางหน่วยงานภาครัฐลงพื้นที่ให้ความรู้ประชาชน เรื่อง ดิน ป่า น้ำ การสร้างฝาย รณรงค์ให้มีการปลูกป่าและรักษาต้นไม้ สร้างจิตสำนึกร่วมกันในชุมชน

3. แนวทางการจัดการภัยแล้งตามหลักการพัฒนายั่งยืน 4 ด้าน คือ 1) แนวทางจัดการด้านมนุษย์ ประชุมและร่วมมือกันแก้ไขปัญหาย่างพร้อมเพรียง ปลูกจิตสำนึกคนรุ่นหลังตั้งแต่เด็ก รู้จักพึ่งพาตนเอง รู้จักประมาณ ผู้นำสามารถเสียสละประโยชน์ตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวมได้ 2) แนวทางจัดการด้านสังคม แบ่งหน้าที่รับผิดชอบ ทำกิจกรรมส่วนรวมเพื่อพัฒนาสังคม ใช้ระบบ บวร บ้าน วัด รัฐ ประสานกันในการแก้ไขปัญหา มีกลุ่มหรือองค์กรเล็กๆ เป็นลักษณะเซลล์ในทุกหมู่บ้านประสานกันเป็นเครือข่ายและรวมตัวกันทำกิจกรรมเพื่อสังคม ทำแผนที่

สังคมเพื่อแก้ไขจุดอ่อน/พัฒนาจุดแข็ง สร้างความสัมพันธ์ที่ดีอยู่เสมอ 3) แนวทางการจัดการด้านธรรมชาติ ร่วมกันปลูกป่าในวาระสำคัญ แจกพันธุ์ไม้ผล ไม้ยืนต้นและสมุนไพรให้ปลูก สนับสนุนสร้างป่าชุมชนเป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติ เชื่อมกับการท่องเที่ยว ใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนได้ตามข้อตกลงร่วมกัน เน้นรักษาพื้นที่ป่าที่มีอยู่ ใช้พลังมวลชนคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติ ใช้สารชีวภาพในการเกษตร และ 4) แนวทางการจัดการด้านเทคโนโลยี ติดตั้งอุปกรณ์บำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยทิ้งและควบคุมการปล่อยน้ำเสียของแหล่งชุมชนริมน้ำ ใช้เครือข่ายโซเชียลเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อสังคม

คำสำคัญ: การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การจัดการภัยแล้ง

Abstract

The “Management of drought problems caused by climate change of Thongphaphum district, Kanchanaburi Province” is a qualitative study, aims to investigate the impacts of drought crisis which caused by climate change in Kanchanaburi's Thongphaphum district, to study drought management strategies of state agencies and local people and also to seek for alternative of drought management. It is accomplished with review literature and in-depth interviews. There are 17 key informants, six of which are officials from related-state agencies and the rest are local people. All information was analyzed and synthesized in line with sustainable development.

This research found that:

1. Climate change causes the province faces with longer prolonged drought, longer summer and shorter winter. Variation in temperature and climate patterns are also seen. Rainfall decreased and delays that effect to inefficiency of irrigation system. Droughts lower the quality of soils and cause ecosystem degradation. These all lead to health problems of the residents.
2. Local state agencies handle the situations with three approaches: 1) ad-hoc strategies such as supply clean water to communities faced the abnormally dry by trucks or allow them to directly pump from natural water ways, 2) long-term measures to address the problems by drill the wells, create local pipe system as well as check dam constructions, and also to control the dumping of sewage into natural water ways, and 3) to cultivate environment concern among local people.
3. Strategies to address prolong drought in the province in accordance with sustainable development are found in four aspects: 1) human management: open room for people participation and cultivate environmental concern among children, 2) social management: coordination of community's three pillars: temple: communities and state agencies, is created to make all stakeholders move forward to coup with the problem together, 3) environmental management: allow local people to gain more form community forest in a sustainable way and encourage them to switch from chemical farming to organic farming, 4) technology management: waste water to be treated before being discharged o natural water ways, and social media are used to promote environmental campaigns.

Keywords: climate change, drought management

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก พบว่า ช่วงปี พ.ศ. 2554-2558 โลกของเรามาถึงจุดที่ร้อนที่สุดเท่าที่เคยบันทึกไว้ในประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นผลมาจากระดับของก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศที่สูงทะลุสถิติในซีกโลกเหนือ ส่งผลให้ช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ร้อนที่สุดเท่าที่เคยบันทึกมาจากการวัดอุณหภูมิบนพื้นผิวมหาสมุทร สภาวะโลกร้อนเกิดจากก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศมีปริมาณเพิ่มขึ้นจนขาดความสมดุล เป็นเหตุให้เกิดภาวะเรือนกระจก ซึ่งส่งผลให้อุณหภูมิในโลกไม่สามารถสะท้อนความร้อนออกไปสู่ชั้นบรรยากาศได้ตามปกติอุณหภูมิในโลกจึงสูงขึ้นเรื่อยๆ เป็นที่มาของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (ENVIRONNET. 2559).

การดำเนินชีวิตของมนุษย์ในระยะหลังมีเทคโนโลยีที่ความก้าวหน้าขึ้น การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม เพื่อตอบสนองนโยบายของภาครัฐและความต้องการในการบริโภคของคนก็มากขึ้น ก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการทำกิจกรรมของมนุษย์ย่อมมากขึ้นเป็นเงาตามตัว ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์เรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุให้โลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปรากฏการณ์เหล่านี้ต่างเป็นเหตุให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติอีกหลายประการ อาทิ ภัยแล้ง (ภัทรพร พุทธิมงคล. 2552)

ซึ่งในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยประสบภัยแล้งทั้งหมด 29 จังหวัด รวมถึงจังหวัดกาญจนบุรีด้วย โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2559 มีสถานการณ์ภัยแล้งเกิดขึ้นถึง 10 จาก 13 อำเภอ หนึ่งในนั้นคืออำเภอทองผาภูมิ และจากภาวะโลกร้อนจึงเป็นผลให้อากาศร้อนจัด บางครั้งมีอุณหภูมิสูง 40-43 องศาเซลเซียสในช่วงเดือนมกราคม-เมษายน (ศูนย์ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดกาญจนบุรี. 2559) ประชาชนได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงและกว้างขวาง เกิดภาวะขาดแคลนน้ำและส่งผลต่อสุขภาพ ซึ่งทำให้อัตราการตายที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศร้อนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในประชากรกลุ่มเสี่ยงที่อ่อนไหวต่อสภาพอากาศ เช่น เด็กอ่อน ผู้ที่ทำงานหนักกลางแจ้ง ผู้สูงอายุ ผู้ป่วยเรื้อรัง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาสภาพปัญหาและผลกระทบของภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและกระบวนการจัดการภัยแล้งของหน่วยงานภาครัฐและประชาชนในพื้นที่อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เชื่อมโยงให้ได้แนวทางที่ยั่งยืนในการจัดการภัยแล้ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและผลกระทบของภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษากระบวนการจัดการภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของหน่วยงานภาครัฐและประชาชนในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทราบถึงสภาพปัญหาและผลกระทบของภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี

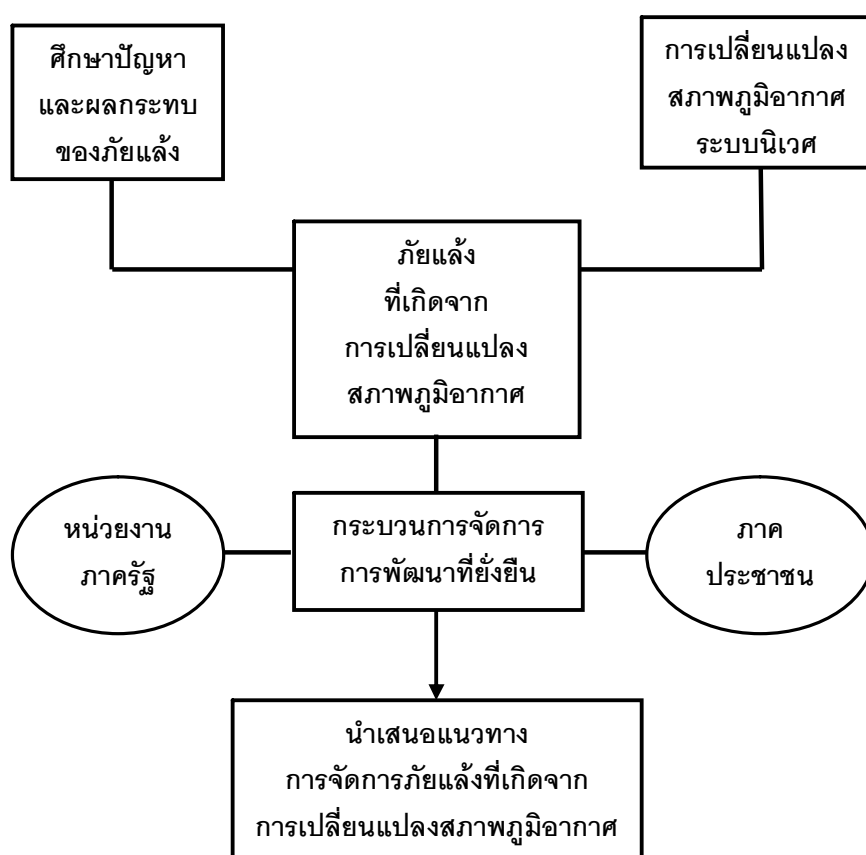
2. ทราบถึงกระบวนการจัดการภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของหน่วยงานภาครัฐและประชาชนในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี

3. แนวทางในการพัฒนาการจัดการภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การจัดการภัยแล้ง เรื่องระบบนิเวศ การจัดการน้ำ การพัฒนาที่ยั่งยืน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการปัญหาภัยแล้ง การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งสรุปเป็นกรอบแนวคิด ดังต่อไปนี้

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ครั้งนี้ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interviews) เพื่อให้ทราบถึงสภาพปัญหา

และผลกระทบของภัยแล้งและกระบวนการจัดการภัยแล้งของหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาชนในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อนำเสนอแนวทางที่ยั่งยืนในการจัดการภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสังเคราะห์เนื้อหา (Synthesis) ข้อมูลที่สอดคล้องกันกับแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาความสอดคล้องเกี่ยวกับการจัดการปัญหาภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสรุปเป็นองค์ความรู้ จากนั้นจึงนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ในการจัดการปัญหาภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี โดยนำองค์ความรู้ใหม่ไปสนทนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับเยาวชนในพื้นที่เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการดูแลรักษาธรรมชาติ และพัฒนากิจกรรมการแก้ไขปัญหา เช่น การจัดการป่า การจัดการน้ำ การจัดการไฟฟ้า การรักษาแหล่งน้ำ ป่าไม้ ระบบนิเวศ เป็นต้น

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เป็นบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐและประชาชนในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการแก้ไขปัญหาภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และลงพื้นที่ทำงานจริงและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภัยแล้งจริง ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ และ ผู้นำชุมชน/ประชาชน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่ในการจัดการแก้ไขปัญหาภัยแล้งเป็นรายบุคคล ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มแรก คือ บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จังหวัดกาญจนบุรี สาขาอำเภอทองผาภูมิ, เจ้าหน้าที่ศูนย์บริหารจัดการและพัฒนาและรณรงค์การใช้หญ้าแฝกด้านป่าไม้ที่ 4, เจ้าหน้าที่หน่วยพัฒนาการเคลื่อนที่ หนึ่งหนึ่ง กาญจนบุรี, เจ้าหน้าที่เขื่อนวชิราลงกรณ (เขื่อนเขาแหลม), เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลท่าขนุน และ เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลลิ้นถิ่น อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 6 คน และกลุ่มที่สอง คือ ผู้นำชุมชน/ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 11 รูป/คน รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 17 รูป/คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สร้างแบบสัมภาษณ์จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี พิจารณารายละเอียดประเด็นที่เกี่ยวข้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยกำหนดประเด็นคำถามเกี่ยวกับการจัดการปัญหาภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี และสร้างแบบสัมภาษณ์ จากนั้นนำเสนอร่างแบบสัมภาษณ์ต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและตรวจสอบคุณภาพความแม่นยำของเครื่องมือด้านเนื้อหา (Content Validity Index) เพื่อให้ได้คำถามที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน และปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญและนำผลการทดลองสัมภาษณ์มาตรวจสอบความเชื่อมั่น เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ และลงพื้นที่เก็บข้อมูลจริงต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สภาพปัญหาและผลกระทบของภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อยู่ในลักษณะพื้นที่ป่าเหลือน้อย ป่าถูกบุกรุกทำลาย สภาพอากาศแปรปรวนเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ฤดูกาลเปลี่ยนแปลง

บ่อยครั้งที่มีทั้งหนาวทั้งร้อนและฝนตกใน 1 วัน ฝนไม่ตกตามฤดูกาลและทั้งช่วงยาวนาน ระบบนิเวศเปลี่ยนแปลงเสียสมดุล เกิดความแห้งแล้ง ขาดแคลนน้ำ ดินเสื่อมโทรม หากอากาศหนาวแดดจะแรง อุณหภูมิสูง อ่อนไหวต่อการเจ็บป่วย ป่วยบ่อยและป่วยนาน เหนื่อยล้าง่าย แพ้แดด เป็นลมแดด ผิวน้ำไหม้

ส่วนที่ 2 กระบวนการจัดการแก้ไขปัญหาภัยแล้งของหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาชนมีรูปแบบที่ชัดเจน 3 ประการ คือ

1. การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า หน่วยงานภาครัฐและประชาชนประชุมร่วมกันวางแผนการจัดการแก้ไขปัญหา แบ่งเขตรับผิดชอบในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้ง ระดมกำลังรวบรวมเครื่องมือ อุปกรณ์ รถบรรทุกน้ำ เตรียมพร้อมเผื่อระวัง เตรียมการช่วยเหลือ ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาแจกจ่ายน้ำอุปโภค บริโภคเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนชั่วคราว สูบน้ำจากแม่น้ำขึ้นมาใช้บรรเทาความเดือดร้อนชั่วคราว ผู้นำชุมชนสนับสนุนเรื่องกำลังคน หน่วยงานภาครัฐสนับสนุน ค่าใช้จ่าย อาหาร

2. การแก้ไขปัญหาระยะยาว หน่วยงานภาครัฐจะลงสำรวจพื้นที่เก็บข้อมูล วางแผนการแก้ไขปัญหา ประเมินงบประมาณ ท้องถิ่นประสานงานทางจังหวัดเพื่อขอขบเพิ่ม ขุดลอกคลอง ห้วย หนองบึง ขุดบ่อบาดาล สร้างฝาย ขุดบ่อน้ำ สร้างประปาหมู่บ้านโดยชุมชนรับผิดชอบการดูแลรักษาและค่าใช้จ่ายเอง ชุมชนที่อยู่บริเวณภูมิประเทศที่เป็นภูเขาใช้ประปาภูเขา หากอยู่ใกล้แม่น้ำสูบน้ำในแม่น้ำมาใช้ระบบประป้าน้ำดิบ ออกกฎควบคุมชุมชนที่อยู่ริมน้ำ ต้องบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยทิ้ง กลุ่มเกษตรขุดบ่อเลี้ยงปลาเพื่อช่วยให้อากาศเย็นขึ้น เก็บกักน้ำฝนไว้ดื่มไว้ใช้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ช่วยกันสอดส่องและควบคุมการใช้น้ำของกลุ่มเกษตรเพื่อการค้าชี้ให้เห็นผลเสียของสารเคมีในการทำเกษตร

3. การแก้ไขปัญหาในลักษณะปลูกจิตสำนึก มีการจัดอบรมให้ความรู้ในการรักษาธรรมชาติ แหล่งน้ำ ระบบนิเวศ การสร้างฝาย เน้นปลูกฝังเยาวชนเพื่อหวังผลระยะยาวโดยทำสัญญาใจกันว่าต้องปลูกต้นไม้ในวันคล้ายวันเกิดและต้องดูแลรักษา ประชาชนและภาครัฐร่วมกันปลูกป่าในวาระวันสำคัญเช่น วันพ่อ/วันแม่ มีการสนับสนุนการปลูกหญ้าแฝกเพราะช่วยอุ้มน้ำและโอบดิน ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาป่า อนุรักษ์ป่าไว้เป็นป่าชุมชนสามารถใช้ประโยชน์จากป่าได้ตามข้อตกลงร่วมกัน ใครจะตัดไปใช้ต้องปลูกทดแทน ใช้ระบบ บวร บ้าน วัด รัฐ ร่วมมือกันแก้ไขปัญหา พระสงฆ์เทศน์เรื่องธรรมะและธรรมชาติควบคู่กัน ทำแผนที่สังคมปีละ 2 ครั้ง แก้ไขจุดอ่อน พัฒนาจุดแข็ง เน้นการพึ่งพาตนเอง ให้อยู่ได้ด้วยตนเอง สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในกลุ่ม พูดยุคทำความเข้าใจกันอยู่เสมอ

ส่วนที่ 3 นำเสนอแนวทางการจัดการภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตามหลักการพัฒนายั่งยืน กำหนดได้ 4 ด้าน คือ

1. แนวทางจัดการด้านมนุษย์เพื่อให้เกิดความยั่งยืนประชุมร่วมกัน ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาอย่างพร้อมเพรียง ใช้พลังมวลชนเพื่อช่วยรักษาความมั่นคงทางธรรมชาติ หากผู้นำชุมชนไม่มีบาร์มีเพียงพอต้องอาศัยการอิงสถาบันเพื่อให้เกิดการร่วมมือ เพราะคนหนุ่มมากต้องการแสดงออกถึงความจงรักภักดี ผู้นำต้องมีจิตสำนึกที่เห็นแก่ส่วนรวม ต้องสามารถเสียสละประโยชน์ตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวมได้ มีการช่วยเหลือกัน เชื้อเพื่อเชื้อเผ่า สร้างและรักษาความสามัคคี ปลูกฝังคนรุ่นหลังตั้งแต่เด็ก อบรมเยาวชน พาสัมผัสพื้นที่ป่าสมบูรณ์และพื้นที่ภัยแล้งเพื่อให้เห็นทั้งประโยชน์และโทษ เน้นการพึ่งพาตนเอง เพิ่มศักยภาพในการรู้จักรับผิดชอบต่อหน้าที่ รู้จักประมาณในทุกๆ ด้าน ต้องหักห้ามใจรู้จักพอ แก้อย่างอื่นคือปลายเหตุ แก้ที่ต้นเหตุต้องแก้ที่คน ต้องรู้จักควบคุมความโลภ

2. แนวทางจัดการด้านสังคมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ร่วมวางแผนแก้ไขปัญหา ชี้แจงงาน แบ่งงาน แบ่งหน้าที่รับผิดชอบ รวมกลุ่มระดมกำลังเตรียมพร้อมเผื่อระวัง ด้านชุมชนสนับสนุนเรื่องกำลังคน หน่วยงานภาครัฐ

สนับสนุนเรื่องเงิน กำหนดนโยบาย ตั้งกฎเกณฑ์ มาตรการทางสังคม ผู้ทำผิดต้องลงโทษเด็ดขาด กำหนดการทำกิจกรรมส่วนรวมเพื่อพัฒนาชุมชน ทำกิจกรรมส่วนรวมเพื่อพัฒนาชุมชน จัดโครงการดูแลต้นไม้ที่ปลูก โครงการรดน้ำต้นไม้ที่ปลูกหรือที่ปลูกถวายพ่อ จัดตั้งกลุ่ม ชมรมหรือองค์กรเล็กๆ ในหมู่บ้านเป็นลักษณะเซลล์ของทุกหมู่บ้านมีหน้าที่ประสานกันเป็นเครือข่ายของแต่ละหมู่บ้าน รวมตัวกันทำกิจกรรมเพื่อสังคม ออกกฎควบคุมการใช้น้ำของกลุ่มทำเกษตรเพื่อการค้าและมีมาตรการลงโทษ ชุมชนต้องมีส่วนร่วม เสียสละประโยชน์ตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวม สร้างความร่วมมือในกลุ่ม เอื้ออาทรต่อกัน ให้อำนาจบทบาทหน้าที่แก่ชาวบ้านในการดูแลป่าเพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของ ใช้ระบบ บวร บ้าน วัด รัฐ ประสานกันในการแก้ไขปัญหา คณะสงฆ์เทศน์เรื่องธรรมะควบคู่กับธรรมชาติ ตัดแผนป่าคำสอนธรรมะที่ต้นไม้ ทำโครงการปลูกต้นไม้เพื่อชีวิต ทำแผนที่สังคม เพื่อแก้ไขจุดอ่อน/พัฒนาจุดแข็ง ของคนในชุมชน เน้นการมีความสัมพันธ์ที่ดี พุดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างความสัมพันธ์ อยู่เสมอ ให้เกียรติรับฟังความคิดเห็นของกัน และต้องควบคุมไม่ให้เกิดไฟป่า

3. แนวทางจัดการด้านธรรมชาติเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ขุดบ่อน้ำหรือบ่อเลี้ยงปลาเพื่อช่วยให้อากาศเย็นขึ้น กักเก็บน้ำฝนไว้ดื่มไว้ใช้ ใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายร่วมกันปลูกป่าในวันสำคัญ สนับสนุนให้ปลูกพันธุ์ไม้ยืนต้น ไม้ผล สมุนไพร โดยแจกฟรี สนับสนุนและสร้างป่าชุมชนให้เป็นแหล่งศึกษา ป่าธรรมชาติ เชื่อมป่าชุมชนกับการท่องเที่ยวของท้องถิ่น ให้ชุมชนใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนได้ตามข้อตกลงร่วมกัน เน้นการรักษาต้นไม้ รักษาพื้นที่ป่าที่มีอยู่ ออกกฎและช่วยกันสอดส่องดูแลต้นไม้และป่า ใช้พลังมวลชนรักษาความมั่นคงทางธรรมชาติ คุ่มครองทรัพยากรธรรมชาติ ปลูกจิตสำนึกรักป่า รักธรรมชาติ ต้องหวงแหน ไม่ทำลายธรรมชาติ ไม่ทำลายป่า ประชาสัมพันธ์ให้เห็นประโยชน์ของสารชีวภาพ รณรงค์การใช้สารชีวภาพแทนการใช้สารเคมี ชี้ให้เห็นโทษและอันตรายของการใช้สารเคมี

4. แนวทางการจัดการด้านเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ใช้เครื่องจักร เครื่องยนต์ อุปกรณ์เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหา เพิ่มจำนวนรถบรรทุกน้ำไว้แจกจ่ายน้ำเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนและดับไฟป่า บางชุมชนและกลุ่มทำเกษตรควรใช้เครื่องสูบน้ำจากแม่น้ำขึ้นมาใช้เอง หน่วยงานภาครัฐลงสำรวจพื้นที่เพื่อหาแหล่งน้ำสำรองหรือแหล่งน้ำใต้ดิน ขุดลอกแหล่งน้ำธรรมชาติ เพิ่มปริมาณการสร้างฝายชะลอน้ำเพื่อเพิ่มความชุ่มชื้นให้พื้นที่รอบแหล่งน้ำ ขุดบ่อน้ำเพื่อกักเก็บน้ำไว้ในฤดูแล้ง ภูมิประเทศที่เป็นภูเขาควรพัฒนาการใช้ระบบประปาภูเขา ชุมชนที่อยู่ใกล้แม่น้ำควรหาวิธีพัฒนาการใช้ระบบประป้าน้ำดิบ แหล่งชุมชนริมน้ำต้องควบคุมการปล่อยน้ำเสียบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยทิ้ง เพิ่มการใช้เชื้อเพลิงในการรณรงค์ในด้านต่าง ๆ ใช้เครือข่ายโซเชียลเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อสังคม

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การจัดการปัญหาภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี มีประเด็นเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการปัญหาภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการวิจัยด้านสภาพปัญหาและผลกระทบของภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า อยู่ในลักษณะพื้นที่ป่าเหลือน้อย สภาพอากาศแปรปรวนและเปลี่ยนแปลงรวดเร็วไม่เป็นตามฤดูกาล ฤดูแล้งสั้นลง ฤดูร้อนยาวนานขึ้นและอุณหภูมิสูง ฤดูฝนประสพภาวะฝนทิ้งช่วงและตกในปริมาณน้อย มีผลกระทบต่อระบบชลประทานทำให้น้ำ ความคงที่ของอุณหภูมิเปลี่ยนแปลง อุณหภูมิ

ลดลงและเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ระบบนิเวศในพื้นที่ป่าบริเวณแหล่งน้ำธรรมชาติเปลี่ยนแปลงและเสียสมดุล แหล่งน้ำธรรมชาติลดลงและแห้งอย่างรวดเร็ว เกิดความแห้งแล้งในหลายพื้นที่ ดินเสื่อมโทรมไม่ดูดซับน้ำ ภาคเกษตรผลผลิตคุณภาพต่ำและมีปริมาณลดลง ผลกระทบด้านสุขภาพ อันเนื่องมาจากการเจ็บป่วยง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ NATIONAL OCEANIC AND ATMOSPHERIC ADMINISTRATION National Climatic Data Center (2013; อ้างถึงใน สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2558) พบว่า สถานการณ์จำลองความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศคาดการณ์ว่าภายในสิ้นศตวรรษนี้ อุณหภูมิผิวพื้นของโลกจะเพิ่มขึ้น จะส่งผลกระทบอย่างมากต่อการพัฒนาของโลก จะมีส่วนสำคัญในการปรับเปลี่ยนทางกายภาพของภูมิศาสตร์โลก ซึ่งจะมีผลอย่างยิ่งกับการดำรงชีวิตอยู่ของมนุษย์และสิ่งมีชีวิตในโลก ยังมีการคาดการณ์ถึงผลกระทบจากสภาพอากาศรุนแรง มีช่วงฤดูร้อนที่ยาวนานขึ้นและฤดูหนาวที่สั้นลง ภาวะแห้งแล้งในช่วงฤดูแล้งที่ทวีความรุนแรง ฝนตกชุกเพิ่มขึ้นในช่วงฤดูฝน การเกิดสภาวะอากาศแปรปรวนและสภาพอากาศรุนแรงบ่อยครั้งขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rojrungtaevee (2009; อ้างถึงใน สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2558) ที่พบว่า ถึงแม้ปริมาณน้ำฝนที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ความต้องการใช้น้ำลดลง แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของเขื่อนศรีนครินทร์และเขื่อนวชิราลงกรณจะมีความยุ่งยากขึ้นเนื่องจากจะต้องมีการปล่อยน้ำเพื่อควบคุมการแพร่กระจายของน้ำทะเลบริเวณปากแม่น้ำ โดยเฉพาะในฤดูแล้งซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ปริมาณน้ำในลำน้ำลดลง

2. ผลการวิเคราะห์ด้านกระบวนการจัดการภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของหน่วยงานภาครัฐและประชาชนในอำเภอดงหลวง จังหวัดกาญจนบุรี มีรูปแบบที่ชัดเจน 3 ประการ คือ

2.1 กระบวนการจัดการปัญหาภัยแล้งในลักษณะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ในส่วนของการบรรเทาความเดือดร้อนจากการขาดแคลนน้ำ หน่วยงานภาครัฐเตรียมความพร้อมเผื่อระวัง ประกาศพื้นที่ภัยเพื่อรอรับการช่วยเหลือ ส่วนนี้เป็นลักษณะงานวอร์มที่ต้องเจอทุกปี ในเรื่องของการขาดแคลนน้ำและการให้ความช่วยเหลือทางหน่วยงานจะเตรียมการช่วยเหลือก่อนเข้าสู่ช่วงภัยแล้ง มีการประชุมปรึกษาหาแนวทางและวางแผนการจัดการแก้ไขปัญหา ระดมเครื่องมือ อุปกรณ์ รถบรรทุกน้ำ รวบรวมเตรียมพร้อมไว้ แบ่งงานแบ่งเขตกันรับผิดชอบ แต่ละพื้นที่จะมีโครงข่ายเจ้าหน้าที่ประจำจุด แจกจ่ายเชื้อเพลิงเพื่อขอรับน้ำไปแจกจ่ายตามที่ที่ขาดแคลนน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรทัย ผ่องจินดา (2550) ยุทธศาสตร์และแผนงานการแก้ไขปัญหาภัยแล้งของส่วนราชการจังหวัดพบว่า ใช้การจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจดำเนินการคือ ศูนย์อำนวยการเฉพาะกิจป้องกันและแก้ไขปัญหาภัยแล้งจังหวัด ประกอบด้วยส่วนราชการระดับจังหวัดและอำเภอเป็นหลัก เน้นหนักการแจกจ่ายน้ำ และการบรรเทาความเดือดร้อนจากการขาดแคลนน้ำ เพื่อการอุปโภคและบริโภคของประชาชน

2.2 กระบวนการจัดการปัญหาภัยแล้งในลักษณะการแก้ไขปัญหาระยะยาว ในส่วนของการน้ำสำหรับชุมชนในระยะยาวที่เป็นระบบคือการขุดบ่อบาดาล สร้างฝายชะลอน้ำ ขุดบ่อเก็บน้ำ หน่วยงานท้องถิ่นลงสำรวจพื้นที่เก็บข้อมูลและวางแผนหาแนวทางแก้ไข และประเมินงบฯ หากชุมชนที่อยู่ใกล้แหล่งน้ำธรรมชาติ เช่น ลำห้วยก็จะขุดลอกห้วยให้ลึก ทำความสะอาดบริเวณฝายชะลอน้ำ หรือสร้างฝายเพิ่ม หากชุมชนไม่มีแหล่งน้ำธรรมชาติก็ใช้ระบบประปาบาดาลหน่วยงานจะสร้างระบบประปาหมู่บ้านให้ชาวบ้านแล้วให้จัดตั้งคณะกรรมการมาบริหารจัดการกันเอง ให้ทางชุมชนรับผิดชอบกันเองทั้งค่าซ่อมบำรุงและค่าใช้จ่ายต่างๆ ในส่วนระบบประปาหมู่บ้านจะมีงบประมาณในการจัดการแก้ไขปัญหา แต่ถ้าหากงบประมาณไม่พอก็จะส่งเรื่องให้หน่วยงานที่ประสานกับทางจังหวัดเพื่อของบประมาณเพิ่ม ซึ่งบางหมู่บ้านก็ใช้ระบบสูบน้ำขึ้นมาจากแม่น้ำใช้ระบบประปาน้ำดิบด้านเจ้าหน้าที่หน่วยงาน

ภาครัฐที่รับผิดชอบประจำในแต่ละท้องถิ่นจะมีการปรึกษากันในเรื่องปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนของตนพร้อมหาแนวทางแก้ไข โดยศึกษาจากท้องถิ่นหรือชุมชนที่เข้มแข็งในพื้นที่ใกล้เคียงเป็นตัวอย่างแล้วนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่หน่วยงานนั้นๆ รับผิดชอบ ในบางชุมชนชาวบ้านและผู้นำชุมชนจะแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ากันเองก่อน โดยจะประชุมวางแผนการทำงานเพื่อแก้ไขปัญหา รวบรวมกำลังคนและงบประมาณและลงมือทำ ส่วนใหญ่อาศัยแหล่งน้ำธรรมชาติ เช่น ช่อผาย ช่วยกันทำความสะอาดบริเวณตลิ่งน้ำไม่ให้ซากพืชซากสัตว์หรือขยะมาอุดตันทางน้ำ เปิดช่องช่องน้ำให้กว้างขึ้นเพื่อให้น้ำไหลสะดวกขึ้นจะได้ใช้ได้ทั่วถึงกัน ควบคุมการใช้น้ำสำหรับการเกษตร หากแก้ไขไม่ได้ก็จะแจ้งขอความช่วยเหลือไปทางหน่วยงานภาครัฐให้มาช่วย บางครั้งชุมชนก็ประชุมกันก่อนแล้วแจ้งเรื่องไปทางหน่วยงานว่าขอให้มีการจัดอบรมและให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ มีการเตรียมพร้อมและป้องกันในเรื่องของน้ำ มีการส่งเสริมและเริ่มรณรงค์จากครัวเรือนโดยให้ความรู้และควบคุมเรื่องการปล่อยน้ำเสียและไม่สิ่งปฏิกูลลงแหล่งน้ำมีการออกกฎควบคุมให้ติดตั้งถังดักไขมันและบ่อบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยทิ้ง เพื่อที่จะให้มีน้ำสะอาดไว้ใช้อย่างพอเพียงเวลาเกิดภัยแล้ง ร่วมกันทำระบบประปาภูเขาส่งน้ำตามท่อเข้ามาเพื่อใช้ในหมู่บ้าน ทำที่กักเก็บน้ำไว้ใกล้แหล่งน้ำที่เป็นต้นน้ำ มีการขุดสระเก็บน้ำไว้ใช้ มีการขุดบ่อเลี้ยงปลาเพื่อช่วยให้อากาศรอบๆ เย็นขึ้น ใช้โองเก็บน้ำฝนไว้ใช้และไว้ดื่มในฤดูแล้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยศักดิ์ นามแสน (2557) ที่ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการภัยแล้ง ขององค์การบริหารส่วนตำบลยางสักกระโหล่ม อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าสภาพการบริหารจัดการภัยแล้งมีการบริหารอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะเห็นได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการเตรียมความพร้อมและการป้องกัน รองลงมาคือด้านนโยบายแผนงาน/โครงการ ด้านงบประมาณ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านวิธีการบริหารจัดการปัญหาภัยแล้ง สำหรับแนวทางการบริหารจัดการภัยแล้งมีแนวทางการพัฒนาในด้านนโยบาย แผนงาน/โครงการ ควรจัดให้มีการอบรมบุคลากรในการบริหารจัดการปัญหาภัยแล้งอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมออย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง รองรับการเกิดปัญหาภัยแล้งในพื้นที่ที่เกิดปัญหาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ควรมีการจัดเตรียมงบประมาณสำรอง มีการจัดตั้งศูนย์เกี่ยวกับการบริหารจัดการภัยแล้งในท้องถิ่น ด้านการเตรียมความพร้อมและการป้องกัน ควรมีการสนับสนุนการจัดอบรมบุคลากรในการบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ผู้ประสบภัยปัญหาภัยแล้งเพื่อสามารถให้ความช่วยเหลือประชาชนที่ประสบปัญหาภัยแล้งได้อย่างรวดเร็วและทันทั่วทั้งที่ ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดอบรมบุคลากรและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ในการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบปัญหาภัยแล้งได้อย่างถูกต้องตามหลักการ ด้านวิธีการบริหารจัดการปัญหา ควรจัดให้มีการสำรวจความต้องการของประชาชนในการบริหารจัดการภัยแล้ง จัดประชาคมในชุมชนเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดวิธีการการบริหารจัดการปัญหาภัยแล้ง รณรงค์และประชาสัมพันธ์การพัฒนาวิธีการบริหารจัดการปัญหาภัยแล้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยรรยง อินทร์ม่วง และคณะ (2554) ที่พบว่า การปรับปรุงระบบการจัดการน้ำชุมชนโดยพัฒนาระบบเหมืองฝายชุมชน โดยใช้เทคโนโลยีพื้นบ้าน การส่งเสริมและอนุรักษ์ป่าชุมชน การพัฒนาแหล่งอนุรักษ์พันธุ์ปลา การอนุรักษ์พืชริมน้ำ การส่งเสริมเกษตรผสมผสาน การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท การอนุรักษ์ดินและน้ำในแปลงนา การรณรงค์ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ การสร้างสระน้ำ เหล่านี้ทำให้ชุมชนลดความสูญเสียและมีภูมิคุ้มกันจากผลกระทบจากการแปรปรวนสภาพภูมิอากาศ

2.3 กระบวนการจัดการภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในลักษณะให้ความรู้ ปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ทางหน่วยงานภาครัฐจะลงพื้นที่ตามหมู่บ้านโดยเฉพาะที่อยู่ใกล้ลำห้วย โดยให้ความรู้ในการสร้างฝายชะลอน้ำแก่ชาวบ้าน รณรงค์และจัดอบรมเรื่องการรักษาป่าและ

แหล่งน้ำ รวมถึงการใช้น้ำ แนะนำและให้ความรู้แก่คนในชุมชนให้รู้จักรักษาดิน ป่า และน้ำ 2 ครั้งต่อปีควบคู่ไปกับการสร้างฝายชะลอน้ำเป็นร้อยๆ ฝายในลำห้วยเพื่อรักษาความชุ่มชื้นเอาไว้ อีกทั้งมีการร่วมกันปลูกป่าในวาระต่างๆ เช่น วันเฉลิมพระชนมพรรษา วันสำคัญทางศาสนา เป็นต้น อีกทั้งใช้ระบบ "บวร" บ้าน วัด รัฐ ประสานกัน ส่วนของรัฐจะสนับสนุนเรื่องงบประมาณ ส่วนของวัดสนับสนุนเรื่องของสถานที่ และชาวบ้านก็สละเวลาในการประกอบอาชีพมาเข้ารับการอบรมเพื่อรู้ถึงปัญหาของภัยแล้งแล้วร่วมมือกันในการแก้ไข วิธีแก้ไขปัญหายากภัยแล้งที่เกิดขึ้นในชุมชน คือการพยายามสร้างจิตสำนึกให้แก่นคนในชุมชน รณรงค์ให้มีการปลูกป่า ให้ช่วยกันรักษาต้นไม้ โดยสวนของวัดได้ทำให้อุเป็นตัวอย่างคือรักษาป่าในวัดไว้เมื่อคนได้เข้ามาสัมผัสกับสภาพที่มีป่าจะรู้สึกถึงความร่มรื่นสดชื่นเย็นสบายทำให้ชาวบ้านเห็นว่าการรักษาป่ามีประโยชน์ ในส่วนนี้หน่วยงานต่างๆ จะต้องร่วมมือกัน วัดอยู่ในลักษณะของการชี้แนะหน่วยงานต่างๆ สนับสนุนงบประมาณมาอย่างเช่น การสร้างอาชีพ การปลูกไม้ผล เมื่อชาวบ้านได้ทำเรื่องพวกนี้แล้วก็หยุดในส่วนของการทำลายป่าลง และมีการพูดคุยทำความเข้าใจกันอยู่เสมอ รับผิดชอบพื้นที่ตนเองรักษาพื้นที่ไม่ให้เกิดไฟไหม้ มีการพูดคุยกับพื้นที่รอบข้างและขอความร่วมมือในการควบคุมไม่ให้เกิดไฟไหม้ การพูดคุย สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจะช่วยแก้ปัญหาได้ เพราะได้ทำความเข้าใจกันเกิดการเห็นอกเห็นใจกันและที่สำคัญก็ต้องพึ่งตนเองด้วย ตรงจุดนี้จะทำให้รักษาต้นไม้และป่าไม้ในพื้นที่ไว้ได้ เพราะต้นไม้ในพื้นที่ที่มีภูมิคุ้มกันดีกว่าต้นไม้ที่จะนำมาปลูกใหม่ พวกต้นไม้ที่ขึ้นเองได้ในพื้นที่ก็พยายามรักษาไว้ ต่อมาก็ร่วมมือกันปลูกป่าทดแทนส่วนที่เสียไป รักษาต้นไม้ริมชายห้วยเพราะช่วยรักษาริมตลิ่ง รักษาดิน รักษาธรรมชาติรอบ ๆ ลำห้วยไว้เพราะช่วยให้เกิดความชุ่มชื้น ถ้าชุมชนไหนเข้มแข็งก็จะมี การอนุรักษ์ป่าไว้เป็นป่าชุมชน ถ้าใครจะไปตัดมาเพื่อใช้ประโยชน์จะต้องปลูกทดแทน มีการทำแนวกันไฟป่าเพื่อป้องกันไม่ให้ไฟเข้าไปในบริเวณป่าชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยรรยง อินทร์ม่วง และคณะ (2554) ที่ศึกษา การปรับตัวระดับชุมชนต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศพบว่า การปรับปรุงระบบการจัดการน้ำชุมชนโดยพัฒนาระบบเหมืองฝายชุมชน โดยใช้เทคโนโลยีพื้นบ้าน การส่งเสริมและอนุรักษ์ป่าชุมชน การพัฒนาแหล่งอนุรักษ์พันธุ์ปลา การอนุรักษ์พืชสมุนไพร การส่งเสริมเกษตรผสมผสาน การไถกลบตอซังข้าว การอนุรักษ์ดินและน้ำในแปลงนา การรณรงค์ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ การสร้างสระน้ำ และระบบกระจายน้ำในแปลงนา เหล่านี้ทำให้ชุมชนลดความสูญเสียและมีภูมิคุ้มกันจากผลกระทบจากการแปรปรวนสภาพภูมิอากาศ และสอดคล้องกับรายงานการวิจัยของ เดชา จันทศิริ (2556) ที่ศึกษาการลดภาวะโลกร้อนโดยศึกษาเชิงวิเคราะห์ตามหลักคุณจริยธรรม พบว่า การใช้ชีวิตของมนุษย์ที่มีการพัฒนาก้าวหน้าในทุกด้านทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติทุกด้านเพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาอันส่งผลกระทบต่อระบบธรรมชาติสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่การเกิดปรากฏการณ์เรือนกระจกเป็นผลให้เกิดปัญหามภาวะโลกร้อนการที่มีหน่วยงาน เช่น องค์การระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Intergovernmental Panel on Climate Change: IPCC) เข้ามาศึกษาและจัดทำรายงานติดตามความเคลื่อนไหวของสภาพภูมิอากาศโลกหรือหน่วยงานในระดับท้องถิ่นก็ได้ร่วมกันคิดหาแนวทางแก้ไข นับว่าเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อเพื่อนมนุษย์ต่อสังคมโลกให้ได้รับทราบความคืบหน้าในการช่วยกันแก้ไขปัญหาดังกล่าว แต่ลำพังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะทำเพียงผู้เดียวย่อมไม่เกิดผลที่ประจักษ์และทันเวลาโดยเฉพาะจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมซึ่งหากขาดสิ่งนี้โลกและพวกเราทุกคนจะได้รับผลกระทบอย่างกว้างขวาง ดังนั้น ความร่วมมือจากทุกคนทุกภาคส่วนในสังคมเป็นสิ่งที่จำเป็นและลุล่วงไม่ได้อีกต่อไป แต่ถ้าต่างฝ่ายต่างร่วมมือกันแก้ปัญหา ภาวะโลกร้อนจะไม่รุนแรงแต่จะเป็นปัญหาที่เป็นไปตามกฎธรรมชาติของโลกที่จะเป็นลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งแม้ว่ามนุษย์ยอมผิดกฎดังกล่าวไม่ได้ แต่ความรุนแรงคงจะไม่พบทวีเกินกว่ากำลังสติปัญญาของมนุษย์ จะรับมือได้อย่างแน่นอนอนผลกระทบจากภาวะโลกร้อนยังคงส่งผลต่อไปจากรุ่นสู่รุ่น สำหรับการเรียนรู้เพื่อให้มีการเริ่มต้นนั้นเพียงแต่เราตื่นตัวและตระหนักถึง

ปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นเสียก่อนในขณะนี้ ก็ยังมีเวลาพอที่จะช่วยกันดูแลรักษาโลกให้อยู่ได้นานขึ้น โดยเริ่มจากตัวเราเอง และละทิ้งความคิดที่ว่า "ธุระไม่ใช่" แล้วหันมาสนใจภาวะโลกร้อนอย่างจริงจังเพราะโลกไม่ใช่ของใคร ไม่มีโลกย่อมไม่มีเรา ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของเราทุกคนจะต้องช่วยกันรักษาโลกให้เป็นโลกที่น่าอยู่และอยู่ได้ตลอดไป เพราะโลกไม่ใช่กายภาพที่เราเคยเรียนรู้มา แต่โลกในทฤษฎีใหม่คือ กลไกของสิ่งมีชีวิต ภาวะโลกร้อนที่เพิ่มขึ้นในแต่ละองศา ส่งผลต่อโลกและสิ่งมีชีวิต และผลกระทบจากการเกิดภาวะโลกร้อนนั้นได้ขยายวงกว้าง ซึ่งส่งผลกระทบไปทุกภาคส่วนของสังคม เป็นผลกระทบที่ใกล้ตัวมนุษย์แล้ว ถึงแม้ว่าส่วนหนึ่งเป็นผลงานที่มนุษย์ตั้งใจทำขึ้นโดยไม่รู้ว่าจะทำให้ผลที่รุนแรงอย่างเกินคาดหมายได้ก็ตาม โดยไม่ได้ให้ความสนใจเลยว่า สิ่งที่ทำกันลงไปในนั้นกำลังเร่งให้เกิดภาวะโลกร้อนให้เร็วขึ้น แม้ว่าความจริงเราจะพยายามเพียงใด โลกก็ไม่กลับมาเป็นเหมือนเดิม ปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องกันนี้ ที่จริงแล้วเป็นกระบวนการรักษาตัวเองของโลก หากเป็นสภาวะที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ โลกจะกลับมาสู่สภาวะสมดุลได้ในเวลาไม่นานนัก แต่เนื่องจากมนุษย์เราเร่งผลิตก๊าซเรือนกระจกออกมามากเกินขีดความสามารถของโลกที่จะเยียวยาตนเองได้ทัน การเกิดสภาวะโลกร้อนอย่างรวดเร็วและรุนแรงจึงเกิดขึ้น โดยสรุปก็คือ สาเหตุที่ทำให้เกิดสภาวะโลกร้อนครั้งนี้ก็คือมนุษย์

3. แนวทางที่ยั่งยืนในการจัดการภัยแล้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศการ หน่วยงานภาครัฐณรงค์และจัดอบรมเรื่องการรักษาป่า ดิน แหล่งน้ำ และการใช้น้ำ ควบคู่ไปกับการสร้างฝายชะลอน้ำในลำห้วยเพื่อรักษาความชุ่มชื้น มีโครงการร่วมกันปลูกป่าในวาระต่างๆ จัดอบรมเยาวชนให้ความรู้เรื่องการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสม ปลูกฝังจิตสำนึกโดยเน้นให้เห็นประโยชน์ในการรักษาป่าไม้ แหล่งน้ำ และธรรมชาติ รวมถึงชี้ให้เห็นโทษของการทำลาย โดยพาลงไปสัมผัสสภาพพื้นที่จริง เน้นปลูกฝังเยาวชนหวังผลระยะยาวในอนาคต หน่วยงานภาครัฐขอความร่วมมือพระสงฆ์ที่อยู่ในพื้นที่เทศน์เรื่องธรรมะและธรรมชาติควบคู่กัน ให้ช่วยกันอนุรักษ์และส่งเสริมแหล่งน้ำและป่าไม้ ใช้ระบบ บวร บ้าน วัด รัฐ ร่วมมือกันแก้ไขปัญหา ส่วนของรัฐสนับสนุนเรื่องงบประมาณ ส่วนของวัดสนับสนุนเรื่องสถานที่ และชาวบ้านก็สละเวลาในการหาเลี้ยงชีพมาเข้าอบรมเพื่อรู้ถึงปัญหาของภัยแล้งและร่วมมือกันในการแก้ไข สร้างความสัมพันธ์โดยพูดคุยทำความเข้าใจกันอยู่เสมอในการประชุมในวาระต่างๆ เพราะทำให้เกิดการเห็นอกเห็นใจกัน ด้านวัด พระสงฆ์ชี้แนะและทำให้ญาติโยมเห็นโดยรักษาพื้นที่ป่าให้สมบูรณ์เพื่อเป็นตัวอย่างแก่ชาวบ้านทำให้เห็นว่าการรักษาป่ามีประโยชน์ ใช้ในเวลาที่วัดเป็นศูนย์กลางของชุมชน เวลาจัดงานประชุมหรืองานอบรมหรืองานอื่นๆ สอดแทรกเรื่องเหล่านี้เพื่อช่วยกันแก้ไขและทำให้ปัญหาภัยแล้งหมดลงหรือให้เหลือน้อยที่สุด นอกจากบ้าน วัด หน่วยงานภาครัฐจะต้องรวมกันแล้ว อีกส่วนหนึ่งคือต้องทำให้ชาวบ้านเห็นความสำคัญและเสียสละ มีจิตอาสา ซึ่งส่วนใหญ่ต้องอาศัยสถาบัน ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการวิจัยของ วิษณุ พลอยศรี (2547) ที่ศึกษาศูนย์การเรียนรู้ชุมชนพลาญข่อย บ้านแหลมทอง ตำบลโนนก่อ อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการบริหารจัดการและกระบวนการพัฒนาของชุมชนบ้านแหลมทอง ปัจจัยเงื่อนไขภายในชุมชนบ้านแหลมทองที่มีอิทธิพลในการทำให้ชุมชนประสบความสำเร็จมีความสามารถในการพึ่งตนเอง และมีลักษณะการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาของชุมชน ทั้งนี้ชุมชนดังกล่าวเป็นชุมชนที่ได้รับการยอมรับในเรื่องของการพัฒนา ทั้งจากภายในและภายนอกชุมชน รวมถึงสื่อมวลชน ผลการศึกษา พบว่า ชุมชนบ้านแหลมทองมีลักษณะการบริหารจัดการและกระบวนการพัฒนาชุมชนที่สำคัญ 4 ประการ คือ 1) ชุมชนบ้านแหลมทองมีการทำเกษตรแบบไร้นาสวนผสม เน้นการมีอยู่ มีกิน และเน้นการพึ่งตนเองได้ภายในชุมชน 2) ชุมชนบ้านแหลมทองเน้นการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติจริงโดยมีศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเป็นองค์กรที่สำคัญ 3) ชุมชนบ้านแหลมทองมุ่งเน้นการปลูกฝังจิตสำนึกของคนภายในชุมชน โดยมีองค์กรชุมชนที่สำคัญ คือ ศูนย์เด็กและศูนย์จิตใจเป็นองค์กรที่

สำคัญในการพัฒนา และ 4) ชุมชนบ้านแหลมทองมีการรวมตัวกันจัดตั้งองค์กรชุมชนเพื่อการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนภายในชุมชน ซึ่งได้แก่กลุ่มแปรรูปผลไม้พื้นเมือง กลุ่มแปรรูปดินลูกรังทำอิฐบล็อก และกลุ่มพลังงานธรรมชาติ การพัฒนาของชุมชนบ้านแหลมทองเกิดจากการร่วมแรงร่วมใจกันของคนภายในชุมชนเป็นสำคัญ และมีลักษณะการบูรณาการในทุกด้านส่วน กล่าวคือ มีการพัฒนามนุษย์เป็นศูนย์กลาง ชาวบ้านภายในชุมชนจะได้รับรู้จากศูนย์การเรียนรู้ชุมชน และได้รับการขัดเกลาจิตใจ และปลูกฝังจิตสำนึก จากศูนย์เด็ก ศูนย์จิตใจและวัดแหลมทอง คนที่ได้รับการพัฒนาแล้วจะเป็นกำลังหลักในการพัฒนาในด้านอื่น กล่าวคือการพัฒนาทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ชุมชนบ้านแหลมทองแก้ปัญหาทางด้าน เศรษฐกิจและสังคมด้วยการเน้นการสร้างงานภายในชุมชนโดยการรวมกลุ่มอาชีพกันในลักษณะการขายหุ้นให้กับสมาชิก เน้นการสร้างงานจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชน รวมถึงมีความสามารถในการใช้ทรัพยากรภายในชุมชนในลักษณะยั่งยืนได้ สิ่งสำคัญประการสุดท้ายชุมชนสามารถรักษาวิถีชีวิตของเกษตรกรรมภายในชุมชนเอาไว้ได้ พร้อมกับการมีงานทำภายในชุมชนได้โดยไม่ต้องละทิ้งการเป็นเกษตรกร แล้วเปลี่ยนอาชีพไปเป็นกรรมกรอย่างที่หลายชุมชนประสบปัญหา ทั้งนี้เนื่องจากงานใหม่ได้มาเปลี่ยนวิถีชีวิตของชาวบ้านภายในชุมชน ชุมชนหลายแห่งในสังคมไทยจึงล่มสลาย อนึ่ง ปัจจัยเงื่อนไขภายในชุมชนบ้านแหลมทองที่มีอิทธิพลในการทำให้ชุมชนประสบความสำเร็จ มีความสามารถในการพึ่งตนเองและมีลักษณะการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ ชุมชนมีการสร้างปัจจัยสี่ภายในครัวเรือน เน้นการทำไร่สวนผสมสร้างความสมบูรณ์ให้กับธรรมชาติ การมีผู้นำธรรมชาติและผู้นำทางของชุมชนที่เข้มแข็ง การมีศูนย์การเรียนรู้ชุมชนภายในชุมชน การรวมกลุ่มสร้างองค์กรชุมชน เพื่อสร้างงานภายในชุมชน การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในภายในชุมชนเป็นวัตถุดิบในการผลิต การมีศูนย์จิตใจศาลาปฏิบัติธรรม วัด และศูนย์เด็กภายในชุมชน ตลอดจนได้รับความช่วยเหลือและความร่วมมือจากกลุ่มญาติธรรม ชุมชนมีความสามัคคีต่อกันในระดับสูง ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาชุมชนที่สำคัญได้แก่ ปัญหาเด็กขาดสารอาหาร คนชราภายในชุมชนถูกทอดทิ้ง ปัญหาการขาดแคลนน้ำทำการเกษตรในฤดูแล้ง ชุมชนมีปริมาณไฟฟ้าไม่พอใช้ ข้อจำกัดดังกล่าว หากชุมชนสามารถแก้ปัญหาที่มีอยู่ได้จะมีผลสำคัญต่อการพัฒนาในระยะยาว

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. แนวทางการจัดการด้านมนุษยเพื่อให้เกิดความยั่งยืน คือ ควรหมั่นประชุมร่วมกันหรือร่วมงานสำคัญๆ อย่างพร้อมเพรียงและสม่ำเสมอเพื่อสร้างและรักษาความสามัคคีให้มีและคงอยู่ไว้ และเน้นการพึ่งพาตนเอง เพิ่มศักยภาพในการรู้จักรับผิดชอบหน้าที่ และรู้จักประมาณในทุกๆ ด้าน
2. แนวทางการจัดการด้านสังคมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน คือ ควรใช้ระบบ บวร บ้าน วัด รัฐ ประสานกันในการแก้ไขปัญหา เน้นการมีความสัมพันธ์ที่ดี พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันอยู่เสมอ ให้เกียรติรับฟังความคิดเห็นของกัน
3. แนวทางการจัดการด้านธรรมชาติเพื่อให้เกิดความยั่งยืน คือ ควรสนับสนุนให้ปลูกพันธุ์ไม้ยืนต้น ไม้ผล สมุนไพร โดยการแจกฟรี และควรสร้างป่าชุมชนให้มากขึ้นเพื่อเป็นแหล่งศึกษาป่าธรรมชาติโดยเชื่อมกับการท่องเที่ยวของท้องถิ่น และให้ชุมชนใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนได้ตามข้อตกลงร่วมกัน รวมถึงใช้พลังมวลชนรักษาความมั่นคงทางธรรมชาติ คุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติ
4. แนวทางการจัดการด้านเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดความยั่งยืน คือ ควรเพิ่มปริมาณการสร้างฝายชะลอน้ำ เพื่อเพิ่มความชุ่มชื้นให้พื้นที่รอบแหล่งน้ำ และเพิ่มการใช้สื่อโซเชียลเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์สำหรับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริม สนับสนุนการใช้ระบบ "บวร" บ้าน วัด รัฐ ในการจัดการแก้ไขปัญหา เพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกหน่วยงานและภาคประชาชน ซึ่งเป็นวิธีการที่ช่วยเสริมสร้างความสามัคคี และควรเน้นการรักษาพื้นที่ป่าและสร้างพื้นที่ป่าชุมชนให้มีในทุกตำบลโดยสนับสนุนพันธุ์ไม้ผลและไม่ยืนต้นรวมถึงสมุนไพร โดยให้ชุมชนมีบทบาทหน้าที่ในการรักษาและใช้ประโยชน์จากพื้นที่ป่าชุมชนตามกฎหมายที่กำหนดร่วมกัน
2. ประชาชนและทุกหน่วยงานควรร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาจิตสำนึกให้คนในท้องถิ่นในชุมชนเกิดความสามัคคีและรักษาความสามัคคีไว้เพื่อให้เกิดความยั่งยืน อีกทั้งต้องปลูกฝังคนให้ตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติและรักสิ่งที่ให้คนแก่คนโดยตัวของมันเอง
3. ควรศึกษาเรื่องการพัฒนาจริยธรรมของประชาชนและหน่วยงานทุกภาคส่วนในการอนุรักษ์และหวงแหนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

- เดชา จันทรศิริ. (2556). การลดภาวะโลกร้อน: ศึกษาเชิงวิเคราะห์ตามหลักกฏจริยธรรม. งานวิจัย. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ปิยศักดิ์ นามแสน. (2557). แนวทางการบริหารจัดการภัยแล้งขององค์การบริหารส่วนตำบล ยางสักกระโพหลุ่ม อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี. อุดรธานี: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สาขาวิชาการบริหารการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ภัทรพร พุทธิมงคล. (2552). การปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศไทยให้เป็นไปตามพันธกรณีของอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ค.ศ. 1992 และพิธีสารเกียวโต ค.ศ.1997. กรุงเทพฯ: คณะนิติศาสตร์ สาขากฎหมายระหว่างประเทศ.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยรรยงค์ อินทร์ม่วง; และคณะ. (2554). การวิเคราะห์ความเสี่ยง ความเปราะบาง และการปรับตัวของชุมชนในพื้นที่สาธิตกระบวนการวางแผนการปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในพื้นที่ลุ่มยังประเทศไทย. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. ขอนแก่น: คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. จาก <http://www.greenet.or.th/library/book/1153>.
- วิษณุ พลอยศรี. (2547). การบริหารจัดการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน: ศึกษากรณีศูนย์การเรียนรู้ชุมชนพลาญข่อย ตำบลโนนก่อ อำเภอสิรินธร จังหวัดอุดรธานี. กรุงเทพฯ: สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดกาญจนบุรี. (2560). สถานการณ์สาธารณภัยของจังหวัดกาญจนบุรี. จาก <http://122.155.1.145/site4/download-src.php?did=12674>.
- อรรถัย แฝงจันดา. (2550). ภัยแล้งจังหวัดมหาสารคาม: สถานการณ์ความรุนแรงและแนวทางการแก้ปัญหาในระดับหมู่บ้าน. มหาสารคาม: คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ENVIRONNET. (2559). ก๊าซเรือนกระจกคืออะไร. จาก <http://www.environnet.in.th/archives/1126>.
- ENVIRONNET. (2559). อุณหภูมิโลกที่สูงขึ้น. จาก <http://www.environnet.in.th/archives/922>.

NATIONAL OCEANIC AND ATMOSPHERIC ADMINISTRATION National Climatic Data Center. (2013).

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลกและประเทศไทย. อ้างถึงใน สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. แผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ. 2558-2593. จาก <http://www.deqp.go.th/knowledge/cop21/>.

Rojrungtavee, C. (2009). Assessment of Water Supply and Demand under Future Climate Change Conditions in the Maeklong River Basin Thailand. Thesis of master degree of engineering in water engineering and management. Asian Institute of Technology. อ้างถึงใน สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. แผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ. 2558-2593. สืบค้นจาก <http://www.deqp.go.th/knowledge/cop21/>.

NBUS049: พัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย

THE DEVELOPMENT OF LAO PEOPLE'S IDENTITY IN THAI SOCIETY

PHRA BOUNXOM YANISARO (VONGDANANTHAPHANH)¹¹ นักศึกษา การพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง พัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย 2) เพื่อศึกษากระบวนการสร้างและการอนุรักษ์พัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการสร้างพัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทยวิธีวิจัยโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ ตลอดจนวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผลการวิจัยพบว่า

1. พัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย สามารถแบ่งได้ ดังนี้ 1) อัตลักษณ์ด้านการติดต่อทางวัฒนธรรม 2) อัตลักษณ์ด้านการศึกษา 3) อัตลักษณ์ด้านการคมนาคม 4) อัตลักษณ์ด้านเศรษฐกิจ 5) อัตลักษณ์ด้านชาติพันธุ์ 6) อัตลักษณ์ด้านพัฒนาการทางด้านภาษา 7) อัตลักษณ์ด้านพัฒนาการด้านการแต่งกาย และ 8) อัตลักษณ์ด้านพัฒนาการด้านอาหาร มีวัฒนธรรมการบริโภค

2. กระบวนการสร้างและการอนุรักษ์พัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทยคนลาวต้องมีการอนุรักษ์ รักษาความเป็นลาว ควรส่งเสริมการศึกษา การอนุรักษ์ การถ่ายทอด พัฒนา และแก้ไขสิ่งที่ไม่ถูกต้องแก่เยาวชนหรือผู้ที่เข้ามาอยู่ในประเทศไทย ส่งเสริมในการศึกษาในระดับ และสร้างความตระหนักรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมและควรอนุรักษ์รักษาฮีตคองประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ

คำสำคัญ: พัฒนาการอัตลักษณ์, วัฒนธรรม, การอนุรักษ์, ประชาชนลาว

Abstract

Research Development of Lao identity in Thai society. 1) to study the development of Lao people's identity in Thai society; 2) to study the process of creating and preserving the development of Lao people's identities in Thai society; 3) to study the problems and obstacles of the development of Lao people's identity. Thai society Data collection by research papers, conceptual, research related to identities. Analyze interview data.

The findings of the study are as follows:

1. Develop the identity of Lao people in Thai society. 1) Cultural Identity, 2) Educational Identity, 3) Communication Identity, 4) Economic Identity, 5) Ethnic Identity, 6) Language Identity Development, 7) Identity Development Developmental identity in dress, and 8) Identity in the development of food. Have a culture of consumption.

2. The process of creating and preserving the development of the identity of the Lao people in Thai society. It should promote the education, conservation, transmission, development and corrective care of youth or those who come to Thailand. Promote in the education level. And create a sense of moral values. And he should preserve the heath culture and good national culture.

Keywords: Identity development, culture, Conservation, Lao people's

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asia) หรือเอเชียอาคเนย์จัดเป็นดินแดนแห่งความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยมีชนชาติต่างๆ ตั้งถิ่นฐานกระจายตัวอยู่ทั่วทั้งภูมิภาค อาทิเช่น ชาวไทย ชาวลาว ชาวพม่า ชาวกะเหรี่ยง ชาวจาม ชาวลาวหู่ ชาวมูเซอ ชาวละว้า ชาวชวา และชาวมลายู เป็นต้น ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นภูมิภาคที่อยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของทวีปเอเชีย โดยอยู่ระหว่างประเทศใหญ่ 2 ประเทศ คือ จีนกับอินเดีย จึงได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากอินเดียและจีนเข้ามาในระดับที่แตกต่างกัน เช่น ไทยและลาวได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากอินเดียเป็นส่วนใหญ่ ส่วนเวียดนามได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมมาจากจีนเป็นส่วนใหญ่ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีพื้นที่แบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยแบ่งตามภูมิศาสตร์ คือ ส่วนที่เป็นหมู่เกาะ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ บรูไน สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และติมอร์-เลสเต ส่วนที่เป็นภาคพื้นทวีปเป็นพื้นแผ่นดินใหญ่อยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของทวีปเอเชีย ประกอบด้วย ประเทศเมียนมาร์ เวียดนาม กัมพูชา ลาว และไทย

ลาว เป็นพลเมืองพวกใหญ่ที่สุด และมีจำนวนมากที่สุดในประเทศลาวปัจจุบันนี้ ซึ่งถ้าจะเรียกให้ถูกต้องตามประวัติศาสตร์ทางไทย ก็ต้องเรียกว่า “ไทล้นช้าง” ชนกลุ่มนี้ถือกันว่าเป็นไทบริสุทธิ์พวกหนึ่ง เป็นกลุ่มชนชาวไทยที่รักษาสายเลือดของไทย สายเลือดอริยะ (ซึ่งมาจากคำว่า อารยะ หรืออารยันซึ่งเป็นอีกชนชาติหนึ่งแต่ในที่นี้ใช้เปรียบเทียบกับกรมีสายเลือดบริสุทธิ์ เหมือนที่พรรณนาซึ่งใช้ยกย่องตัวเองและกีดกันชนชาติอื่นๆ) ไว้ได้มากกว่าไทพวกอื่น (ยกเว้นแต่ชาวไทลื้อที่สืบสองปันนา ชาวไทใหญ่ที่รัฐฉาน ชาวไทวนที่ภาคเหนือของประเทศไทย ชาวจ้วง และชาวป๋ายในจีน และอีกหลายกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งก็ไม่ว่าเขาจะโง่โง่แค่ไหน แต่น่าจะวัดว่าความพอใจของคนชาตินั้นๆ

ชาวลาวมีประชากรประมาณ 14 ล้านคน ส่วนมากอาศัยอยู่ในประเทศไทย และประเทศลาว ชาวลาวส่วนมากจะนับถือพระพุทธศาสนาเถรวาท และบางส่วนยังนับถือความเชื่อไปกับลัทธิภูติผีวิญญาณต่างๆ แม้ชาวลาวจะตกอยู่ภายใต้อำนาจของชนชาติต่างๆ แต่ก็ยังรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีของตนได้เป็นอย่างดี

การตั้งชุมชนกลุ่มวัฒนธรรมไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปรากฏชัดในพุทธศตวรรษที่ 19 ซึ่งร่วมสมัยกับกรุงสุโขทัย เพราะมีการกล่าวถึง ชุมชนลุ่มแม่น้ำโขงตอนเหนือ ในศิลาจารึกหลักที่ 1 และจากพงศาวดารล้านช้างที่กล่าวว่า อาณาจักรล้านช้างได้ครอบคลุมไปถึงบริเวณที่ราบสูงโคราชด้วย ส่วนพงศาวดารไทยได้กล่าวถึงเมืองสำคัญๆ ของอาณาจักรล้านช้างในสมัยอยุธยา

การขยายวัฒนธรรมไทย-ลาว เข้าสู่ดินแดนแอ่งโคราช ในพงศาวดารหัวเมืองมณฑลอีสานกล่าวว่า พื้นที่เขตมณฑลลาว เมื่อปี พ.ศ. 2181 เป็นทำเลลาด เป็นที่อาศัยของคนเชื้อสายมาแต่ขอม ต่อมาเรียกกันว่า พวกข้าส่วย กวย โดยเฉพาะบริเวณเมืองจำปาศักดิ์นั้นเป็นชุมชนค่อนข้างใหญ่ เป็นเอกราชก่อนกลุ่มไทยลาว เคลื่อนย้ายเข้าไป เขตแดนเมืองจำปาศักดิ์ทิศเหนือตั้งแต่มะขามต้น อันสามขวย หลักทอดยอดยาว ทิศตะวันออกติดเขาบรรทัดต่อแดนญวน ทิศใต้ไม่ปรากฏ ทิศตะวันตกต่อเขตแขวงเมืองพิมาย ฟากลำน้ำมูล

ประเทศลาวมีชื่ออย่างเป็นทางการ คือ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีอักษรย่อ คือ สปป. ลาว (The Lao People's Democratic Republic) มีพื้นที่ 236,800 ตารางกิโลเมตร ซึ่งมีพรมแดนติดต่อกับจีนทางทิศเหนือ ติดต่อกับพม่าทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ติดต่อกับเวียดนามทางทิศตะวันออก ติดต่อกับกัมพูชาทางทิศใต้ และติดต่อกับประเทศไทยทางทิศตะวันตก กันด้วยแม่น้ำโขงเป็นบางช่วง

ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว) เป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ของกลุ่มประชากรมาก กล่าวคือประชากรทั้งหมดของประเทศประมาณ 6,850,345 ล้านคน ประกอบไปด้วยชนเผ่าต่างๆ ประมาณ 68 ชนเผ่า ซึ่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจำแนกชนเผ่าเหล่านี้ตามบริเวณที่อยู่อาศัยเป็น 3 กลุ่มใหญ่

ลาวมีอัตลักษณ์และวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับคนภาคอีสานของไทยเป็นอย่างมาก ยังมีคำกล่าวที่ว่า “มีลาวอยู่แห่งใดมีมัดหมี่แลลายจกอยู่ทีนั้น” ในด้านดนตรี ลาวมีแคนเป็นเครื่องดนตรีประจำชาติ มีหมอลำ หมอลำ ลาวมีประเพณีทางพระพุทธศาสนาและอื่นๆ เช่น วันมาฆบูชา วันสงกรานต์ วันออกพรรษา บุญเข้าประดับดิน บุญเข้าฉลาก บุญสงเสื่อ (แข่งเรือ) บุญธาตุหลวงเวียงจันทน์ ในเดือน ๑๒ เป็นต้น

ประเทศลาวมีวัฒนธรรมลาวที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง นับถือศาสนาพุทธนิกายเถรวาทที่ได้รับอิทธิพลจากอินเดีย และได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมจีนด้วย สามารถเห็นได้จากภาษา ศิลปะ วรรณคดี วิถีชีวิตของชาวลาวได้รับอิทธิพลจากศาสนาพุทธมากทำให้ชาวลาวเป็นผู้มีความอดทนและยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ดี

ประเทศไทยเป็นดินแดนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมเนื่องจากมีกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ อพยพจากถิ่นฐานเดิมเข้ามาตั้งรกรากตามชุมชนต่างๆ เช่น ลาวพวน ลาวเวียง ลาวโซ่ง และลาวครั่ง แต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ต่างก็มีขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม การยอมรับในพหุวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน และเคารพในสิทธิมนุษยชนซึ่งกันและกัน จึงทำให้กลุ่มชาติพันธุ์หลากหลายในประเทศไทยสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมร่วมกันได้อย่างสงบสุข

ปัจจุบันนี้มีคนลาวที่มาอาศัยอยู่ในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นข้าราชการ แรงงาน รวมทั้งคนลาวที่มาศึกษาอยู่ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ ในเมืองไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากสถิติที่นำเข้าจาก MOU ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2558 มีประชากรประมาณ 55,396 คน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย เพื่อให้ทราบว่าคนลาวที่มาอาศัยอยู่เมืองไทยมีการอนุรักษ์รักษาวัฒนธรรมของตนเองไว้อย่างไร และได้มีการสร้างอัตลักษณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและเพื่อแสดงออกถึงความมีวัฒนธรรมของตนเองแก่สังคมอย่างไรเพื่อเป็นการบอกว่าเป็นกลุ่มที่มีเอกลักษณ์ มีอารยธรรม มีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีระเบียบแบบแผน และชาวลาวที่มาอาศัยอยู่เมืองไทยมีปัญหาและอุปสรรคในการสร้างและอนุรักษ์วัฒนธรรมของตนเองไว้อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของพัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย
2. เพื่อศึกษากระบวนการอนุรักษ์พัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้กำหนดขอบเขตของผู้ให้ข้อมูลหลักไว้ ดังนี้

1. ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี หลักการ งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากตำราหนังสือ งานวิทยานิพนธ์ต่างๆ ฯลฯ เป็นต้น

2. ศึกษาจากการสัมภาษณ์ ด้วยการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่เป็นทั้งพระสงฆ์และภรรวาสที่มาเรียนอยู่ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่คนลาวมาทำงานอยู่เมืองไทยอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ อย่างเป็นทางการเช่นสถานทูต และไม่เป็นทางการเช่น กลุ่มที่มาทำงานตามโรงงานต่างๆ เป็นต้น ของประชาชนลาวในประเทศไทย (เฉพาะกรุงเทพมหานครและปริมณฑล)

3. วิเคราะห์การศึกษาพัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย

ผู้วิจัยนำเอาข้อมูลทั้งหมดจากการศึกษาข้อมูลโดย วิเคราะห์จากเอกสาร วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และวิเคราะห์โดยการสังเกตที่ต้องทำแปลความหมายด้วยผู้วิจัยเอง เพื่อให้เกิดความรู้ เกี่ยวกับปัจจัย ปัญหา อุปสรรค และ ข้อเสนอแนะในการรักษาอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในประเทศไทยต่อไป

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อศึกษาผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้แก่ เอกอัครราชทูต นักศึกษาที่เป็นทั้งพระสงฆ์และภรรวาสที่มาเรียนอยู่ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่คนลาวมาทำงานอยู่ในประเทศไทย จำนวน 15 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเรื่องนี้ ประกอบด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย และเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนลาวในสังคมไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล

3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) มีการบันทึกเทปและจดบันทึก

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่องนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากเอกสาร การสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา เพื่อจัดหมวดหมู่ของเนื้อหา (Category) แล้วนำมาสังเคราะห์เชิงระบบ (Systematicsynthesis) เพื่อหาประเด็นร่วมหรือประเด็นหลักและอธิบายเนื้อหา

ผลการศึกษา

พัฒนาการด้านอัตลักษณ์ ชาวลาเวห์นี้ยังมีบทบาททางด้านศิลปวัฒนธรรมโดยเฉพาะการบูรณปฏิสังขรณ์วัดและวัง ส่งผลให้ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมของลาวมีพัฒนาการที่ต่างไปจากอดีตอยู่มาก จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และข้อมูลที่ได้จากเอกสารสามารถวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมของลาวในสังคมไทยแบ่งออกได้ดังนี้

1. อัตลักษณ์ด้านการติดต่อทางวัฒนธรรม (Acculturation) มีการติดต่อทางวัฒนธรรมกับชาวไทยที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ใกล้ชิดกันมาเป็นระยะเวลายาวนานจนก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและรับวัฒนธรรมจากไทยไปใช้ในการดำเนินชีวิตปัจจุบันยิ่งไปกว่านั้นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของโลกปัจจุบันยังเป็นเสมือนสิ่งกระตุ้นให้เกิดพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมอย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา

2. อัตลักษณ์ด้านการศึกษา โดยภาคบังคับส่งบุตรหลานที่มีอายุตั้งแต่ 7 ปี เข้าเรียนในโรงเรียน จนมีอายุถึง 14 ปีบริบูรณ์ ตามแนวทางการศึกษาภาคบังคับซึ่งเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวเมื่อ พ.ศ. 2464 เป็นต้นมา โดยบุตรหลานที่เข้าเรียนในโรงเรียนทุกคนถูกจัดให้เรียนวิชาภาษาไทยทั้งอ่านและเขียน ตลอดจนวิชาความรู้เรื่องเมืองไทยเพื่อให้เกิดความรักชาติไทย การถูกปลูกฝังที่ดำเนินมาอย่างยาวนานเช่นนี้ย่อมนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ตนในที่สุด

3. อัตลักษณ์ด้านการคมนาคม ทั้งทางบกและทางน้ำมีพัฒนาการขึ้นเป็นลำดับโดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ เพื่อให้การเดินทางจากเมืองหลวงคือกรุงเทพฯ ไปสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น เริ่มต้นจากการคมนาคมทางน้ำ ซึ่งเป็นเส้นทางการคมนาคมหลักของผู้คนในอดีต ปรากฏว่าได้มีการขุดคลองเชื่อมระหว่างแม่น้ำบางปะกงกับแม่น้ำเจ้าพระยา รัฐบาลมีนโยบายให้สร้างถนนหรือระบบทางหลวงเชื่อมโยงพื้นที่ทั่วประเทศสะดวกในเรื่องการขนส่งและการพัฒนาการในด้านอื่นๆ เป็นช่องทางให้การดำเนินชีวิตและวิถีคิดแบบคนเมืองหลวงไหลบ่าเข้าสู่เมืองไทย อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ส่งผลให้ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของลาวต้องเปลี่ยนแปลงไปในที่สุด

4. อัตลักษณ์ด้านเศรษฐกิจ โครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก (Eastern Sea Board : ESB) ซึ่งเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2524 เศรษฐกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว สาเหตุสืบเนื่องมาจากการสนับสนุนของภาครัฐส่วนหนึ่ง ประกอบกับความพร้อมในด้านทำเลที่ตั้งของภาคตะวันออกซึ่งได้เปรียบในเรื่องการติดต่อเชื่อมโยงกับภูมิภาคทั้งภายในและภายนอกได้อย่างสะดวก จากความพร้อมดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดนักลงทุน ทั้งในและต่างประเทศเข้ามาลงทุนพัฒนาอุตสาหกรรมหลายประเภท ส่งผลให้เกิดนิคม ประกอบด้วย โรงงานอุตสาหกรรมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ผลพวงที่ตามมาภายหลังการขยายตัวของเศรษฐกิจ ที่ดินมีราคาสูงขึ้น แรงงานต่างถิ่นจำนวนมากอพยพเข้ามาหางานทำ การเพิ่มจำนวนของธุรกิจด้านการบริการต่างๆ อาทิ โรงแรม ห้างสรรพสินค้าร้านสะดวกซื้อขนาดใหญ่ ร้านอาหาร รวมไปถึงสถานบันเทิง เช่น ผับ คาราโอเกะ ดิสโก้เทคและบาร์เปียร์หลายแห่งเพื่อตอบสนองความต้องการของแรงงานและนักลงทุนต่างชาติ ความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจของภูมิภาคตะวันออกเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่นำมาซึ่งพัฒนาการทางสังคม วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของลาวที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในสังคมไทย

5. อัตลักษณ์ด้านชาติพันธุ์ และวัฒนธรรม การท่องเที่ยว เพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น (Ethnic Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับกลุ่มคนที่มีชาติพันธุ์และภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากตน การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่นเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน อย่างที่ทราบกันดีว่าการท่องเที่ยวนั้นเป็นที่มาของเม็ดเงินจำนวนมาก

ด้วยเหตุนี้ชุมชนลาวจึงมีการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต เช่น ปรับปรุงบ้านเป็นโฮมสเตย์ (Homestay) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพักพร้อมบริการทันสมัยอย่างสปา ในบางแห่งถึงขั้นสร้างวัฒนธรรมประดิษฐ์ (Cultural Invention) เช่น การแต่งกายเลียนแบบโบราณ รวมไปถึงการให้บริการอาหารที่จัดเตรียมมาในภาชนะย้อนยุคเช่น กระลามะพร้าว เพื่อดึงดูดความสนใจและตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุดจนนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ตนในที่สุด

6. อัตลักษณ์ด้านพัฒนาการทางด้านภาษา แบ่งออกเป็นภาษาพูด พบว่าปัจจุบันลาวอายุ 30-80 ปี ยังคงพูดคุยสื่อสารโดยใช้ภาษาลาว ส่วนอายุ 30 ปีลงมา 80% ยังคงพูดภาษาลาวและอีก 20% สามารถฟังภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์ตนได้เข้าใจแต่ไม่สามารถพูดได้ โดยจะพูดได้ตอบด้วยภาษาไทยแทน ซึ่งสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่ลาวอายุ 30 ปีลงมา จำนวนหนึ่ง สามารถฟังภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์ตนได้เข้าใจแต่จะพูดได้ตอบด้วยภาษาไทยได้ 2 ประเด็น คือ 1) การมีบิดาหรือมารดาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเป็นคนไทย และในครอบครัวมักสื่อสารกันโดยใช้ทั้ง 2 ภาษา คือ ภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์และภาษาไทย และ 2) การไปเติบโตและใช้ชีวิตส่วนใหญ่อยู่ภายนอกชุมชนของตนเป็นเวลานาน จึงมีความจำเป็นต้องใช้ภาษาไทยในการสื่อสารเป็นหลักภาษาเขียน ปัจจุบันผู้ที่สามารถอ่านและเขียนอักษรธรรมและอักษรไทยน้อยมีเหลืออยู่น้อยมาก

7. อัตลักษณ์ด้านพัฒนาการด้านการแต่งกาย ลาวปัจจุบันที่มีอายุ 70-80 ปี ผู้หญิงยังคงนุ่งซิ่นสวมเสื้อคอกระเช้าอยู่บ้าน แต่ผ้าซิ่นและเสื้อคอกระเช้าที่สวมใส่เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ซื้อมาจากตลาด ไม่ใช่เสื้อผ้าที่ได้มาจากการทอห้อม และตัดเย็บเองเหมือนในอดีตผู้ชายก็ยังคงนุ่งกางเกงขาก๊วยใช้ผ้าขาวม้าคาดเอวอยู่กับบ้าน ซึ่งทั้งกางเกงและผ้าขาวม้าก็ซื้อมาจากตลาดเช่นเดียวกัน เวลาไปทำบุญที่วัดหญิงสูงอายุจะนุ่งผ้าซิ่นลวดลายสวยงามสวมเสื้อลูกไม้และหมวกใบตามแบบโบราณอยู่บ้าง แต่ก็มีจำนวนน้อย ส่วนลาวอายุ 50 ปีลงมา ทั้งหญิงและชายมักแต่งกายตามสมัยนิยมเช่นเดียวกับคนไทยทั่วไป เนื่องจากเสื้อผ้าแฟชั่นเหล่านี้มีขายอยู่มากมายในท้องตลาด หาซื้อง่าย สวมใส่สะดวกสบายกว่าเสื้อผ้าแบบโบราณ

8. อัตลักษณ์ด้านพัฒนาการด้านอาหาร สามารถวิเคราะห์ถึงพัฒนาการด้านอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวโดยแบ่งชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะการตั้งถิ่นฐาน คือ 1) ชุมชนลาวที่อยู่ห่างจากนิคมอุตสาหกรรมและย่านความเจริญพบว่ายังคงมีวัฒนธรรมการบริโภคที่คล้ายคลึงกับอดีต และยังคงพึ่งพิงแหล่งอาหารจากธรรมชาติอยู่มาก และ 2) ชุมชนลาวที่อยู่ใกล้นิคมอุตสาหกรรมและย่านความเจริญพบความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมการบริโภคอย่างชัดเจน กล่าวคือ มีวัฒนธรรมการบริโภคแบบไทย จีน ญี่ปุ่น และตะวันตกเข้าไปปะปนอยู่ในวิถีชีวิตประจำวันของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวซึ่งความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมิให้เห็นตั้งแต่ในตลาดห้างสรรพสินค้า ไปจนถึงโรงแรมขนาดใหญ่ต่างๆ แม้ปัจจัยและความจำเป็นหลายอย่างจะส่งผลให้ลาวเวียงและลาวพวนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการทางสังคมและวัฒนธรรมที่ต่างกันไปจากอดีต แต่ชาวลาวเหล่านี้ยังคงพยายามหาหนทางรักษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ตนไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลาวพวนที่มีจำนวนมากและสามารถรวมตัวกันได้ อย่างเข้มแข็งทำให้อัตลักษณ์ของลาวยังคงอยู่

อภิปรายผล

จากการวิจัยพัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย สามารถสรุปได้ดังนี้

1. พัฒนาการด้านอัตลักษณ์ ชาวลาวเหล่านี้ยังมีบทบาททางด้านศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะการบูรณปฏิสังขรณ์วัดและวัง ส่งผลให้ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมของลาวมีพัฒนาการที่ต่างไปจากอดีตอยู่มาก

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และข้อมูลที่ได้จากเอกสารสามารถวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมของลาวในสังคมไทย แบ่งออกได้ ดังนี้ 1) อัตลักษณ์ด้านการติดต่อทางวัฒนธรรม 2) อัตลักษณ์ด้านการศึกษา 3) อัตลักษณ์ด้านการคมนาคม 4) อัตลักษณ์ด้านเศรษฐกิจ 5) อัตลักษณ์ด้านชาติพันธุ์ 6) อัตลักษณ์ด้านพัฒนาการทางด้านภาษา 7) อัตลักษณ์ด้านพัฒนาการด้านการแต่งกาย และ 8) อัตลักษณ์ด้านพัฒนาการด้านอาหาร มีวัฒนธรรมการบริโภคจากอัตลักษณ์คนลาวที่มีมาแต่ดั้งเดิมโดยมีการพัฒนามาตั้งแต่วัยแรกๆ จนถึงยุคปัจจุบันย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้างเป็นธรรมดา แต่อย่างน้อยคนลาวควรที่จะเรียนรู้และวิถีของการพัฒนาอัตลักษณ์ของคนลาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชจรินทร์ ทับทิม (2553) ศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวาลัยจังหวัดเชียงใหม่ผ่านกิจกรรมถนนคนเดิน พบว่า ลักษณะของอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวาลัยนั้นสามารถแบ่งออกได้ เป็น 3 ลักษณะ คือ 1) อัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกสำนึกร่วมเกิดจากรากฐานทางประวัติศาสตร์ของชาติพันธุ์และการมีประสบการณ์ร่วมกันทางสังคมของคนภายในชุมชน จึงมีลักษณะเป็นนามธรรมและไม่อาจแสดงออกมาให้เห็นได้อย่างประจักษ์ชัดผ่านกิจกรรมถนนคนเดิน 2) อัตลักษณ์ที่เป็นวิถีปฏิบัติเชิงประจักษ์ คือ ลักษณะเฉพาะของชุมชนบ้านวาลัยในลักษณะที่มีความเป็นรูปธรรมชัดเจนสามารถนำเสนอผ่านกิจกรรมถนนคนเดินได้ ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะทางด้านภาษาลักษณะการแต่งกายอาหารลักษณะที่อยู่อาศัย สถาปัตยกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมไปถึงการละเล่นดนตรีศิลปะการแสดงพื้นบ้าน และ 3) อัตลักษณ์ที่เป็นหลักปฏิบัติเชิงนามธรรม คือ อัตลักษณ์ในลักษณะที่เกิดจากความศรัทธาในสิ่งต่างๆ ซึ่งเกิดจากวิถีการดำรงชีวิตเกี่ยวโยงผูกพันกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังจะเห็นได้จากการนับถือศาสนา พิธีกรรมตามความเชื่อและค่านิยมรวมไปถึงประเพณีต่างๆ ซึ่งอัตลักษณ์ในลักษณะนี้มีสัญญาณบางอย่างที่สื่อถึงหลักปฏิบัติเชิงนามธรรมเหล่านี้และสามารถนำเสนอผ่านกิจกรรมถนนคนเดินได้เครื่องมือและกิจกรรมที่ใช้ในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวาลัย ที่พบจากการสังเกตผ่านองค์ประกอบต่างๆของกิจกรรมถนนคนเดิน โดยใช้ทฤษฎีสัญญานวิทยาเป็นกรอบในการวิเคราะห์สามารถแบ่งตามลักษณะอัตลักษณ์ของชุมชนได้ ดังนี้ อัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกสำนึกร่วมไม่มีเครื่องมือและกิจกรรมใดที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางด้านนี้ผ่านกิจกรรมถนนคนเดินได้เลยเนื่องจากเป็นอัตลักษณ์ในรูปแบบของความรู้สึกและสำนึกร่วมกันของคนภายในชุมชนเอง เช่น เรื่องราวการอพยพโยกย้ายของบรรพบุรุษจากแถบลุ่มแม่น้ำสาละวินและเมืองเชียงตุงเข้ามาตั้งรกรากในจังหวัดเชียงใหม่จนกลายเป็นชุมชนบ้านวาลัยในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะเป็นนามธรรมและไม่มีความสัญญาณใดที่จะสื่อออกมาให้เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมผ่านกิจกรรมถนนคนเดิน 3. อัตลักษณ์ที่เป็นวิถีปฏิบัติเชิงประจักษ์ มีเครื่องมือและกิจกรรมที่ใช้ถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนอยู่อย่างหลากหลาย แต่สิ่งที่ใช้ในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวาลัยได้อย่างชัดเจนมากที่สุดคือร้านจำหน่ายเครื่องเงิน และแผนภาพโลหะที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในกลุ่มร้านค้าหาบเร่อาครร้านค้าเครื่องเงินซึ่งเรียงรายอยู่ตลอดสองข้างทางถนนวาลัย ตลอดจนสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ได้แก่ รูปปั้นบ้านวาลัย ชุมประตูละหะสลักลาย ซึ่งสื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้เป็นอย่างดี อัตลักษณ์ที่เป็นหลักปฏิบัติเชิงนามธรรม อัตลักษณ์ในลักษณะนี้มีสัญญาณบางอย่างที่ใช้เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น พระเครื่อง ภาพวาดแนวพุทธศิลป์และตุ๊กตาดินเผา ซึ่งเป็นสิ่งที่สื่อถึงการนับถือศรัทธาในศาสนาพุทธ รวมทั้งความเชื่อและค่านิยมของคนในชุมชนจากการใช้เครื่องมือ และกิจกรรมดังกล่าวแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวโดยมากมีการรับรู้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนในการสื่อถึงอัตลักษณ์ในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยเฉพาะเครื่องเงิน ถึงแม้ว่าจะมีปัญหาจากการที่กลุ่มผู้ค้าขายบางส่วนไม่ได้ตระหนักถึงอัตลักษณ์ของชุมชนจึงทำให้เกิดการนำสินค้าบางอย่าง ซึ่งเป็นสินค้าที่คณะกรรมการถนนคนเดินวาลัยไม่สนับสนุน เช่น สินค้าโรงงาน สินค้ามือสอง สินค้ากีฬาก็พอเข้ามาจำหน่ายอย่างมากมาย จนทำให้อัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวาลัยถูกกลืนไปบ้างในบางส่วน

แต่อย่างไรก็ตามทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวต่างก็ต้องการให้ถนนคนเดินวัดลายมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวเป็นแหล่งเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนบ้านวัดลายให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน และดำรงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้ไม่ให้สูญหาย เพื่อเป็นถนนคนเดินที่มีความยั่งยืนต่อไป

2. ด้านปัจจัยเงื่อนไขและปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อการอนุรักษ์อัตลักษณ์วัฒนธรรมประเพณีของประชาชนลาวในสังคมไทยได้แก่ ปัญหาทางสภาพสังคม เทคโนโลยี สังคมการเมือง เศรษฐกิจและความต้องการสิ่งใหม่ของคนลาวต่อการดำรงชีวิต ทำให้คนลาวรับเอาวัฒนธรรมสังคมอื่นมากเกินไปจนทำให้มีปัญหาในการอนุรักษ์อัตลักษณ์ของตนเอง ประกอบกับ สังคม วัฒนธรรม และอัตลักษณ์เปลี่ยนไปส่งผลต่อวัฒนธรรมประเพณีการรักษาฮีตคองประเพณีลาวจะไม่เหมือนเดิมอาจจะหายไปจากการดำรงชีวิตของคนลาว เนื่องจากว่าปัจจัยและเงื่อนไขที่มีผลต่อการอนุรักษ์อัตลักษณ์วัฒนธรรมหรือปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมดังกล่าว การพูด การแต่งกาย หรือการรับสื่อเป็นปัญหาต่ออัตลักษณ์ประชาชนลาวในปัจจุบันซึ่งสอดคล้องกับ สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2543) ได้ศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนตระกูลภาษาลาวพวนเมืองนาซายทองแขวงคำแพงนครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทำให้ทราบว่าบริเวณแขวงคำแพงนครเวียงจันทน์ มีลาวพวนอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ และมีการปรับตัวตามสังคมและยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นโดยผู้วิจัยได้เปรียบเทียบวิถีชีวิตของลาวพวนในอดีตกับปัจจุบัน ทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ในด้านการรักษาพยาบาล ลาวพวนเลิกรักษาด้วยเวทย์มนต์คาถา แล้วหันมาับการรักษาด้วยการแพทย์แผนปัจจุบันแทน เป็นต้น

3. ด้านนโยบายในการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของประชาชนลาวในสังคมไทย คือ รมณศรีให้ประชาชนและภาคเอกชนตระหนักในความสำคัญของวัฒนธรรมว่าเป็นเรื่องที่ต้องให้การรับผิดชอบร่วมกันในการส่งเสริมสนับสนุนสำหรับจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมส่งเสริมการศึกษา การอนุรักษ์ การถ่ายทอด พัฒนา และแก้ไขสิ่งที่ไม่ถูกต้องแก่เยาวชนหรือผู้ที่เข้ามาอยู่ในประเทศไทยควรใช้การทักทายสบายดีเป็นคำทักทายต้อนรับกันตอนแรกพบของคนลาวเขาปัจจุบัน เนื่องจากว่านโยบายในการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีเป็นตัวส่งผลต่อการเป็นชนชาวลาวบ่งบอกถึงวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ที่แท้จริง จึงจำเป็นที่ผู้บริหารประเทศตลอดถึงประชาชนควรมีนโยบายเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีไว้ซึ่งสอดคล้องกับ ปราภรณ์ แซ่ฮึ้ง (2543) ได้ศึกษาเรื่อง การปกครองของไทยที่มีต่อเมืองพวนและชาวพวนในราชอาณาจักรไทย ได้กล่าวถึงนโยบายการปกครองของไทยที่มีต่อเมืองพวนในฐานะเมืองประเทศราชของไทย ตลอดจนการดำเนินนโยบายกวาดต้อนชาวพวนเข้ามาในประเทศไทยรวมถึงนโยบายการปกครองของไทยที่มีต่อชาวพวนที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในไทยปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ทำให้ทราบถึงลักษณะความสัมพันธ์ของไทยกับเมืองพวนในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น วิธีการปกครองและควบคุมเมืองพวนของไทย และวิธีการที่ไทยนำมาใช้เพื่อควบคุมชาวพวนในประเทศไทย

4. ด้านแนวทางในการอนุรักษ์อัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย ส่งเสริมการศึกษา การอนุรักษ์ การถ่ายทอด พัฒนา และแก้ไขสิ่งที่ไม่ถูกต้องแก่เยาวชนหรือผู้ที่เข้ามาอยู่ในประเทศไทย ส่งเสริมในการศึกษาในระดับต่างๆ เช่น จากพ่อสู่ลูกหลาน จากสถาบันสู่ชุมชน และสร้างความตระหนักรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมให้มากขึ้นควรอนุรักษ์รักษาฮีตคองประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ โดยเฉพาะการปฏิบัติตามฮีตสิบสองคองสิบสี่ ฮีตยี่คองเจียงของลาวเขาให้นับมีอนันต์มีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากแนวทางในการอนุรักษ์อัตลักษณ์ของประชาชนลาวเป็นสิ่งที่ควรมีไว้เพื่อให้ประชาชนรุ่นหลัง รุ่นลูกรุ่นหลานได้ศึกษาและเอาเป็นแบบอย่างในการยึดถือและปฏิบัติตาม ซึ่งสอดคล้องกับ ปิยะพร วามะสิงห์ (2548) ศึกษาเกี่ยวกับความสำนึกในชาติพันธุ์ของลาว

พวนในอำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าลาวพวนยังมีความสำนึกในชาติพันธุ์ของตนมากน้อยเพียงใด แนวโน้มในระยะเวลาที่ผ่านมาเป็นอย่างไร และการรักษาเอกลักษณ์ด้านต่างๆ ได้ส่งผลเช่นไรต่อสังคมลาวพวนวิทยานิพนธ์ดังกล่าวทำให้ทราบว่าสำนึกในชาติพันธุ์ของลาวพวนนั้น ขึ้นอยู่กับตัวแปร คือ เพศ วัย และการมีส่วนร่วมทางสังคม ยิ่งไปกว่านั้นยังพบว่าลาวพวนเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่ได้รับการยอมรับจากผู้ปกครองประเทศ ดังนั้นจึงไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อต่อต้านอำนาจรัฐ แต่ในทางกลับกันการรวมกลุ่มของลาวพวนโดยการจัดตั้งชมรมไทยพวนนั้นมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อรักษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ตน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย
2. ทำให้ทราบกระบวนการสร้างและการอนุรักษ์พัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย
3. ทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรคของการสร้างพัฒนาการอัตลักษณ์ของประชาชนลาวในสังคมไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ผลวิจัยสามารถนำไปพัฒนาด้านการอนุรักษ์ และรักษาวัฒนธรรม ตลอดจนอัตลักษณ์ของชาวลาวต่างๆ ที่อยู่ในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย
2. ผลวิจัยสามารถนำไปพัฒนาศักยภาพคนลาวก่อนที่จะมาอาศัยอยู่ในประเทศไทย
3. หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรนำผลวิจัยนี้ไปพัฒนาให้สอดคล้องกับองค์กรที่ตนเองรับผิดชอบได้
4. ควรทำเป็นคู่มือแจกในช่วงเวลาที่มีการจัดกิจกรรมหรืองานต่างๆ ของชาวลาว
5. ควรศึกษาในเขตพื้นที่อื่น เพื่อประโยชน์ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวัฒนธรรม ชาติพันธุ์อื่นๆ ของคนลาวที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการอาศัยอยู่ของคนลาวในยุคต้นๆ กับยุคหลังๆ
3. ควรมีการนำผลการศึกษาที่ได้ไปประยุกต์ใช้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

- คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2557). เอกสารโครงการสืบสานประเพณีชาวลาวครั้ง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นุชจวินทร์ ทับทิม. (2553). การสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวัวลาย จังหวัดเชียงใหม่ผ่านกิจกรรมคนเดิน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปรารธนา แซ่อึ้ง. (2543). การปกครองของไทยที่มีต่อเมืองพวนและชาวพวนในราชอาณาจักรไทยระหว่าง พ.ศ. 2322-2436. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปิยะพร วามะสิงห์. (2548). ความสำนึกในชาติพันธุ์ของลาวพวน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. (2543). การศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนตระกูลภาษาลาว
พวนบ้านนาคูน้อย เมืองนาซายทอง แขวงคำม่วนนครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตย
ประชาชนลาว. ขอนแก่น: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

NBUS050: การพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวธุดงค์สำหรับพระสงฆ์วัดพุทธโฆษาภวนา ตำบลบางคูรัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

Mental and Social Development According to the Dhutanga for the Monks at Wat Phutthopavana in Bangkhurut Sub-district, Bangbuathong District, Nonthaburi Province

พระครูสังฆรักษ์บุญมี ยติโก (จิรวรรณ)¹

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ “การพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวธุดงค์สำหรับพระสงฆ์วัดพุทธโฆษาภวนา ตำบลบางคูรัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี” โดยเป็นการศึกษาในเชิงเอกสาร แล้วนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ในเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวธุดงค์ในพระพุทธศาสนาเป็นการปฏิบัติตามศีล สมาธิ และปัญญา บุคคลที่จะปฏิบัติตามธุดงค์ต้องประกอบด้วย 1) ต้องมีธรรมะในตัวเองและมีความมุ่งมั่นพยายามที่จะรักษารัฐธรรมที่ตนปฏิบัติไปได้ และ 2) ต้องประกอบด้วยธรรม มีศรัทธา มีหิริ มีปัญญา มิใช่เป็นคนโลเล เป็นคนใคร่ต่อการศึกษา มีศรัทธามั่นคง การปฏิบัติธุดงค์นั้นมิใช่ให้เลือกปฏิบัติ คือ การปฏิบัติระดับเคร่งครัด ระดับปานกลาง และระดับผ่อนปรน การปฏิบัติตามธุดงค์ทำให้เกิดอานิสงส์ของการปฏิบัติ เช่น เกิดความสุขความสงบกับผู้ปฏิบัติ บรรเทาความทุกข์ ไม่มีภัย ไม่มีความขุ่นมัว เป็นที่ป้องกันรักษาให้พ้นจากกิเลส เป็นเครื่องทำลายโมหะ กำจัดเสียซึ่งความเกียจคร้าน มีความอดทน ทำให้สิ้นจากกองทุกข์ทั้งปวง

คำสำคัญ: การพัฒนาจิตใจและสังคม, ธุดงค์

Abstract

The purpose of this research was for mental and social development according to the Dhutanga for the monks at Wat Phutthopavana in Bangkhurut Sub-district, Bangbuathong District, Nonthaburi Province. The research was conducted by using qualitative research.

The findings of this research found that the mental and social development according to the Dhutanga was the way of the practicing along with morality, concentration and wisdom. The people who followed the Dhutanga had to have the Dhamma themselves. They should have faith, moral shame, wisdom and intention to study. There were the choices for practicing along with the Dhutanga such as at the strict level, at the middle level and at the low level. There were good results of practicing as happiness, no harm, leaving from defilements and leaving from all suffering.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุดงค์วัตรเป็นจริยวัตรพิเศษ ที่ช่วยในการขัดเกลากิเลสและปิดกั้นกระแสแห่งอารมณ์ ช่วยให้เป็นผู้มีกน้อยสันโดษ ไม่เผลอเผลอที่พระพุทธรูปเจ้าทรงบัญญัติขึ้นแต่เป็นข้อปฏิบัติที่ทรงตั้งไว้สำหรับพุทธบริษัทผู้ต้องการจะ

ปฏิบัติ เป็นข้อปฏิบัติที่ทุกๆ คน จะปฏิบัติตามหรือไม่ก็ได้ เพราะไม่ใช่วินัยหรือข้อบังคับ แต่เป็นข้อที่พระองค์ทรงแสดงไว้สำหรับผู้ต้องการจะใช้วิธีนี้เป็นอุบายในการขัดเกลาจิตใจเท่านั้น เป็นการอบรมจิตให้สงบ หยุด นิ่ง เป็นสมาธิ แนบแน่นมั่นคง บริสุทธิ์ ควบคุมตนได้ เหมาะสมในการทำงาน

การพัฒนาจิตใจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม พระสงฆ์จะเป็นผู้นำทางด้านจิตวิญญาณเป็นผู้นำในการทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งในส่วนของศาสนาและสังคม โดยเฉพาะในสังคมจะเห็นได้ชัดว่าพระพุทธศาสนามีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชนอย่างมากทั้งในด้านการฝึกจิตใจให้สงบ การหาความรู้ การประกอบพิธีกรรม เมื่อพระสงฆ์บอกหรือชี้แนะ ชาวบ้านจะเชื่อและพร้อมที่จะให้ความร่วมมือ เพราะพฤติกรรมและเจตนาของพระสงฆ์ในการทำกิจกรรมนั้นไม่ได้มุ่งหวังประโยชน์ส่วนตัว แต่มุ่งให้เกิดความผาสุกของสังคมเป็นหลัก ในฐานะบุคลากรสำคัญ พระสงฆ์ส่วนใหญ่ยังเป็นที่ยอมรับนับถือของประชาชน และยังรักษาสถานะความเป็นผู้นำทางด้านจิตวิญญาณ ศรัทธาหรือความนิยมเชื่อถือ เนื่องจากวัดเป็นที่รวมจิตใจของคนไทยในสังคมและเป็นศูนย์กลางของสังคมไทย

การอยู่ร่วมกันของมนุษย์นั้น เป็นการอยู่เพื่อประโยชน์เกื้อกูลซึ่งกันและกันเป็นหลัก เมื่อเกิดปัญหาขึ้นในสังคม หน้าที่ในการแก้ไขปัญหาย่อมตกอยู่กับคนที่อาศัยอยู่ในสังคมนั้น ถึงแม้ว่าสังคมหรือชุมชนหวังที่จะได้รับความช่วยเหลือจากภายนอก เช่น ภาครัฐ องค์กร หรือภาคเอกชน แต่คนในสังคมหรือในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจแก้ปัญหาและปรับปรุงพัฒนาสังคมหรือชุมชนให้เจริญขึ้น โดยมีเป้าหมายอยู่ที่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในสังคมและชุมชน การพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืนนั้นต้องพัฒนาแบบองค์รวมทั้งตัวบุคคลในชุมชน สังคม ธรรมชาติ และเทคโนโลยี เป็นการพัฒนามนุษย์ที่ถือว่ามีความสำคัญยิ่ง เพราะจะเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาหรือตัวขยายไปสู่การพัฒนาส่วนอื่นๆ ด้วย การพัฒนามนุษย์นั้นต้องพัฒนาให้ครบทั้งทางด้านพฤติกรรม จิตใจ และปัญญา

ในการพัฒนาสังคมนั้น พระพุทธศาสนาได้เข้ามามีบทบาทในการช่วยเหลือสังคมหลายด้าน บุคคลที่สืบทอดบทบาทของพระพุทธศาสนาที่มีต่อสังคมก็คือพระสงฆ์ ถือเป็นกำลังสำคัญในการสืบต่ออายุพระพุทธศาสนา และมีความสัมพันธ์กับประชาชนในทุกๆ ด้าน จะเห็นได้ว่าบทบาทของพระสงฆ์ในครั้งพุทธกาลนั้น พระพุทธองค์ทรงเน้นให้พระสงฆ์มีหน้าที่ต่อชาวบ้านในด้านการสงเคราะห์ทางธรรม เป็นที่พึ่งทางจิตใจของชาวบ้าน เป็นกัลยาณมิตรของชาวบ้าน พระสงฆ์นอกจากจะเป็นตัวแทนของวัด เป็นผู้นำทางจิตวิญญาณของประชาชน เป็นศูนย์กลางของความเคารพนับถือ และความร่วมมือของคนในชุมชน พระสงฆ์โดยเฉพาะเจ้าอาวาสมีอำนาจหน้าที่ในการปกครอง และดูแลรักษาศาสนสมบัติภายในวัดตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ มีหน้าที่ในการอนุเคราะห์ชาวบ้านให้มีศีล สมาธิ และปัญญา มีความคุ้นเคยกับชาวบ้าน รับรู้สภาพปัญหาของชาวบ้านเป็นอย่างดี กิจกรรมทุกอย่างภายในวัดหรือกิจกรรมของวัดที่มีต่อชุมชน และชุมชนที่มีต่อวัดต้องผ่านการเห็นชอบจากเจ้าอาวาสก่อนทุกครั้ง ฉะนั้นเจ้าอาวาสจึงเป็นบุคคลสำคัญ และเป็นผู้นำในการพัฒนาจิตใจของประชาชน สามารถที่จะนำหลักธรรมในพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาจิตใจของบุคคลในชุมชนได้

ดังจะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่ระบุไว้ในยุทธศาสตร์การพัฒนาว่า จะนำไปสู่การคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล ด้วยจิตสำนึก ในศีลธรรม และคุณธรรม ทำให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง อันจะเป็นภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ดำรงชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรี มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม อยู่ในกรอบค้ำจุนที่อบอุ่นเป็นฐานการดำรงชีวิตเป็นการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ดำรงชีวิตได้และอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข อันเป็นการพัฒนาจิตใจและสังคม โดยการใช้นวัตกรรมพอเพียง มีความเป็นอยู่ที่ยั่งยืน นำมาซึ่งความสงบร่มเย็นเป็นสุขในสังคมต่อไป จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาและการศึกษารูปแบบ

หลากหลายในมิติทางพระพุทธศาสนา เช่น หลักการใช้หลักไตรสิกขา และวิชาอรรถศาสตร์ เป็นหลักอันหนึ่งในการใช้พัฒนาตนเอง พัฒนาจิตใจและสังคม ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวัดที่ส่งเสริมการจัดกิจกรรมปฏิบัติอรรถศาสตร์ตลอด 5 ปี ที่ผ่านมา ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกพระสงฆ์จากวัดพุทธโรภาวนา ตำบลบางคูวัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ฉะนั้นหลักการในการเลือกสัมภาษณ์พระสงฆ์ที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์นั้นก็มีตั้งแต่พระสงฆ์มีพรรษาการหนึ่งพรรษาขึ้นไปหรือพระสงฆ์ที่ได้ผ่านการปฏิบัติถืออรรถศาสตร์แล้วที่มีปฏิปทาминаเลื่อมใสมีปัญญา มีความฉลาดต่อการช่วยเหลือเจ้าอาวาสได้ด้วยการสอนวิธีปฏิบัติธรรมแก่ญาติโยมที่เข้ามาปฏิบัติธรรมตามอรรถศาสตร์ให้ถูกต้องตามหลักอรรถศาสตร์ทางพระพุทธศาสนา ดังจะมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และเสนอรูปแบบการพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวอรรถศาสตร์ ซึ่งแบ่งออกเป็นลำดับข้อย่อย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาหลักปฏิบัติอรรถศาสตร์ในพระพุทธศาสนา
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวอรรถศาสตร์สำหรับพระสงฆ์วัดพุทธโรภาวนา ตำบลบางคูวัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อวิเคราะห์และเสนอรูปแบบการพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวอรรถศาสตร์

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) โดยกำหนดขอบเขตของการศึกษาการพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวอรรถศาสตร์สำหรับพระสงฆ์วัดพุทธโรภาวนา ตำบลบางคูวัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีวิธีการในการดำเนินการศึกษา ดังต่อไปนี้

วิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)

โดยการศึกษาเอกสารชั้นต้นในด้านปฐมภูมิ (Primary sources) โดยศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ทำการศึกษาการพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวอรรถศาสตร์สำหรับพระสงฆ์วัดพุทธโรภาวนา ตำบลบางคูวัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยการรวบรวมข้อมูลจากพระไตรปิฎก อรรถกถา และหนังสือสำคัญทางพระพุทธศาสนา ทางด้านบทความตำรา หนังสือพิมพ์ และวรรณกรรมต่างๆ ชั้นรองหรือเอกสารทุติยภูมิ (Secondary sources) โดยศึกษาจากงานเขียนของนักวิชาการ ตลอดจนผู้รู้ทางพระพุทธศาสนา หนังสือ บทความ วารสาร หนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ และผลงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

วิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงลึก ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์พระสงฆ์ จำนวน 10 รูป และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง จำนวน 10 รูป ซึ่งเป็นพระสงฆ์จากวัดพุทธโรภาวนา ตำบลบางคูวัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยได้กำหนดคุณสมบัติ คือ เป็นพระสงฆ์วัดพุทธโรภาวนา ตำบลบางคูวัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี เป็นผู้ที่มีประสบการณ์การปฏิบัติอรรถศาสตร์เพื่อพัฒนาจิตใจและสังคม เป็นผู้มักน้อยสันโดษ มีความเป็นอยู่อย่างพอเพียง โดยวิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Person) ซึ่งสามารถอ้างอิงและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวอรรถศาสตร์สำหรับพระสงฆ์วัดพุทธโรภาวนา ตำบลบางคูวัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พระสงฆ์วัดพุทธธาวานา ตำบลบางคูรัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี มีจำนวน 10 รูป กลุ่มเป้าหมาย ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Quota sampling จากประชากรเป้าหมาย คือ เป็นพระสงฆ์วัดพุทธธาวานา ตำบลบางคูรัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) ใช้แบบการสัมภาษณ์ หรือแนวคำถามประกอบการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นพระสงฆ์วัดพุทธธาวานา ตำบลบางคูรัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 2) นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เพื่ออธิบายข้อมูลในการศึกษาวิจัย 3) วิเคราะห์ข้อมูล และ 4) นำแบบสัมภาษณ์ไปศึกษาจากกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เป็นแบบเปิด ใช้การวิเคราะห์เพื่อจัดประเภทความคิดเห็น

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาคิดใจและสังคมตามแนวอุดมคติสำหรับพระสงฆ์วัดพุทธธาวานา ตำบลบางคูรัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี” สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกและการสนทนากลุ่มแบบเจาะจงออกเป็นรายประเด็นได้ ดังนี้

ประเด็นที่ 1: ความสนใจในการปฏิบัติธรรม

การสนใจในเรื่องการปฏิบัติธรรมถือว่าเป็นวิธีการปฏิบัติธรรมอย่างหนึ่งในพระพุทธศาสนา เป็นการฝึกหัดขัดเกลาตนเองให้เป็นบุคคลที่ดีมีความอดทน ได้ทดสอบร่างกาย เกิดการเรียนรู้มากมายเกี่ยวกับปฏิบัติ ได้ภาวนาพุทธ และได้ฝึกตามหลักของศีล สมาธิ ปัญญา เพื่อฝึกหัดขัดเกลาจิตใจให้เบาบางลง

ประเด็นที่ 2: เหตุผลที่นำหลักธรรมไปประพฤติปฏิบัติ

เหตุผลที่นำหลักธรรมไปประพฤติปฏิบัติ เพราะมีความสนใจในการปฏิบัติตามแนวอุดมคติ 13 ข้อ เป็นการขัดเกลาจิตใจตนเอง ไม่ให้ยึดติดกับสิ่งใด ได้เรียนรู้ความลำบาก และปรับตัวเข้ากับความยากลำบากได้ และเกิดความสามัคคีในหมู่คณะ ฝึกความพร้อมเพรียงกันในหมู่คณะ เกิดระเบียบวินัย เกิดความเข้าใจ เกิดความเห็นอกเห็นใจ ได้ร่วมทุกข์ร่วมสุขกัน และเป็นการควบคุมกาย ใจตนเอง ให้อยู่ในกรอบของธรรมะของพระพุทธเจ้าและเกิดความสงบ ทำให้จิตไม่ฟุ้งซ่าน มีสติสัมปชัญญะมากขึ้น ได้ขัดเกลาตนเองตามหลักศีล สมาธิ และปัญญา มีขันติ บารมีมากขึ้น รู้จักเวทนา และปล่อยวางได้ ได้ปฏิบัติตามคำสอนของครูบาอาจารย์สายอุดมคติที่ตนเองเคารพและศรัทธามีประสบการณ์ที่ดีมากขึ้น

ประเด็นที่ 3: การปฏิบัติธรรมนำไปสู่การพัฒนาคิดใจและสังคม

การปฏิบัติธรรมนำไปสู่การพัฒนาคิดใจ ในการปฏิบัติธรรมด้วยศรัทธา เป็นการพัฒนาคิดใจให้มีความอดทนต่อสิ่งที่ต้องเผชิญ และไม่ยึดติดกับสิ่งที่อยู่ตรงหน้า และพอใจในสิ่งที่ตนเองมีอยู่เพื่อไม่ให้จิตเกิดความละโมภ และคิดเอาแต่เปรียบคนอื่นและสังคม เป็นการฝึกในการควบคุมอารมณ์และจิตใจ ให้มีสติ รู้วิธีแก้ไขปัญหา มีหลักธรรมนำชีวิตทำให้จิตใจสงบ ด้วยการกำหนดภาวนา เกิดความอิมใจ และสบายใจ มีสมาธิมากยิ่งขึ้น นำไปสู่การพัฒนาคิดใจด้านการควบคุมจิตใจตนเองในด้านความหิว เหนื่อย ไม่ว่าจะการเดิน ยืน นั่ง นอน ทำ กิณ ตีเม พุด

คิด และกิจการอย่างอื่น เพื่อให้เกิดโยนิโสมนสิการ(มีเหตุผล) และการรักษาศีลปฏิบัติธรรม พัฒนาตนเองให้อยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคมได้

ประเด็นที่ 4: การนำหลักธุดงค์ไปพัฒนาผู้อื่นในสังคม

หลักการนำหลักธุดงค์ไปพัฒนาเพื่อนั้นคือ เป็นการพัฒนาคณะในสังคมให้รู้จักการไม่ยึดติด การไม่เห็นแก่ตัว การมีจิตใจแบ่งปัน การมีจิตที่เป็นพรหมวิหารธรรมสี่ประการ คือ เมตตา กรุณา มุทิตา และอุเบกขา และการสอนให้คนทุกๆ คน ทุกๆ วัย มีความพอใจกับสิ่งที่ตนมี เป็นการฝึกความอดทนอดกลั้นต่ออุปสรรค มีการแนะนำผู้อื่นที่ยังจิตใจไม่สงบให้สงบตาม ดังนั้น ต้องเริ่มจากศรัทธาบทบัญญัติ การประพฤติปฏิบัติชอบตามหลักธรรมตามแนวธุดงค์ มีความเมตตา รู้จักให้อภัย และฝึกมีสติในชีวิตประจำวันทุกคนจะอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข โดยรู้จักแนะนำผู้อื่นในสังคมที่อยู่รอบๆ ตัวของตนเอง และขยายวงกว้างออกไปสู่คนในครอบครัว ในหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด และประเทศชาติ ให้รู้จักอดทน อดทนง่าย อยู่ง่าย นอนง่าย มักน้อย สันโดษ มีความเป็นอยู่อย่างพอเพียง ยินดีในสิ่งที่ตนเองมี เป็นต้น

ประเด็นที่ 5: การปฏิบัติธุดงค์นำไปสู่การพัฒนาจิตใจและสังคมไปพร้อมๆ กัน

การปฏิบัติธุดงค์นำไปสู่การพัฒนาจิตใจและสังคมไปพร้อมๆ กัน เป็นการพัฒนาจิตใจของตนเอง และผู้อื่นในการอยู่ร่วมกันในสังคมมีความสามัคคีให้เกิดสันติสุขในหมู่คณะ และเป็นการฝึกให้ตนเองรู้จักความพอใจในสิ่งที่มี ไม่ยึดติดกับสิ่งต่างๆ ไม่คิดอยากได้ของคนอื่นมาเป็นของตน และไม่คิดคดโกง เป็นการพัฒนาจิตใจให้เข้มแข็ง การฝึกการปฏิบัติธุดงค์นั้นสามารถฝึกทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ในด้านการพัฒนาสังคมมีความสอดคล้องกันโดยใช้สติปัญญาในการพัฒนาจิตใจและสังคมให้น่าอยู่ได้ อย่างสันติสุขเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่ 6: การปฏิบัติธุดงค์มีแนวทางนำไปสู่การพัฒนาจิตใจและสังคมในระยะยาว

การปฏิบัติธุดงค์มีแนวทางนำไปสู่การพัฒนาจิตใจและสังคมในระยะยาวแนวทางในการพัฒนาระยะยาวด้วยหลักธุดงค์วัตรนั้นหลักธุดงค์ทั้ง 13 ข้อ ยึดเป็นหลัก และพัฒนานุคคล ชุมชน และสังคม เพื่อให้เกิดความสามัคคี และความพร้อมเพรียงกันจนกลายเป็นนิสัย เป็นการปฏิบัติในระยะยาวต่อไปได้ โดยมีการวางแผนโครงสร้างในระยะยาว สร้างรูปแบบในรุ่นต่อไป และให้เห็นถึงอานิสงส์จากการปฏิบัติธุดงค์ทำให้นุคคลสนใจปฏิบัติ

ประเด็นที่ 7: ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติธุดงค์ในการพัฒนาจิตใจและสังคม

ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติธุดงค์ในการพัฒนาจิตใจและสังคม คือ ขาดความรู้ ความเข้าใจ การปฏิบัติธุดงค์วัตรทั้ง ๑๓ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาจิตใจของคนชุมชนและสังคม การไม่รู้จักความอดทนอดกลั้น การไม่รู้จักพอใจในสิ่งที่ตนมี จึงควรมีครูบาอาจารย์ที่เข้าใจถึงการปฏิบัติธุดงค์จริงๆ นำพาคนในชุมชนและสังคม ปฏิบัติตามข้อธุดงค์วัตรเพื่อฝึกขัดเกลาจิตใจให้เบาบาง พัฒนาชีวิตของตนตามความพอเพียง พัฒนาจิตใจและสังคม ให้มีความสามัคคีเกิดขึ้นในชุมชนและสังคมสืบต่อไป

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์หลักปฏิบัติธุดงค์ในพระพุทธศาสนา ผลการวิจัย พบว่า

1. การพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวธุดงค์ ในหลักของไตรสิกขา ด้านศีล ผลการวิเคราะห์ คือ การที่ได้ปฏิบัติธุดงค์ควบคู่กับศีลมานานแล้วตั้งแต่เป็นสามเณร ทำจิตใจให้สะอาดบริสุทธิ์ และได้ฝึกมาจนถึงปัจจุบัน ตอนมาบวชเป็นพระสงฆ์ที่วัดแห่งนี้ ทำให้เป็นคนที่มีมักน้อย สันโดษ พอใจในสิ่งที่ตนเองมีอยู่ ไม่คิดเบียดเบียนสัตว์อื่นทั้งคนและสัตว์ อันเป็นพื้นฐานการใช้ชีวิตในสังคม

2. การพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวอุดมคติ ในหลักของไตรสิกขา ด้านสมาธิ ผลการวิเคราะห์ คือ การที่ได้ฝึกปฏิบัติการรักษาศีล เจริญสมาธิภาวนา เน้นการปฏิบัติภาวนาพุทโธ ทำให้จิตใจสงบมากกว่าแต่ก่อน นอกจากจะพัฒนาตนเองแล้ว ก็ต้องรู้จักนำแนวทางการทำสมาธิ เป็นการฝึกสติสัมปชัญญะของตนเองให้ดีขึ้น และนำไปเผยแพร่ต่อไป ถือว่าเป็นการพัฒนาตนเอง เป็นการพัฒนาจิตใจให้เข้มแข็ง และพัฒนาผู้อื่นในสังคมได้

3. การพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวอุดมคติ ในหลักของไตรสิกขา ด้านปัญญา ผลการวิเคราะห์ คือ การนำหลักอุดมคติไปพัฒนาจิตใจตนเอง และผู้อื่นในสังคม เป็นการพัฒนาค้นคว้าให้รู้จักการไม่ยึดติด พิจารณาทุกอย่างตามความเป็นจริง และสอนให้คนรุ่นหลังพอใจกับสิ่งที่ตนมี เป็นการฝึกความอดทนอดกลั้นต่ออุปสรรค

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านการศึกษา พบว่า การปฏิบัติอุดมคติถือว่าเป็นวิธีการปฏิบัติธรรมอย่างหนึ่งในพระพุทธศาสนา ผู้เรียนได้ฝึกหัดขัดเกลาตนเองให้เป็นบุคคลที่ดีมีความอดทน ได้ทดสอบร่างกาย เกิดการเรียนรู้มากมายเกี่ยวกับปฏิบัติ และได้ฝึกตามหลักของศีล สมาธิ ปัญญา

2. ด้านการเผยแพร่ พบว่า การปฏิบัติอุดมคติ เป็นหลักในการปฏิบัติเพื่อให้กาย วาจา ใจ สงบเป็นไปตามพระธรรมวินัย ดังนั้นผู้เรียนเมื่อได้ฝึกปฏิบัติอุดมคติแล้วย่อมนำมาซึ่งความงามในพระพุทธศาสนา เมื่อพุทธบริษัทพบเห็นย่อมเกิดความเลื่อมใสศรัทธาในข้อวัตรปฏิบัติ

3. ด้านการพัฒนาจิตใจและกาย พบว่า การปฏิบัติอุดมคติเป็นข้อปฏิบัติในการฝึกอบรมจิตและกายให้มีความอดทนต่อสภาพและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่พบ ดังนั้น เมื่อผู้เรียนได้ปฏิบัติตามอุดมคติย่อมนำมาซึ่งความสงบแห่งกายและใจ

4. ด้านคุณประโยชน์ต่อสังคม เป็นต้นแบบของการประยุกต์อุดมคติวัตรปฏิบัติมาใช้ในการพัฒนาจิตใจและสังคม ที่สามารถนำหลักธรรมเกี่ยวกับการปฏิบัติอุดมคติมาใช้ในรูปแบบของธรรมะ นำไปประพฤติปฏิบัติเพื่อพัฒนาตนเอง ฝึกฝนอบรมตนเอง ให้เป็นคนที่มีคุณภาพ และมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น สามารถเปลี่ยนแปลงพัฒนาจิตใจ พัฒนาตนเอง ครอบครัว และพัฒนาสังคม เพื่อจะได้ผลการศึกษาพัฒนาเป็นกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ตามแนวอุดมคติทั่วทุกจังหวัด และจะให้หลักการถือปฏิบัติอุดมคติวัตรในการพัฒนาจิตใจนำไปสู่การพัฒนาสังคมเป็นต้นแบบของวัดเพื่อที่วัดต่างๆ ทั่วไปนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่พุทธศาสนิกชนได้ตลอดไป

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่องการศึกษาการพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวอุดมคติสำหรับพระสงฆ์วัดพุทโธภาวนา ตำบลบางคูวัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้เสนอแนะไว้ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรวางนโยบายในการพัฒนาตนเองด้านการพัฒนาการเรียนการศึกษา และการสอนการปฏิบัติอุดมคติโดยการบูรณาการร่วมเป็นหลักสูตรการศึกษา เพื่อฝึกความอดทน ฝึกด้านศีล สมาธิ การใช้ปัญญาให้มากขึ้นในการแก้ไขปัญหา ในการใช้เป็นแผนในการเชิงนโยบายในการปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนในหลักสูตรการศึกษาตามสถาบันการศึกษาต่างๆ และสำนักปฏิบัติธรรมต่างๆ

2. ควรวางนโยบายปลูกฝังสอนเรื่องการพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวอุดมคติบูรณาการให้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต เช่น ในเรื่องการมีน้ำใจต่อกัน ความสามัคคีช่วยเหลือกันในหมู่คณะ การฝึกความอดทน การเคารพสิทธิ

คนอื่น การรับฟังความคิดเห็นกัน การทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ ในการนำหลักการปฏิบัติจริงมาใช้เป็นหลักประพฤติ และปฏิบัติในชีวิตประจำวันเพื่อฝึกฝนตนเอง และแนะนำผู้อื่นให้เห็นถึงคุณค่าของจุดด้อยตลอดถึงอันสขของการปฏิบัติจริงด้วย

3. ควรวางนโยบายมีแผนการจัดนโยบายวางแผนให้ทำเป็นกระบวนการพัฒนาจิตใจและสังคมตาม แนวคิดให้เห็นเป็นรูปธรรม ให้มีการประชาสัมพันธ์ ชักชวนนำพาปฏิบัติ โดยให้พระสงฆ์หรือครูอาจารย์เป็นผู้นำให้ เห็นความสำคัญของการปฏิบัติจริงด้วยแล้วนำไปประยุกต์ใช้ในการสอนอบรมเพื่อการพัฒนาลูกศิษย์และศาสนิกชน ครอบครั้ว พัฒนาชุมชน สังคมให้เกิดสันติสุขขึ้นในโลกนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลมาใช้ประโยชน์

1. สามารถนำหลักธรรมที่เกี่ยวกับการปฏิบัติจริงมาใช้ในรูปแบบของธรรมะนำไปประพฤติปฏิบัติ ในด้านการฝึกฝนปฏิบัติ เพื่อพัฒนาตนเองให้เป็นคนที่มีคุณภาพ และมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น

2. ควรนำหลักธรรมมาประพฤติปฏิบัติ ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่นทำให้สามารถเปลี่ยนแปลง พัฒนาตนเอง พัฒนากาย วาจา จิตใจ สู่การพัฒนาสังคม แนะนำสั่งสอนตนเอง ผู้อื่น และสังคมครอบครั้วให้มี ศีลธรรมเสมอกัน

3. เป็นรูปแบบใหม่ในการประยุกต์หลักปฏิบัติจริงด้วยไปเป็นแนวทางการพัฒนาจิตใจ ร่างกาย และสังคม ให้เกิดประโยชน์ ตนเอง ครอบครั้ว แก่สังคม ชุมชน สถาบันการศึกษา สถาบันของรัฐและหน่วยงานเอกชน สำนักรปฏิบัติธรรมและวัดวาอารามต่างๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยที่ทำในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเฉพาะพระสงฆ์วัด พุทโธภาวนา ตำบลบางคูวัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีเท่านั้น ยังไม่มีการกระจายทั่วทั้งประเทศ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิจัย ในที่อื่น เพื่อพัฒนาจิตใจและสังคมตามแนวคิดทั่วทุกจังหวัดและนำผลการวิเคราะห์วิจัยข้อมูลมาเปรียบเทียบกัน เพื่อจะได้ผลการศึกษาพัฒนาเป็นกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาค้นคว้าหาแนวทางแก้ไขปัญา และอุปสรรคของการพัฒนาจิตใจและสังคมตาม แนวคิด ในการวิจัยครั้งต่อไปว่า แนวทางแก้ไขปัญา และอุปสรรคควรทำอย่างไร ไม่ว่าจะเป็นการวิจัยในเชิง คุณภาพ หรือในเชิงปริมาณ หรือในเชิงการทดลองก็ตาม

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา นันทเพชร. (2540). **ทัศนคติของพระสงฆ์ต่อบทบาทการพัฒนาสังคม**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒน-บริหารศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์.

ทวี สุทธธรรมณัฏฐ. (2536). **บทบาทของพระสงฆ์ในการพัฒนาชุมชนตามโครงการอบรมประชาชน ประจำตำบลในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: บัณฑิต-วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พระธรรมปิฎก, (ป.อ.ปยุตโต). (2557). **พุทธธรรม ฉบับปรับปรุงและขยายความ**. พิมพ์ครั้งที่ 27. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พระธรรมปิฎก. (2543). **การพัฒนาที่ยั่งยืน**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพุทธธรรม.

- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). (2557). **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 27. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระโสภณคณาภรณ์ (ระแบบ สุติญาโณ). (2529). **ธรรมปริทรรศน์ 2**. กรุงเทพฯ: ศรีสมบัติการพิมพ์.
- พุทธทาสภิกขุ. (ม.ป.ป.). **พจนานุกรมธรรมของพุทธทาส**. กรุงเทพฯ: ธรรมสภาจัดพิมพ์.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). **พระไตรปิฎกภาษาไทย. ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560, 9 กุมภาพันธ์). **คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12**. จาก [http:// www. google.co.th/](http://www.google.co.th/).
- อนันต์ วิริยะพินิจ. (2529). **บทบาทของพระสงฆ์กับการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

NBUS051: การอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหม บ้านดุนาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์

CONSERVATION AND DEVELOPMENT OF SILK WEAVING WISDOM OF BANDUNANONGPHAI SILK WEAVING GROUP, NA NONG PHAI SUB-DISTRICT, CHUMPHONBURI DISTRICT, SURIN PROVINCE

พระครูประภัตรสุตธรรม (วงศ์สุนทร)¹ พระมหาอำนาจ อัสสุการี² ดร.บัว พลรัมย์³

¹ นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, วัดเทวี่รวญาติ, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านดุนาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านดุนาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการอนุรักษ์และพัฒนาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านดุนาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัย พบว่า

1. บ้านดุนาหนองไผ่เรียนรู้การทอผ้าไหมด้วยวิธีการลงมือทำจริงตามกระบวนการทางครอบครัวและสังคม โดยอาศัยการที่ได้ช่วยหีบจับในขั้นตอนต่างๆ จากสิ่งง่ายๆ ไปหาสิ่งที่ยากแบบค่อยเป็นค่อยไปตามความสามารถหรือวุฒิภาวะของบุตรหลานและการได้สัมผัสอยู่เป็นประจำด้วยกิจวัตรประจำวันของครอบครัว ไม่มีหลักสูตรการเรียนการสอนที่แน่นอน แต่เป็นวิถีชีวิตที่ซึมซับจากพ่อแม่ เมื่อเจอปัญหาก็ซักถามแก้ไขไปพร้อมๆ กัน นอกจากนี้ยังมีวิธีเรียนรู้จากการลอกเลียนแบบ และได้เห็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิตการประพฤติปฏิบัติของบรรพบุรุษหรือการหีบย้อมตัวอย่างผ้ามาลอกเลียนแบบ โดยจะมีคนคอยสอนเกี่ยวกับการทอผ้าไหมว่าจะไรควรทำไม่ควรทำ เช่น การสาวไหมควรใช้ไฟอ่อนและร้อนขนาดไหนจึงจะทำให้เส้นไหมสวย ถ้าวร้อนมากจะทำให้ไหมตึงไม่ขึ้นเพราะฝักไหมเปื่อยมาก ต้องแก้ไขด้วยการเติมน้ำเย็นและลดไฟให้อ่อนลง หรือเลี้ยงไหมในช่วงเวลาใดจึงจะเหมาะสม เป็นต้น องค์ความรู้เหล่านี้ได้ผ่านการเลือกสรร กลั่นกรอง และสั่งสมจากประสบการณ์ของคนรุ่นก่อนจนเกิดเป็นความเชื่อ จารีต ประเพณี และธรรมเนียมปฏิบัติของชาวบ้าน เช่น การห้ามทำงานเมื่อมีงานศพในหมู่บ้าน อันเป็นกุศโลบายให้ช่วยเหลือกันเวลาที่มีความโศกเศร้า เป็นสิ่งดีที่ลูกหลานควรยึดถือ แต่ความเชื่อบางอย่างก็แปรเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

2. แนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านดุนาหนองไผ่ มีดังนี้ 1) สร้างมูลเหตุจูงใจให้สืบทอดการทอผ้าไหมเพื่อให้เกิดรายได้และเป็นอาชีพที่เหมาะสมกับชาวบ้าน อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวบ้านให้ดีขึ้น และ 2) สืบทอดโดยลูกหลานหรือสมาชิกในครอบครัวได้สัมผัสการทอผ้าอย่างต่อเนื่องทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ โดยให้เป็นไปด้วยวิธีการธรรมชาติซึ่งเกี่ยวโยงสัมพันธ์กันของคนในครอบครัว ซึ่งเป็นกระบวนการขัดเกลาทางสังคมโดยการใช้ผ้าไหมเป็นเครื่องมือ เพื่อให้ผู้หญิงมีความสมบูรณ์พร้อมตามที่สังคมชุมชนคาดหวัง

3. ปัญหาที่พบมีประเด็นข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ คือ 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนด้านความรู้ความเข้าใจ ทักษะ วัสดุ อุปกรณ์ งบประมาณให้เหมาะสมกับงาน 2) ถ่ายทอดความรู้ให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ 3) มอบหมายภารกิจและกระตุ้นเจ้าหน้าที่ ระดับตำบลให้ความสำคัญ 4) จัดการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ในบทบาทภารกิจหน่วยงานที่เหมาะสม และให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 5) พัฒนาระบบสารสนเทศให้สามารถประมวลผลได้ครอบคลุมทุกด้าน 6) ประสานความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐระดับประเทศ จนถึงระดับพื้นที่ และ 7) ประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้เกี่ยวข้อง

คำสำคัญ: การอนุรักษ์, ภูมิปัญญาการทอผ้าไหม

Abstract

The research consisted of three main objectives, namely: 1) to study the local wisdom in silk weaving of silk weaving group Bandunanongphai, Nanongphai Sub-district, Chumphonburi District, Surin Province; 2) to investigate ways to conserve and develop silk weaving of silk weaving group Bandunanongphai, Nanongphai Sub-district, Chumphonburi District, Surin Province; and 3. to explore problems and obstacles in conservation and development of silk weaving group's silk weaving Bandunanongphai, Nanongphai Sub-district, Chumphonburi District, Surin Province.

1. BanDuNongPhai Learn silk weaving by way of doing the actual process of family and society. It is based on helping to grasp the steps from simple things to finding the difficult things gradually, according to the ability or maturity of the child and the regular touch with the family routine. There are no course courses available. It is a way of life absorbed by parents. When the problem is resolved simultaneously, there is also a way to learn from imitation. And see the example in the life of the ancestors. Or borrow the fabric sample to imitate. There will be people teaching about silk weaving should not do as a girl should use light and heat to make silk. If it is hot, it will not pull up because the pods are very steep. Fix by adding cold water and lightening the fire. Or at any time to be appropriate. These knowledge has been selected, filtered and accumulated from the experience of the generation until it is a belief in the custom and traditions of the villagers, such as the ban on funeral work in the village. It is a time to be sad. It is a good thing that children should take. But some beliefs are transformed by social change.

2. When exploring the guidelines to conserve and develop silk weaving wisdom of Bandunanongphai Silk Weaving Group, Na Nong Phai Sub-District, Chumphonburi District, Surin Province, it was found that the guidelines for the Conservation and Development of Traditional silk weaving house looks Phai achieved by 1) creating a motive to inherit silk weaving to achieve an appropriate job and income residents. This will contribute to improving the quality of life of people for the better, and 2) inherited by their children or other family members were exposed to continuous weaving

both intended and unintended. It is the natural way concerning the relationship of the family and the socialization process by using silk as a tool. Women are ready to complete the community expect.

3. As for problems and obstacles as well as recommendations on the conservation and development of silk weaving wisdom of Bandunanongphai Silk Weaving Group, Na Nong Phai Sub-District, Chumphonburi District, Surin Province, it was recommended that: 1) the concerned agencies should support cognitive skills, materials and equipment to suit your budget; 2) knowledge of the authorities responsible for; 3) mission and urged the authorities. The district featured; 4) promote community enterprise operations management roles in business units where appropriate and to ensure effective; 5) develop a process to cover all aspects; 6) cooperating agency partners nationally until, and 7) Press Knowledge and understanding to those involved.

Keywords: Conservation, Wisdom of Silk Weaving

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผ้าเป็นวัสดุสำหรับทำเครื่องนุ่งห่มจึงนับว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ควบคู่ไปกับอาหารและที่อยู่อาศัย (โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. 2549) ในอดีตการทอผ้าใช้เองในครัวเรือนเคยมีความสำคัญมากในสังคมไทย ชุมชนน้อยใหญ่ในหมู่บ้าน และแม้แต่ในเมืองต่างก็มีธรรมเนียมการทอผ้าไว้ใช้สอยเอง และสำหรับมอบให้ผู้อื่นเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆ เช่น สงกรานต์ หรือในการให้ผู้ใหญ่ในงานแต่งงาน และยังมีประเพณีการทอผ้าถวายวัด ถวายพระในงานทำบุญประจำปีอีก เช่น ในประเพณีทอดผ้ากฐิน และทอดผ้าป่า เป็นต้น ในประเทศไทยและในประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับไทย งานทอผ้าเป็นงานเฉพาะของผู้หญิงผู้ชายจะทำงานหัตถกรรมอื่นๆ ที่จำเป็นสำหรับครอบครัวและชุมชน เช่น จักสาน ตีเหล็ก ทำเครื่องเงิน และแกะสลักไม้ งานหัตถกรรมของทั้งหญิงและชายเหล่านี้ มักจะทำในยามว่างจากการทำไร่ทำนาซึ่งทั้งหญิงและชายมีหน้าที่ออกไปใช้แรงงานร่วมกัน เด็กผู้หญิงในหมู่บ้านในสมัยก่อน จะเรียนรู้การทอผ้าจากการเฝ้าสังเกตการทำงานของยายแม่ น้า หรือพี่สาว เมื่อเด็กโตพอจะนั่งที่สำหรับใช้ทอผ้าได้ ก็จะเริ่มทอผ้าง่ายๆ ก่อน แล้วจึงเริ่มพัฒนาเทคนิคการทอจนสามารถทอผ้าที่มีลวดลายวิจิตร สำหรับใช้งานพิธีได้ การทอผ้าจึงเป็นงานศิลปหัตถกรรมของผู้หญิงที่เรียนรู้สืบทอดกันภายใน ครอบครัวต่อมาหลายๆ ชั่วคน นับเป็นการอบรมบ่มนิสัยถูกผู้หญิงให้มีความละเอียด มีระเบียบอดทน รู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และรู้จักศิลปะ นอกจากนี้ยังเป็นการสืบทอดเทคนิควิธีและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของครอบครัวและของชุมชนอีกด้วย นับได้ว่าการทอผ้าเป็นบทบาททางสังคมวัฒนธรรม ที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้หญิงไทยในท้องถิ่นต่างๆ ในอดีตวัตถุดิบที่ใช้ย้อมสีผ้านั้น เชื่อกันว่าคนโบราณรู้จักนำพืชสมุนไพรและเปลือกไม้ที่มีอยู่มากมายในท้องถิ่นของเรามาใช้ย้อมผ้า และทุกวันนี้ก็ยังมีผู้ที่สืบทอดและค้นคว้าเกี่ยวกับการใช้สีธรรมชาติจากพืชย้อมผ้ากันอยู่ พืชพื้นบ้านเหล่านี้สามารถนำเอาดอก ใบ เปลือกไม้ และเมล็ด มาต้มเคี่ยวให้เกิดเป็นสีเข้มข้น แล้วนำน้ำสีมาย้อมผ้า เช่น ย้อมรากยอเป็นสีแดง ย้อมครามเป็นสีน้ำเงิน ย้อมมะเกลือเป็นสีดำ ย้อมขมิ้นชัน หรือแก่นขนุนเป็นสีเหลือง ย้อมลูกสมอ หรือใบหูกวาง หรือเปลือกมะกรูดเป็นสีเขียว เป็นต้น ดังที่กล่าวแล้วข้างต้นว่า ในประเทศไทยมีประวัติการทอผ้าใช้กันในหมู่บ้านและในเมืองโดยทั่วไป มาตั้งแต่โบราณกาลแต่การทอผ้าด้วยมือตามแบบดั้งเดิมนั้น ก็เกือบจะสูญหายไปโดยสิ้นเชิงหากไม่ได้มีการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาได้ทันกาล ทั้งนี้

เพราะประเทศไทยเป็นประเทศเปิด มีการค้าขายกับต่างประเทศมาเป็นเวลานาน สามารถซื้อผ่านอกที่สวยงามแปลกใหม่และราคาถูกได้ง่ายมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ หลังจากที่มีการทำสนธิสัญญาบาวริงกับอังกฤษในปี พ.ศ. 2398 ไทยก็ส่งสินค้าจากต่างประเทศมาใช้มากขึ้นเรื่อยๆ กระทั่งในสมัย รัชกาลที่ 5 ได้มีการสำรวจพบว่า (นิติ กลไกศ. 2541) ไทยส่งผ้าจากต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมากขึ้นทุกปี ทำให้สิ้นเปลืองเงินตราปีละมากๆ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงได้โปรดเกล้าฯ ให้ริเริ่มฟื้นฟูส่งเสริมการเลี้ยงไหมและทอผ้าไทยกันอย่างจริงจังใน พ.ศ. 2452 โปรดฯ ให้สถาปนากรมช่างไหมขึ้น และโปรดฯ ให้ตั้งโรงเรียนช่างไหมที่วังสระปทุม ซึ่งต่อมาขยายสาขาออกไปยังจังหวัดนครราชสีมา และบุรีรัมย์ ทรงจ้างครูชาวญี่ปุ่นมาสอนชาวบ้าน แต่การส่งเสริมได้ผลไม่คุ้มทุน ต่อมาจึงเลิกจ้างครูญี่ปุ่นและชาวบ้านก็หันมาทอผ้าตามวิธีพื้นบ้านเช่นเดิม แม้ว่าศิลปะการทอผ้าใหม่ของไทยจะมีประวัติอันยาวนานและมีความมั่งคั่งหลากหลาย ซึ่งสืบทอดมาแต่โบราณจนทุกวันนี้ แต่ก็ยังมีปัญหาในการส่งเสริมและพัฒนาศิลปะการทอผ้าไหมไทย อยู่ดังนี้ 1) ศิลปหัตถกรรมในหลายๆ ท้องถิ่นยังถูกละเลย การผลิตศิลปหัตถกรรมกระจัดกระจายอยู่ทั่วไป ไม่มีแหล่งรวมในบางท้องถิ่น 2). ไม่รักษาคุณภาพให้สม่ำเสมอ เมื่อผ้าทอมือขายได้จะผลิตผ้าที่ด้อยฝีมือมาขายแทน ช่างทอก็มีคุณภาพด้อยลง และมีจำนวนน้อยลงเรื่อยๆ 3). ช่างฝีมือคุณภาพดีมักทำงานได้ช้าขายยาก เพราะต้องขายราคาแพงให้คุ้มกับเวลา หมดกำลังใจขาดการส่งเสริม ช่างทอฝีมือดีหลายคนยังไม่มีคนรู้จักและเห็นคุณค่า และ 4) การถ่ายทอดทำกันในวงจำกัดขาดตัวผู้สืบทอดอย่างจริงจังและกว้างขวาง

กล่าวโดยสรุปคือ การทอตามแบบศิลปะการทอของไทยนั้น ก็เช่นเดียวกับศิลปหัตถกรรมประเภทอื่นๆ คือ ต้องมีการส่งเสริมให้ใช้สอยเป็นประโยชน์ในชีวิตปัจจุบันของสังคมที่มีการผลิตขึ้นเองให้มากขึ้น เพราะหากผู้คนในสังคมไม่นิยมใช้ผ้าทอตามแบบศิลปะของไทย หรือขาดความรู้ในศิลปะการทอไทย ขาดความนิยมยกย่องในฝีมือช่างทอที่มีคุณภาพแล้ว ศิลปะการทอของไทยก็ยากที่จะสืบทอดต่อไปถึงลูกหลานของเราได้ จากปัญหาที่กล่าวมาแล้วในข้างต้นทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะทำวิจัยเรื่อง “การอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านคุดนาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดสุรินทร์” โดยสาเหตุที่เลือกจะทำวิจัยในหมู่บ้านคุดนาหนองไผ่ เพราะเห็นว่าการจัดตั้งกลุ่มทอผ้าไหมขึ้นและมีการประกอบอาชีพทอผ้าไหมแบบรวมกลุ่มและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างชัดเจน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาและแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านคุดนาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการอนุรักษ์และพัฒนาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านคุดนาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดสุรินทร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เพื่อให้ทราบถึงประเด็นของการศึกษาในรายละเอียดที่สำคัญ และมีความครอบคลุมในเนื้อหาสาระสำคัญที่ทำการศึกษาอย่างครบถ้วน พร้อมทั้งทำให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึก (In-depth) ที่มีรายละเอียดชัดเจนสามารถนำมาวิเคราะห์เชิงอุปนัย (Analytic induction) ผู้วิจัยได้นำเสนอขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์และพัฒนาการทอผ้าไหมของ

กลุ่มทอผ้าไหมบ้านดู่นาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง Delphi Technique ไม่น้อยกว่า 17 คน จากประชากรในตำบลนาหนองไผ่ทั้งสิ้น 7723 คน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 33 คน (Jensen, 1996) ซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มทอผ้า เจ้าของผู้ประกอบการขายผ้าไหมในตำบลนาหนองไผ่ นักท่องเที่ยวที่แวะซื้อสินค้าตามร้านขายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมกลุ่มทอผ้าไหม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

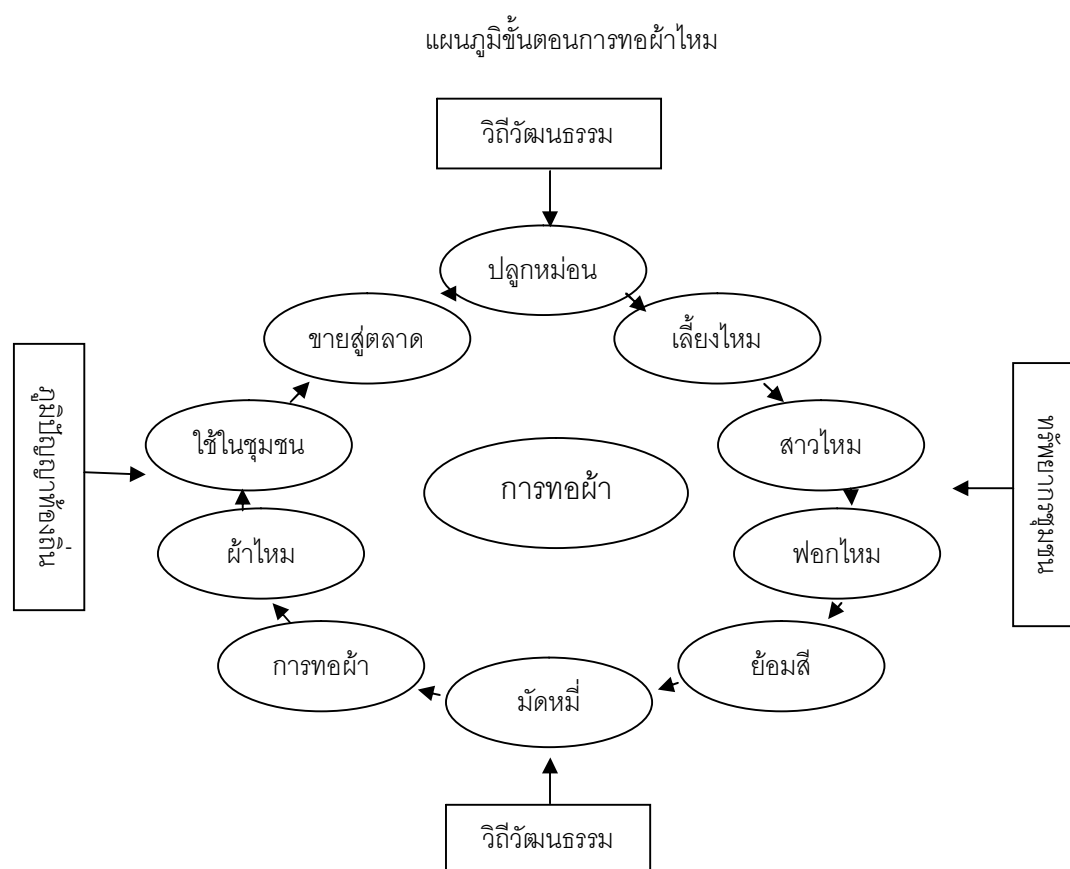
การวิจัยเรื่อง “การอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหม บ้านดู่นาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ สามารถสรุปผลการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหม บ้านดู่นาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “การอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหม บ้านดู่นาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์” สามารถสรุปผลการวิจัย ดังต่อไปนี้



กระบวนการทอผ้ามีหลายขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การหาวัตถุดิบคือการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมผ้าไหมจะดีหรือไม่ ขึ้นตอนนี้ก็สำคัญเพราะถ้าไหมดีมีคุณภาพก็จะทำให้ผ้ามีคุณภาพไปด้วย การสาวไหมต้องใช้เทคนิคในการสาวให้มีเส้นสม่ำเสมอเพื่อความสวยงามของผืนผ้า จากนั้นก็จะมีกระบวนการฟอกไหม การย้อมสีและการมัดหมี่ เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่เป็นลาย กว่าจะได้ผ้าไหมแต่ละผืนใช้เวลายาวนานมาก ถ้าจะรวมถึงการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ทุกขั้นตอนต้องได้รับการเรียนรู้มาเป็นอย่างดีจึงจะเกิดทักษะและความชำนาญ ในความยากลำบากของการทอผ้า ทำให้เกิดผลงานที่ทรงคุณค่ายิ่ง สิ่งเหล่านี้ถ้าขาดการสืบทอดต่อไปยังคนรุ่นหลังก็จะทำให้สูญหายไป

การอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าไหม เกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้การทอผ้าไหมจากกระบวนการทางครอบครัว ด้วยวิถีทางธรรมชาติ พ่อแม่ ย่ายาย เป็นผู้สืบทอดโดยตรงในการเป็นผู้สอนบุตรหลานให้ทอผ้าไหม พ่อแม่ทอผ้า ลูกก็จะได้สัมผัสกับการทอผ้าซึมซับความรู้ทั้งโดยตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจก็ได้ เป็นการถ่ายทอดผ่านระบบเครือญาติ การทอผ้าส่วนใหญ่จะเป็นคนในครอบครัวที่คอยช่วยเหลือกัน เมื่อมีความรู้ในครอบครัวระดับหนึ่งแล้วก็จะแสวงหาความรู้จากครอบครัวด้วยการซักถามจากผู้มีประสบการณ์ในหมู่บ้านเดียวกันเป็นการเพิ่มเติมทักษะใหม่ๆ ให้มากขึ้น

การพัฒนาภูมิปัญญาการทอผ้าไหม การทอผ้าไหมต้องพัฒนาตามสังคมที่เปลี่ยนไป เปลี่ยนจากการทอเพื่อใช้อย่างเดียวเป็นการทอเพื่อการขาย คุณภาพและมาตรฐานจึงจำเป็นต้องพัฒนา เช่น สีไม่ตก หาลายที่เป็นเอกลักษณ์ พัฒนารูปแบบและลวดลายให้หลากหลายมากยิ่งขึ้นโดยอาศัยวิธีการพัฒนา ได้แก่ การฝึกอบรมผ่านกระบวนการกลุ่มด้วยวิทยากรเพิ่มเติม เทคนิคการฟอกการย้อม ประยุกต์เข้ากับวิวัฒนาการวัสดุและอุตสาหกรรมไปพร้อมๆ กัน นอกจากนี้ การรวมกลุ่มยังสะดวกแก่การส่งเสริมและสนับสนุนในด้านต่างๆ ของภาครัฐ การศึกษาดูงานนอกสถานที่ การได้เรียนรู้กับเครือข่ายอื่นทำให้สามารถนำมาประยุกต์ในผลงานของชาวบ้านได้ การประกวดผ้าไหมทำให้ชาวบ้านมีความพยายามที่จะพัฒนามือและคิดค้นลวดลายอยู่ตลอดเวลา และวิธีการสุดท้ายของการพัฒนาการทอผ้าไหมของผู้ทรงภูมิปัญญา คือ การได้สอนคนอื่น โดยเฉพาะชาวบ้านในท้องถิ่นที่มีวัฒนธรรมต่างกัน จะทำให้เกิดการประยุกต์ทั้งรูปแบบและลวดลายได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ผลของการพัฒนา จะทำให้ผ้าไหมของชาวบ้านดูน่าหลงใหลได้รับการยอมรับ จำหน่ายได้มากขึ้นเรื่อยๆ จนได้รับรางวัลเกี่ยวกับผ้าไหมจำนวนมากทั้งในระดับภูมิภาคและระดับชาติ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหม บ้านดุนาหนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ ผู้วิจัยขอค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

ชาวบ้านบ้านดุนาหนองไผ่เรียนรู้การทอผ้าไหม ด้วยมูลเหตุเพื่อทอผ้าไว้ใช้ในครอบครัวทั้งเป็นเครื่องนุ่งห่มชายหญิง และเป็นองค์ประกอบตาม ประเพณีท้องถิ่น อาทิ การแต่งงาน งานบวช งานกฐิน หรือแม่แต่งงานศพในอดีต ผ้าไหมจึงมีความ จึงเป็นในการดำรงชีวิตของชาวบ้าน นอกจากนี้การทอผ้าไหมยังเพื่อต้องการได้รับการยอมรับของสังคมอันแสดงถึงความเป็นหญิงที่มีความพร้อมสามารถเป็นแม่บ้านแม่เรือนอันจะนำไปสู่แบบ อย่างที่ดีของลูกหลาน ในตระกูลต่อไปแสดงถึงการเป็นหญิงที่สมบูรณ์นั่นเอง และมูลเหตุจูงใจสุดท้ายให้ เรียนรู้การทอผ้าไหม คือ การทอผ้าเป็นหน้าที่ของผู้หญิงที่สืบทอดมาเป็นเวลาช้านานที่ไม่อาจปฏิเสธได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประการ คุณารักษ์ ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการถ่ายทอดความรู้การทอผ้าไหม: กรณีศึกษา บ้านตาหยวก ตำบลทุ่งหลวง อำเภอสวรรคภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด” (ประการ คุณารักษ์. 2545) โดยผลการวิจัยพบว่า กระบวนการถ่ายทอดความรู้การ

ทอผ้าไหม เป็นกระบวนการผลิตเกลททางสังคมโดยการใช้ผ้าไหมเป็นเครื่องมือ เพื่อให้ผู้หญิงมีความสมบูรณ์พร้อมตามที่สังคมชุมชนบ้านตาดห้วยกาดหวังการถ่ายทอดความรู้การทอผ้าไหม ผู้มีบทบาทหลักได้แก่สถาบันครอบครัว ซึ่งมีแม่ ย่า ยาย ป้า น้า และอาที่เป็นผู้หญิง เด็กผู้หญิงจะเรียนรู้การทอผ้าไหมควบคู่ไปกับการช่วยงานแม่ในการทอผ้าไหม โดยจะเริ่มเรียนในช่วงอายุ 9-10 ปี จากขั้นตอนง่ายๆ ที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนและไม่มีความต่อเนื่อง อายุประมาณ 13 ปี ขึ้นไป ก็จะเริ่มเรียนรู้การทอผ้าไหมอย่างจริงจังตามขั้นตอนที่ตนเองอยากจะทำควบคู่ไปกับการช่วยงานแม่ในการทอผ้าไหม พออย่างเข้าวัยสาวอายุประมาณ 16 ปี ขึ้นไป จนถึงวัยก่อนแต่งงาน จะเรียนรู้การทอผ้าไหมทุกขั้นตอนและมีการพัฒนาฝีมือการทอผ้าไหมอย่างรวดเร็ว คุณภาพการทอผ้าไหมจะมีความประณีต การทอผ้าของผู้หญิงวัยสาว เป็นการเตรียมผู้หญิงเพื่อก้าวไปสู่สถานภาพที่สูงขึ้น คือ การเป็นภรรยาและมารดา ผู้หญิงวัยครองเรือนที่สถานภาพเป็นแม่ เป็นย่า เป็นยายจะเรียนรู้การทอผ้าไหมด้วยตนเองและหาความรู้ประสบการณ์เพิ่มเติมในเรื่องเทคนิควิธีการในบางขั้นตอนเพื่อให้การทอผ้าไหมมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ด้านการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาการทอผ้าไหม บ้านดู่หนองไผ่มีกระบวนการอนุรักษ์การทอผ้าไหมโดยอาศัยกระบวนการทางครอบครัวและวิถีทางธรรมชาติซึ่งสืบทอดผ่านพ่อแม่ ย่ายาย เป็นผู้มีบทบาทโดยตรงในการเป็นผู้สอนบุตรหลานให้ทอผ้าไหม พ่อแม่ทอผ้าลูกก็จะได้สัมผัสกับการทอผ้าซึมซับความรู้ทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจก็ได้ เป็นการถ่ายทอดผ่านระบบเครือญาติ การทอผ้าส่วนใหญ่จะเป็นคนในครอบครัวที่คอยช่วยเหลือกัน เมื่อมีความรู้ในครอบครัวระดับหนึ่งแล้วก็จะแสวงหาความรู้จากครอบครัวด้วยการซักถามจากผู้มีประสบการณ์ในหมู่บ้านเดียวกันเป็นการเพิ่มเติมทักษะใหม่ๆ ให้มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลออ ไชโยธธา ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องภูมิปัญญาการทอผ้าไหมชุมชนตำบลโคกจาน อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ โดยผลการวิจัยพบว่า ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของชุมชนตำบลโคกจานเป็นสิ่งท้องถิ่นที่โดดเด่น มีคุณภาพที่โดดเด่น โดยลักษณะเหล่านี้เป็นพื้นฐานมาจากความเชื่อและสภาพแวดล้อมของชุมชนที่ปฏิบัติสืบต่อกันมา จึงทำให้ผ้าไหมมีคุณค่าและมีบทบาทที่สำคัญซึ่งบ่งชี้ถึงความเป็นมาของชุมชน แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการ การค้น การคิด การประดิษฐ์ การแก้ไขปรับปรุงยุคต่อให้มีความเหมาะสมลงตัว กลายเป็นจารีต ประเพณี วัฒนธรรมที่ถ่ายทอดสู่รุ่นลูกหลานสืบต่อไป (ลออ ไชโยธธา. 2551)

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ทำให้ทราบถึงการรักษาและสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านดู่หนองไผ่
2. สามารถนำแนวทางการอนุรักษ์ที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปเผยแพร่กับกลุ่มทอผ้าไหมในอำเภออื่นๆ ของจังหวัดสุรินทร์ได้
3. สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับการอนุรักษ์และพัฒนาการทอผ้าไหมและสามารถนำไปสร้างเป็นองค์ความรู้ให้ส่งต่อไปให้กับกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรสนับสนุนความรู้ความเข้าใจ ทักษะ วัสดุ อุปกรณ์ งบประมาณให้เหมาะสมกับงาน โดยหน่วยงานในภาครัฐควรเป็นตัวหลักในการสนับสนุนกลุ่มทอผ้าไหมดังกล่าว
2. ควรถ่ายทอดความรู้ให้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ได้แก่ การให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเข้ามาเรียนรู้กระบวนการทอผ้าไหม บ้านดู่หนองไผ่ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจกระบวนการทำงานของกลุ่มทอผ้าไหมอย่างแท้จริง

3. จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้เกี่ยวข้อง เนื่องจากกลุ่มทอผ้าไหมถือเป็นรัฐวิสาหกิจชุมชน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนและคนทั่วไปได้รับทราบถึงกิจกรรมดังกล่าว ย่อมจะทำให้ผู้คนอยากมีส่วนร่วมในกลุ่มมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. (2549). สารานุกรม

ไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่ม 21. กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.

นิติ กลไกศล. (2541). การพัฒนาอุตสาหกรรมไหมไทยในภาคอีสาน: รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระ

จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2444-2455). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ประการ คุณารักษ์. (2545). กระบวนการถ่ายทอดความรู้การทอผ้าไหม: กรณีศึกษา บ้านตาหยวก ตำบลทุ่งหลวง

อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาสารคาม: บัณฑิต-

วิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ลอบ ไชยโยธา. (2551). ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมชุมชนตำบลโคกจาน อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ.

วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. ศรีสะเกษ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.

Jensen, C. (1966). Delphi in Depth: Power Techniques from the Experts Berkeley. Singapore: McGraw-Hill.

NBUS052: รูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

THE MODEL OF COMMUNITY PEACE CREATION ACCORDING TO BUDDHIST PRINCIPLE, BANGKRUAI DISTRICT, NONTHABURI PROVINCE

พระครูปลัดจรรย์พันธ์ กิตติภาโร (บุญกาญจน์)¹ รองศาสตราจารย์ ดร.พระสุธีรัตนบัณฑิต² ดร.บัว พลรัมย์³

¹ นิติศาสตรบัณฑิต ม.ราชภัฏวชิรเวศน์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้หลักพระพุทธศาสนาในการสร้างสันติสุขของชุมชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้พระพุทธศาสนาในการสร้างสันติสุขของชุมชนใน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี และ 3) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งกำหนดรูปแบบในการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ ที่อยู่ในเขตพื้นที่ชุมชนตำบลวัดชลอ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 389 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 11 คน โดยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบบริบท

ผลการวิจัย พบว่า

1. การประยุกต์ใช้หลักพระพุทธศาสนาในการสร้างสันติสุขของชุมชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี พบว่า โดยภาพรวม ประชาชนมีความเห็นต่อรูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ด้านกฎนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ด้านมูทิตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสันติสุขของชุมชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วยหลักการที่สำคัญ 3 ประการ คือ หลักพุทธธรรม ได้แก่ 1) หลักพรหมวิหาร 4 เช่น หลักเมตตา หมายถึงคนในชุมชนต้องอยู่กันด้วยความมีเมตตา หลักกรุณา หมายถึงคนในชุมชนต้องประกอบด้วยเมตตาธรรม หลักมูทิตา หมายถึง คนในชุมชนต้องแสดงมูทิตาจิตต่อเพื่อนร่วมสังคม หลักอุเบกขา หมายถึงคนในชุมชนต้องใช้หลักอุเบกขาในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม 2) ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง การใช้ภูมิปัญญาได้แก่การเคารพผู้ใหญ่ การเข้าวัดในวันพระเพื่อฝึกตนให้อยู่ในคุณงามความดี และ 3) หลักกฎหมาย สังคมใดก็ตามหากอยู่กันด้วยการเคารพกฎหมาย สังคมนั้นย่อมเกิดสันติสุข

3. รูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี สามารถอธิบายได้ดังนี้ ชุมชนบางกรวยเป็นชุมชนที่อาศัยอยู่ริมคลองบางกอกน้อยมาแต่เดิม ตลอดระยะทางที่ใช้ในการสัญจรในอดีตนั้นเป็นทางน้ำ และผู้คนมักนิยมสร้างวัดเพื่อใช้ในการประกอบศาสนกิจของพระภิกษุและเป็นที่สรวงบุญของคนในชุมชน ดังนั้น

ชุมชนบางกรวยจึงเป็นชุมชนที่ฝังใ้ในพุทธธรรม ดังจะเห็นได้จากการเข้าวัดฟังธรรมในวันพระ มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับพระพุทธศาสนาอยู่เป็นประจำ ทำให้ผู้คนที่ย้ายอยู่ในชุมชนบางกรวยใช้ชีวิตอยู่ด้วยกันอย่างสันติสุข ส่วนข้อเสนอแนะ คือ ต้องการให้หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนที่ก่อให้เกิดสันติสุขอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดเป็นนโยบายอย่างชัดเจน จึงจะทำให้ชุมชนเกิดสันติสุขอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การสร้างสันติสุข, พระพุทธศาสนา

Abstract

This research consisted of three main objectives, namely: 1) to study application of the Buddhist principles for community peace in Bang Kruay, Nonthaburi Province; 2) to explore factors affecting the application of Buddhism to community peace in Bang Kruay District, Nonthaburi Province; and 3) to analyze the model of creating community peace in Bang Kruay District, Nonthaburi Province. It was employed by the mixed methods. As for the quantitative research it was conducted by survey research, the samples used in the research were the 389 people and officials of various agencies in metropolitan area of Wat Chalar, Bang Kruay District, Nonthaburi Province by systematic sampling method. The tool for Data collection is a questionnaire and analyzed data by using program for social science research statistics: frequency, percentage, mean, and Standard Deviation. As for qualitative research, it was conducted by in-depth interviews with 11 key informants and analyzed data by content analysis techniques.

The research findings revealed as follows:

1. As for application of the Buddhist principles for community peace in Bang Kruay, Nonthaburi Province, it has been found that overall opinions on application of the Buddhist principles for community peace in Bang Kruay, Nonthaburi Province were found in good level. Having considered each aspect, it has been found that the aspect of compassion was in good level at averaging of 3.77 and the aspect of mudita was 3.53,

2. As for factors affecting the application of Buddhism to community peace in Bang Kruay District, Nonthaburi Province, it has been found that factors affecting community Peace in Bang Kruai District Nonthaburi are three main Buddhist principles: 1) The principle of 4 Brahmavihāras (sublime states of mind) means that the people in the community must live with the principle of mercy, must be composed of mercy, the community has to use the principle of detachment in solving problems in society; 2) folk wisdom refers to the use of wisdom, respect for adults, go to monastery on the Buddhist Holiday to practice virtue and goodness; and 3) law: If people live together with respect for social law, it will be peaceful.

3. As for the model of creating community peace in Bang Kruay District, Nonthaburi Province, it has been found that community peace model in Bang Kruay District Nonthaburi can be explained as

follows: Bangkruiy community is a community that live along the Bangkok Noi canal, since the past traveled via water and people loved to build monasteries for monks' activities and people's pilgrims in the community. Hence, Bangkru Community is regarded as a community devoted to Buddhism as seen from entrance to monastery to listen to Dhamma in the Buddhist holiday and hold activities connecting to monastery regularly. The people living in Bangkruiy community live together in peace. The suggestions are that government agencies should support the community's activities that contribute to peace. But here is some suggestion: the governmental agent should continuously support community's activities resulting peace and happiness by defining policy clearly. This will make the community to live in peace and happiness sustainably.

Keywords: Creating peace, Buddhism

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพสังคมไทยในปัจจุบันในตลอดช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ. 2543: 30) ประชาชนในสังคมต้องเผชิญกับปัญหามากมายทั้งปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาความขัดแย้งทางด้านความคิดและปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองที่ยังคงมีให้เห็นอย่างต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน ปัญหาด้านเศรษฐกิจหรือปัญหาด้านสังคมต่างๆ ได้ส่งผลกระทบต่อประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ด้านสังคม ขาดการพึ่งพาอาศัยกัน ขาดความสัมพันธ์อันดี ขาดความรักใคร่กลมเกลียว และการไว้น้ำใจแก่กันและกัน ในชุมชนอันส่งผลทำให้ชุมชนมีความสุขลดน้อยลง ด้านเศรษฐกิจ การพึ่งพาตนเองโดยการสร้างธุรกิจชุมชนซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะนำความสำเร็จมาสู่ชุมชน หรือการพัฒนาทางการศึกษา การแสวงหาความรู้ ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อต่างๆ การแลกเปลี่ยนความรู้เปลี่ยนแปลงไป สิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อปากท้อง ความสมบูรณ์ของชุมชน การพัฒนาชุมชนและความสุขในตัวประชากรเหล่านั้น การปรับโครงสร้างรากฐานของสังคมให้แข็งแกร่งขึ้นด้วยการพัฒนาในสังคมทางด้านจิตใจให้เป็นคนดี มีความคิดเห็นที่ถูกต้อง มีปัญญาพิจารณาสิ่งต่างๆ ในชีวิตได้อย่างดี เพื่อความสงบสุขในสังคมไทย หลักคำสอนทางพระพุทธศาสนาเห็นว่า การที่คุณธรรมต่างๆ จะเจริญงอกงามขึ้นได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยสภาพแวดล้อมที่ดี การจัดระเบียบสังคมให้ดีงาม และเกื้อกูลแก่คุณธรรมดังกล่าวจึงมีความสำคัญมาก ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีหลักธรรมหลายประการที่จะทำให้อันในสังคมและสภาพแวดล้อมได้รับการจัดสรรก่อให้เกิดชีวิตที่ดีร่วมกัน เพื่อให้คุณธรรมภายในเจริญงอกงาม ในอดีตเขตเทศบาลเมืองบางกรวยมีทำเลที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา (ปัจจุบัน คือ คลองบางกอกน้อยและคลองบางกรวย) จึงเป็นพื้นที่หนึ่งในจังหวัดนนทบุรีที่มีการตั้งถิ่นฐานเป็นชุมชนมาตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนต้น โดยเฉพาะบริเวณวัดชลอซึ่งปรากฏรูปแบบสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมสมัยอยุธยา แต่ชุมชนแห่งนี้ก็ยังมีขอบเขตไกลออกไปถึงวัดโตนด วัดกระโจิมทอง และวัดลุ่มคงคาราม เมื่อมีการปฏิรูปการบริหารราชการและการปกครองท้องที่ในสมัยรัตนโกสินทร์ บริเวณนี้จึงมีฐานะเป็นตำบลบางกรวยตามกฎหมายลักษณะการปกครองท้องที่ต่อมาในปี พ.ศ. 2490 ทางราชการได้แยกพื้นที่ด้านตะวันตกของตำบลบางกรวยจัดตั้งเป็นตำบลวัดชลอ จนกระทั่งในบริเวณนี้มีประชากรหนาแน่นขึ้น เพื่อประโยชน์ในการทะนุบำรุงท้องถื่นให้เจริญก้าวหน้า ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นประชากรในเขตตำบลวัดชลอ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีนั้นจะมีทั้งวัยวัยเด็ก วัยหนุ่มสาว ผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ ซึ่งประชากรเหล่านี้จะต้องเผชิญกับปัญหามากมายที่เกิดขึ้นในสังคมอันจะส่งผลกระทบต่อความสงบสุขและสันติสุขในชีวิต

ของตน และจากหลักคำสอนตามหลักพระพุทธศาสนาและตามหลักหมวดธรรมเกี่ยวกับสังคม ซึ่งพระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต) ได้รวบรวมไว้ใน ธรรมานุญชีวัด หมวดคนกับสังคม (พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). 2540) ท่านได้กล่าวถึง พรหมวิหาร 4 ว่า คือธรรมของตนมีคุณแก่สังคม (สมาชิกที่ดีของสังคม) พรหมวิหาร 4 จึงเป็นหมวดธรรมที่มีความสำคัญและน่าสนใจ นอกจากนี้พรหมวิหาร 4 ยังเป็นหมวดธรรมซึ่งรู้จักกันแพร่หลายในสังคมว่า คือ ธรรมประจำใจของผู้ประเสริฐหรือผู้มีจิตใจยิ่งใหญ่กว้างขวางดุจพระพรหม 4 ประการ ได้แก่ เมตตา คือ ความรัก กรุณา คือ ความสงสาร มุทิตา คือ ความเบิกบานพลอยยินดี เมื่อเห็นผู้อื่นอยู่ดีมีสุข อุเบกขา คือ ความวางเฉยมีใจเป็นกลาง ในขณะที่พุทธศาสนิกชนบางส่วน ยังขาดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับหมวดธรรมดังกล่าวอีกหลายประการ เช่น ไม่เข้าใจว่าพรหมวิหาร 4 เป็นคุณธรรมประจำใจเป็นคุณภาพจิตหรืออยู่ในระดับความคิดเนื่องในสัมมาสังกัปปะ การฝึกอบรมพรหมวิหาร 4 จึงรวมอยู่ในหมวดสมาธิหรืออิทธิจิตสิกขาถ้าจะใช้พรหมวิหาร 4 เช่น เมตตากับการแสดงออกภายนอกก็ต้องเอาเมตตานั้นไปประกอบการกระทำ คือ กายกรรมประกอบด้วยเมตตา วจีกรรมประกอบด้วยเมตตา เป็นต้น เพราะว่าถ้าฟังเมตตาก็ไม่เป็นการกระทำขึ้นปฏิบัติการทางสังคมโดยตัวของมันเอง จากที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นถึงปัญหาต่างๆ ที่ส่งผลต่อความเป็นอยู่และสันติสุขของประชาชนในชุมชน ผู้วิจัยจึงสนใจการนำหลักธรรมเรื่องพรหมวิหารธรรมหรือพรหมวิหาร 4 มาประยุกต์ใช้ในการเสริมสร้างสันติสุขในเขตตำบลวัดชลอ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ซึ่งปัจจุบันการพัฒนาสังคมและการเสริมสร้างสันติสุขในสังคมเป็นเรื่องที่คนส่วนใหญ่สนใจและให้ความสำคัญกันอย่างกว้างขวาง ในขณะที่พระพุทธศาสนาซึ่งเป็นศาสนาที่คนส่วนใหญ่ในประเทศไทยนับถือก็สนใจและให้ความสำคัญกับสังคมเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากที่พระพุทธศาสนามีหลักธรรมเกี่ยวกับสังคมโดยตรงปรากฏอยู่หลายหมวดและพรหมวิหาร 4 ก็เป็นหนึ่งในหมวดธรรมดังกล่าวซึ่งคนส่วนใหญ่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย แต่พุทธศาสนิกชนบางส่วนกลับไม่สามารถนำพรหมวิหาร 4 ไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาชีวิตและสังคมได้เท่าที่ควร ในส่วนนี้ทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาวิธีการประยุกต์ใช้พรหมวิหาร 4 เพื่อการพัฒนาสังคมด้วย โดยในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยประสงค์จะศึกษา การประยุกต์ใช้หลักพรหมวิหารธรรมในการสร้างสันติสุขในเขตตำบลวัดชลอ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้หลักพระพุทธศาสนาในการสร้างสันติสุขของชุมชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ตามหลักพระพุทธศาสนา

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรพระภิกษุสงฆ์และประชาชนที่อยู่ในตำบลวัดชลอ ในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีจำนวนทั้งสิ้น 14,626 รูป/คน โดยผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Simple Random Sampling) มาจากพระสงฆ์และประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ ตำบลวัดชลอ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 389 รูป/คน (Krejcie; & Morgan. 1970) และกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ (In-depth Interview) จำนวน 11 รูป/คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

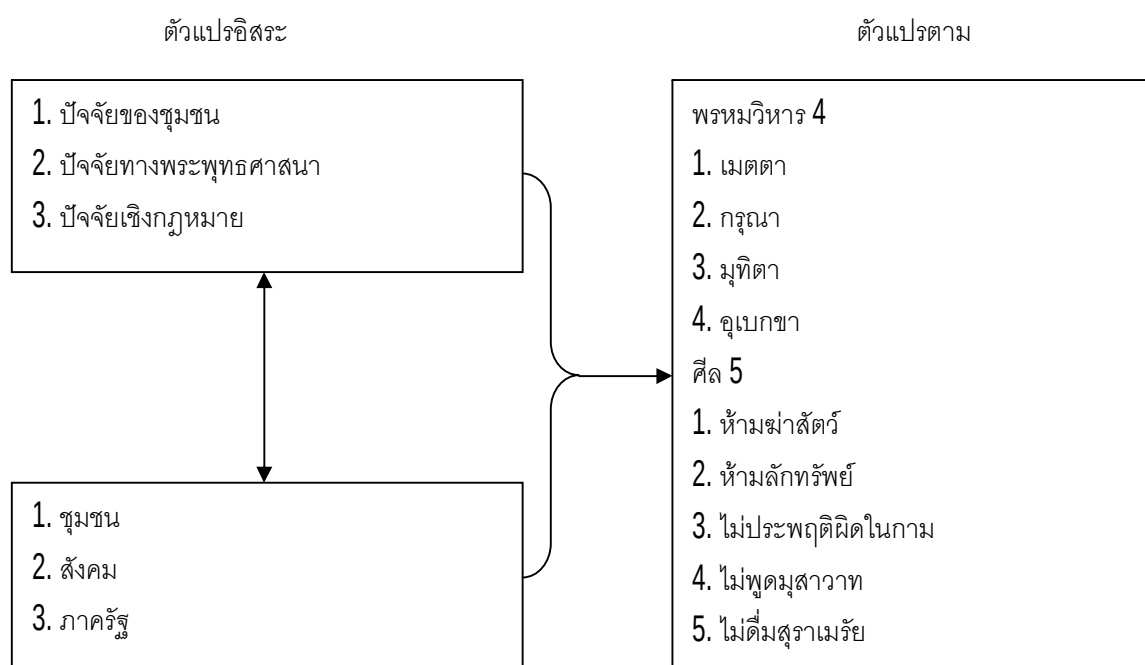
ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ มีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับเรื่อง รูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาของการอาศัยอยู่ในชุมชน ให้เลือกตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 รูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 5 ด้าน 1) ด้านเมตตา 2) ด้านกรุณา 3) ด้านมุทิตา 4) ด้านอุเบกขา และ 5) ด้านศีล 5 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ผลการศึกษา

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ด้านเพศ เพศชาย จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 56.60 และเพศหญิง จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 43.40

2. ด้านอายุ อายุ 41-50 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.10 อายุระหว่าง 41-40 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 และน้อยที่สุด 20-30 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30

3. ด้านการศึกษา มีการศึกษา ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 83.30 ระดับปริญญาตรี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.40 และน้อยที่สุด ระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30

4. ด้านสถานภาพ มีสถานภาพโสด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 หย่าร้าง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 สมรส จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.10 และอื่นๆ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70
5. ด้านอาชีพ มีอาชีพค้าขาย จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 56.60 รองลงมาประกอบอาชีพรับจ้าง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 และน้อยที่สุด คือ ข้าราชการ/ข้าราชการบำนาญ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30
6. ด้านรายได้ มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมา มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 และน้อยที่สุด มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70
7. ด้านระยะเวลาการอาศัยอยู่ในชุมชน มีระยะเวลาของการอาศัยอยู่ในชุมชนระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.10 รองลงมา มีระยะเวลาของการอาศัยอยู่ในชุมชนตั้งแต่ 10 ปีลงมา จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 และน้อยที่สุด มีระยะเวลาของการอาศัยอยู่ในชุมชนระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 และมีระยะเวลาของการอาศัยอยู่ในชุมชนระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30

รูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อรูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อพิจารณารายด้าน สรุปได้ดังนี้

1. ด้านเมตตา ประชาชนมีความคิดเห็นต่อ รูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม ด้านเมตตา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ชุมชนของท่านใช้หลักธรรมด้านเมตตาทำให้คนในชุมชนประพฤติตนอยู่ในศีลธรรมอันดีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาคือ ชุมชนของท่านใช้หลักธรรมด้านเมตตาเพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีในชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ชุมชนของท่านใช้หลักธรรมด้านเมตตาทำให้คนในชุมชนมุ่งสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50
2. ด้านกรุณา ประชาชนมีความคิดเห็นต่อ รูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม ด้านกรุณา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ชุมชนของท่านใช้หลักธรรมด้านกรุณาทำให้คนในชุมชนช่วยเหลือผู้ที่ประสบความเดือดร้อน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ ชุมชนของท่านใช้หลักธรรมด้านกรุณาสร้างให้เกิดความเห็นใจผู้อื่นเมื่อผู้อื่นได้รับทุกข์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ชุมชนของท่านใช้หลักธรรมด้านกรุณาทำให้คนในชุมชนเสียสละแบ่งปันด้วยจิตใจที่โอบอ้อมอารี ช่วยเหลือกันในโอกาสอันควร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60
3. ด้านมุทิตา ประชาชนมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม ด้านมุทิตา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ชุมชนของท่านใช้หลักธรรมด้านมุทิตาทำให้คนในชุมชนอยู่กันอย่างมีความสุข ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 รองลงมาคือ ชุมชนของท่านใช้หลักธรรมด้านมุทิตาทำให้คนในชุมชนเป็นคนใจกว้าง ไม่คับแคบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ชุมชนของท่านใช้หลักธรรมด้านมุทิตาทำให้คนในชุมชนเปิดโอกาสให้ผู้อื่นแสดงความคิดเห็นและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างมีเหตุผล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

4. ด้านอุเบกขา ประชาชนมีความคิดเห็นต่อ รูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม ด้านอุเบกขา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ชุมชนของท่านใช้หลักธรรมด้านอุเบกขาทำให้คนในชุมชนมีเหตุผลอย่างถูกต้องด้วยความเที่ยงธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 รองลงมาคือ ชุมชนของท่านใช้หลักธรรมด้านอุเบกขาทำให้คนในชุมชนไม่ซ้ำเติมผู้อื่นเมื่อผู้อื่นเดือดร้อน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ชุมชนของท่านใช้หลักธรรมด้านอุเบกขาทำให้คนในชุมชนสามารถใช้สติปัญญาพิจารณาข้อเท็จจริงอย่างถูกต้องประกอบด้วยเหตุผล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

5. ด้านศีล 5 ประชาชนมีความคิดเห็นต่อ รูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม ด้านศีล 5 อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ชุมชนของท่านมีการดำรงชีวิตอยู่อย่างไม่เบียดเบียนผู้อื่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 รองลงมาคือ ชุมชนของท่านมีการดูแลความเป็นอยู่ของคนในชุมชนอย่างปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ชุมชนของท่านมีการส่งเสริมให้มีการประกอบอาชีพอย่างสุจริต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนตามหลักพระพุทธศาสนาในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

หลักธรรมด้านเมตตาจะสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีในชุมชน อันนำมาซึ่งผลที่ทำให้คนในชุมชนมีความรัก ความปรารถนาดีต่อกัน และสามารถอยู่ร่วมกันในชุมชนอย่างสงบสุขได้ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต) ให้ความหมายของเมตตาว่า เมตตา คือ ความเมตตา (ความรัก) คือ ความปรารถนาดีไม่มีตรี ต้องการช่วยเหลือให้ทุกคนประสบประโยชน์และความสุข คำว่ากรุณา คือ ความสงสาร คือ อยากจะช่วยเหลือให้ผู้อื่นพ้นทุกข์ ใส่ใจที่จะปลดปล่อยบำบัดความทุกข์ยากเดือดร้อนของคนและสัตว์ทั้งปวง (พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). 2540)

หลักธรรมด้านกรุณา หลักคำสอนนี้จะช่วยเหลือคนที่ทุกข์ให้พ้นทุกข์จะทำให้สังคมมีแต่ความสุข ไม่เอาเปรียบผู้อื่นและไม่เห็นแก่ตัว ความกรุณาต่อเพื่อนร่วมสังคม เพื่อนร่วมโลกจะทำให้ผู้คนรักและสามัคคีกัน จะทำให้มีการแสดงออกซึ่งความผูกพันในเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ทำให้คนให้ชุมชนมีความอนุเคราะห์เกื้อกูลซึ่งกันและกัน ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ ธนวรรณ สกุลชัยพฤกษ์ ได้กล่าวถึงความสำคัญของกรุณาไว้ว่า ความปรารถนาให้ผู้อื่นพ้นทุกข์ความทุกข์คือ สิ่งที่เราไม่สบายใจให้เกิดความไม่สบายกายและไม่สบายใจ และจะเกิดจากหลายปัจจัยด้วยกัน พระพุทธองค์ทรงสรุปไว้ว่าความทุกข์มี 2 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

1. ทุกข์โดยสภาวะหรือเกิดจากการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติของร่างกาย เช่น การเกิด การเจ็บไข้ ความแก่และความตายสิ่งมีชีวิตทั้งหลายที่เกิดมาในโลกจะต้องประสบกับการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

2. ทุกข์จรหรือทุกข์ทางใจ อันเป็นความทุกข์ที่เกิดจากสาเหตุที่อยู่นอกร่างกาย เช่น เมื่อปรารถนาแล้วไม่สมหวังก็เป็นทุกข์ การประสบกับสิ่งอันไม่เป็นที่รักก็เป็นทุกข์ การพลัดพรากจากสิ่งที่รักก็เป็นทุกข์

หลักธรรมด้านมูทิตา หลักคำสอนนี้จะทำให้ประชาชนในชุมชนไม่อิจฉาริษยาซึ่งกันและกันสามารถทำให้ประชาชนในชุมชนยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เวลามีปัญหาสามารถปรึกษาหารือกันได้ และมีความยินดีที่ผู้อื่น

เป็นสุขไม่อิงฉ้อฉลผู้อื่น ซึ่งจากผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับแนวคิดของ ไสว มาลาทอง ได้ให้ความหมายของ มูทิดาไว้ว่า มูทิดา หมายถึง ความซื่อสัตย์ พละยั้งยั้งเมื่อเห็นผู้อื่นพ้นจากความทุกข์ความเดือดร้อน ไม่ว่าจะพ้นทุกข์นั้นเกิดจากความเมตตากรุณาของตนหรือผู้อื่น มูทิดาจึงเป็นหลักธรรมที่แสดงให้เห็นบุคลิกของคนใจกว้าง ไม่คับแคบนับเป็นความดีอย่างหนึ่ง (ไสว มาลาทอง, 2559)

หลักธรรมด้านอุเบกขา หลักคำสอนนี้จะทำให้ประชาชนในชุมชนมีใจเป็นกลาง ใช้ปัญญาพิจารณาสิ่งต่างๆ อย่างมีสติ ให้เหตุและผลมาประกอบ ไม่เข้าเต็มเมื่อผู้อื่นมีทุกข์ ไม่อิงฉ้อเมื่อผู้อื่นได้ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาสุทธิชัย สุทธิชัย (ถาวรศิลป์) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ศึกษาเชิงวิเคราะห์พระมหาวีร 4 ในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนา” (พระมหาสุทธิชัย สุทธิชัย, 2546) โดยสรุปได้ว่า พระมหาวีร 4 มีปรากฏอยู่ในพระไตรปิฎกและคัมภีร์อื่นๆ หลายแห่ง ตามลักษณะของการจัดหมวดหมู่ทางหลักธรรม พระมหาวีร 4 จึงเป็นหลักธรรมที่มีความสำคัญมากต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม เนื่องจากเป็นคุณธรรมอันดีงาม เป็นหลักปฏิบัติที่มนุษย์พึงยึดไว้ประพฤติปฏิบัติต่อกันและกัน เพื่อความสงบสุขของผู้ปฏิบัติและสังคมโดยรวม

หลักธรรมด้านศีล 5 ศีล 5 เปรียบเหมือนหลักปฏิบัติในเบื้องต้นของสังคมที่สามารถทำให้ชุมชนเกิดสันติสุขได้อย่างยั่งยืนสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทนา อังสุวรรณ (2533) ที่ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่านิยมและการปฏิบัติเกี่ยวกับเบญจศีลของชาวพุทธในสังคมเมืองและชนบทที่อยู่ในและนอกโครงการแผ่นดินธรรมแผ่นดินทอง โดยศึกษากรณีหมู่บ้านในอำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ใน 3 พื้นที่ยังคงมีค่านิยมและปฏิบัติตามเบญจศีลสอดคล้องตามหลักทฤษฎีคือ มีความเห็นว่าเบญจศีลมีความสำคัญมาก และบัญญัติไว้ให้ทุกคนปฏิบัติเพื่อความสงบสุขของสังคม และเห็นว่าการถือศีล นำไปสู่สุคติพร้อมด้วยทรัพย์และถึงความดับทุกข์ได้ทั้งยังเห็นว่าศีล 5 ไม่ขัดกับสภาพสังคมปัจจุบัน

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ทำให้ทราบถึงการประยุกต์ใช้หลักพระพุทธศาสนาในการสร้างสันติสุขของชุมชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้พระพุทธศาสนาในการสร้างสันติสุขของชุมชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
3. ทำให้ทราบถึงรูปแบบการสร้างสันติสุขของชุมชนใน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ตามหลักพระพุทธศาสนา

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการวิจัยเรื่องการศึกษาการมีส่วนร่วมในการสร้างสันติสุขของประชาชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
2. ควรมีการวิจัยเรื่องกระบวนการสร้างสันติสุขของประชาชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
3. ควรมีการวิจัยเรื่องการสร้างเครือข่ายของชุมชนในการสร้างสังคมมีสุขของประชาชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ ในคณะกรรมการอำนวยการจัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. (2546). **วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดนนทบุรี**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา.
- นันทนา อังสุรังสี. (2533). **การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่านิยมและการปฏิบัติที่เกี่ยวกับเบญจศีลของชาวพุทธในสังคมเมืองและชนบทที่อยู่นอกโครงการแผ่นดินธรรมแผ่นดินทองศึกษาเฉพาะกรณีบ้านในอำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). (2540). **ธรรมบุญชีวิต**. กรุงเทพฯ: สหธรรมิก.
- พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต). (2545). **ธรรมบุญ: พุทธจริยธรรมเพื่อชีวิตที่ดีงาม**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพุทธธรรม.
- พระมหาสุทนต์ จิตฺตโย (ถาวรศิลป์). (2546). **การศึกษาเชิงวิเคราะห์พระมหาวีร 4 ในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. พระนครศรีอยุธยา: บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- ไสว มาลาทอง. (2559). **คู่มือการศึกษาจริยธรรม**. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2559, จาก <http://www.suwalaiporn.com/index.php?lay=show@ac=article&Id=391129&Ntype>.
- Krejcie, Robert V.; & Morgan, Daryle W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30: 607-610.

NBUS053: ลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน LEARNING ORGANIZATION CHARACTERISTICS OF PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

รัชนิภากร คอล่งแคล่ว¹

¹ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามความคิดเห็นของบุคลากรสายวิชาการ และสายสนับสนุนวิชาการ และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการบริหาร ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านบูรณาการทางวิชาการกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ได้แก่ บุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนวิชาการที่ปฏิบัติงานในหน่วยงาน คณะต่างๆ ของสถาบันของมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ประจำปีภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ได้แก่แบบสอบถาม วิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t-test และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

1. บุคลากรสายวิชาการ มีความคิดเห็นต่อลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยรวมและรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความคิดเชิงระบบ ด้านการมีแบบแผนความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วม ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม และด้านการรอบรู้แห่งตนอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อประเมินความคิดเห็นของบุคลากรสายวิชาการเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด พบว่า บุคลากรสายวิชาการเห็นว่าลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ทั้งโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มีความคิดเห็นต่อลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยรวมและรายด้าน ในด้านความคิดเชิงระบบ ด้านการมีแบบแผนความคิดด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วม และด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการรอบรู้แห่งตน บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมีความเห็นว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อประเมินความคิดเห็นของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการเห็นว่าลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ทั้งโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ วัฒนธรรมและบรรยากาศองค์การ โครงสร้างและงานในองค์การ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ปัจจัยด้านการบริหาร ได้แก่ การบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม และมาตรฐานการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงมากกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การมอบอำนาจ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ แรงจูงใจ ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์การ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงมาก กับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ปัจจัยด้านบูรณาการทางวิชาการ ได้แก่ การเรียนรู้ในองค์การ การสร้างและถ่ายทอดความรู้ และการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงมาก กับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: องค์การแห่งการเรียนรู้, สถาบันอุดมศึกษาเอกชน

Abstract

These research objectives: 1) to study the organization of private higher learning institutions. According to a review of the academic staff, and 2) to support the academic study of the relationship between environmental factors. Factors Management Human factors, and factors affecting the integration of the technical characteristics of a learning organization of private higher education institutions. Population and samples used in the research organization characteristics of private higher learning institutions, including academic and support personnel who work in academic departments of the Institute of Bangkok University, Bangkok. For the 2nd semester 2560 academic year, 200 questionnaires were used. Statistical analyzes were mean, percentage, Standard Deviation, statistical t-test.

The results of the study were as follows:

1. The perception of faculty members toward the learning organization characteristics of private higher education institutions in overall aspect and each of five aspects were at the moderate level. Moreover, the learning organization characteristics as perceived by the faculty members was statistically significant higher than the criterion at .05 level

2. The perception of academic supporting staff toward the learning organization characteristics of private higher education institutions in overall aspect were at the moderate level. When considering in each aspect, it was found that the learning organization characteristics in personal mastery as perceived by academic supporting staff was high while other aspects were at the moderate level. Moreover, the academic supporting staff's perception toward the learning organization characteristics was statistically significant higher than the criterion at .05 level.

3. The environmental factors: organization culture and climate, organization structure and work, and physical environment had statistically positive relationship at the high level with the learning organization characteristics of private higher education institutions at .05 level.

4. The administrative factors: change management and innovations, and performance standards had statistically positive relationship at the highest level with the learning organization characteristics of private higher education institutions at .05 level. While the transformational leadership, empowerment, and human resource development had statistically positive relationship at the high level with the learning organization characteristics of private higher education institutions at .05 level.

5. The human factors: motivation, job satisfaction, and organization commitment, had statistically positive relationship at the highest level with the learning organization characteristics of private higher education institutions at .05 level.

6. The academic integration factors: learning in organization, knowledge building and transfer and knowledge management had statistically positive relationship at the highest level with the learning organization characteristics of private higher education institutions at .05 level.

Keywords: Learning organization characteristics, private higher education institutions

บทนำ

ปัจจุบันสังคมไทยและสังคมโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง รวมทั้งการสื่อสารและเทคโนโลยีต่างๆ เป็นยุคของระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) หรือระบบเศรษฐกิจที่อาศัยการผลิต การแพร่กระจายและการใช้ความรู้เป็นตัว ขับเคลื่อนหลักในการผลักดันให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการแข่งขันสำหรับสังคมโลกในปัจจุบันซึ่งข้อได้เปรียบของการแข่งขันในโลกเศรษฐกิจคือการคิดค้นสิ่งใหม่ (Innovate) และการเปลี่ยนแปลง (Change) ได้รวดเร็วกว่าผู้อื่นองค์ประกอบของการนำไปสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ได้แก่นวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยีและการคมนาคมและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (ไพฑูริย์ สันลารัตน์, และคณะ. 2550: 57)

องค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning organization) เป็นแนวโน้มที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างสูงทั้งในแวดวงวิชาการและการบริหารจัดการ ที่มุ่งทั้งการปรับเปลี่ยนและพัฒนาองค์กร เนื่องจากเป็นแนวทางที่สร้างความอยู่รอดและความรุ่งเรืองได้อย่างยั่งยืน องค์การแห่งการเรียนรู้ เน้นที่การเรียนรู้ (learning) ที่เกิดขึ้นโดยการสร้างจากคนข้างในองค์กรที่อยู่กับปัญหาต้องเรียนรู้แนวทางแก้ไขปัญหา เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ดี การเรียนรู้การทำงานเป็นทีม ให้ประโยชน์ทั้งบุคคล ทีม และองค์กรไปในตัว คิดทำสิ่งใหม่ๆ แตกต่างและดีกว่าเดิม องค์การแห่งการเรียนรู้ เป็นองค์กรที่เอื้อการเรียนรู้ เป็นสถานที่ซึ่งทุกคนสามารถขยายศักยภาพของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างผลงานตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ เป็นที่ซึ่งเกิดรูปแบบการคิดใหม่ๆ ที่หลากหลาย

องค์การแห่งการเรียนรู้ (learning organization) เป็นแนวคิดของ เซนเก (Senge. 1990) ที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ในฐานะที่มีคุณค่าของหน่วยงาน เน้นการพัฒนาศักยภาพของบุคคลที่เป็นพื้นฐานในการพัฒนาองค์กร ทั้งที่เป็นบุคคล และที่เป็นทีม โดยองค์ประกอบที่เป็นหลักสำคัญมี 5 ประการ คือ 1) การคิดเชิงระบบ เป็นหัวใจที่สำคัญขององค์การแห่งการเรียนรู้ หมายถึง วิธีคิดและการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ความเปลี่ยนแปลง

สามารถเชื่อมโยงระบบย่อยต่างๆ ในองค์การได้ ความสำคัญของการคิดเชิงระบบ คือ การเรียนรู้จากประสบการณ์ การมีข้อมูลย้อนกลับ และมีการตรวจสอบซ้ำให้ต่อเนื่องเป็นระบบ 2) การมีแบบแผนความคิด เป็นการสร้างจิตสำนึกของบุคลากรในองค์การในการจำแนกสิ่งต่างๆ ให้มีความถูกต้อง รวมถึงการทำความเข้าใจในวิธีการ เพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้อง และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง ได้อย่างเหมาะสมเป็นรากฐานที่ทำให้บุคคลเกิดการรับรู้ เข้าใจงานที่ทำแบบองค์รวม สามารถเชื่อมโยงภาพรวมทั้งหมดและเกิดความกระฉับกับแบบแผนความคิด 3) การมีวิสัยทัศน์ร่วม เป็นการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันของบุคลากรให้เกิดความตระหนัก ความเข้าใจสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง เพื่อกำหนดเป้าหมาย หรือการสร้างภาพอนาคตที่มีทิศทางชัดเจนขององค์การ โดยการกระตุ้นให้บุคคลมีวิสัยทัศน์ สร้างบรรยากาศให้เกิดการสร้างสรรค์ พัฒนาวิสัยทัศน์ของบุคคล ให้เป็นวิสัยทัศน์ร่วมขององค์การเพื่อสร้างความผูกพัน โดยไม่ต้องมีการควบคุม 4) การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม เป็นการเรียนรู้ร่วมกันของบุคลากรในองค์การ โดยการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น และความรู้ในการพัฒนาความสามารถของทีมมากกว่าความสามารถของบุคคลเพียงคนเดียว เนื่องจากระบบการเรียนรู้ของทีมจะสะท้อนต่อการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล และ 5) การรอบรู้แห่งตน เป็นลักษณะการเรียนรู้ของบุคคลที่ขยายขีดความสามารถ ในการสร้างสรรค์ผลงาน เป็นบุคคลที่เรียนรู้ตลอดเวลาโดยอาศัยวิสัยทัศน์ส่วนบุคคล ในการจัดการด้านความคิดสร้างสรรค์และมีการเรียนรู้ โดยใช้จิตใต้สำนึก (จุฑา เทียนไทย. 2548: 128-129; อภิวันทรอดสุทธิ. 2541: 13-21; วีรวัฒน์ บันนิตมัย. 2544: 35-49)

การศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนามนุษย์และพัฒนาสังคม การศึกษาเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้า ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ในการจัดการศึกษาเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น และตอบสนองต่อการปฏิรูปการศึกษา รวมถึงหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องในการจัดการศึกษาทุกระดับ จำเป็นต้องตระหนักและให้ความสำคัญในการปรับเปลี่ยนที่เกิดขึ้น ต้องมีการศึกษาถึงทิศทางในการดำเนินงานขององค์การ วางแผนในการพัฒนา การสร้างจุดเน้นขององค์การ สร้างศักยภาพทางวิชาการ เพื่อมุ่งพัฒนาคนให้เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของประเทศเมื่อเป็นเช่นนี้ สถาบันอุดมศึกษาในฐานะที่เป็นองค์การหนึ่งที่มีบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีหน้าที่ในการสร้างบุคลากรให้กับสังคม จึงต้องตระหนักถึงกระบวนการเรียนรู้ การกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อสร้างองค์การให้มีความสอดคล้องกับสังคมโลก เมื่อการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกาภิวัตน์ และเป็นที่มาของการแข่งขันในการจัดการศึกษาในระดับสถาบันอุดมศึกษาเอกชน รวมทั้งการปรับตัวเพื่อเข้าสู่ “สังคมเศรษฐกิจฐานความรู้” สถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในฐานะที่เป็นหน่วยงานในการพัฒนาคน จำเป็นต้องมีการปรับระบบการบริหารงาน เพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น บุคลากรต้องมีความรอบรู้ เท่าทันและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมโลก แสวงหาแนวทางที่จะช่วยส่งเสริมศักยภาพและความมั่นคง

เพื่อให้การพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและสอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ รวมทั้งพัฒนาองค์การให้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่จะทำให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีความเข้มแข็ง และพัฒนาได้ตามศักยภาพของตนเองอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึง เห็นความสำคัญของลักษณะองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เพื่อเป็นการหารูปแบบ การพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีคุณภาพ มีศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบัน อุดมศึกษาเอกชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามความคิดเห็นของบุคลากรสายวิชาการ และสายสนับสนุนวิชาการ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการบริหาร ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านบูรณาการทางวิชาการกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแตกต่างกันตามลักษณะสายการปฏิบัติงาน
2. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการบริหาร ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านบูรณาการทางวิชาการ มีความสัมพันธ์กับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

1. ลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน หมายถึง สภาพของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่บุคลากรทุกฝ่ายมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาตน พัฒนางาน และพัฒนาองค์ความรู้ โดยมีองค์ประกอบด้านความคิดเชิงระบบ การมีแบบแผนความคิด การมีวิสัยทัศน์ร่วม การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม และการรอบรู้แห่งตนในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
2. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม หมายถึง สภาพการณ์ภายในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนโดยมีองค์ประกอบด้านวัฒนธรรมและบรรยากาศองค์การ โครงสร้างและงานในองค์การ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ
3. ปัจจัยด้านการบริหาร หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความสามารถ ทักษะ เจตคติ ในการบริหารของผู้บริหาร ตามการรับรู้ของบุคลากรที่สามารถวัดได้ โดยมีองค์ประกอบด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การมอบอำนาจ มาตรฐานการปฏิบัติงาน
4. ปัจจัยด้านบุคคล หมายถึง ปัจจัยพื้นฐานที่มีผลกระทบต่อคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลภายในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประกอบด้วย แรงจูงใจ ความพึงพอใจในงาน ความผูกพันต่อองค์การ
5. ปัจจัยด้านบูรณาการ หมายถึง ลักษณะการบริหารจัดการภายในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่แสดงถึงความสอดคล้องผสมผสานในกระบวนการหรือแนวปฏิบัติทางวิชาการ ในด้านการเรียนรู้และการจัดการทางวิชาการ ประกอบด้วย การเรียนในองค์การ การสร้างและการถ่ายทอดความรู้
6. บุคลากรสายวิชาการ หมายถึง พนักงานของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ที่ทำหน้าที่ในการสอน การวิจัย การให้บริการทางวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม
7. บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ หมายถึง พนักงานของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ที่ทำหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรสายวิชาการ โดยไม่รวมถึงผู้บริหาร
8. มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ หมายถึง สถาบันอุดมศึกษาที่เป็นผู้รับใบอนุญาตในการจัดตั้งเป็นเอกชน การจัดตั้งและการดำเนินงานอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ผลการวิจัยสำหรับการพัฒนาสู่ความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามความคิดเห็นของบุคลากรสายวิชาการ และสายสนับสนุนวิชาการ
2. ได้ผลการวิจัยสำหรับผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในการพัฒนาปัจจัยด้านการบริหาร ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านบูรณาการทางวิชาการ มีความสัมพันธ์กับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. การศึกษาลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้ของ เซงเก (Senge. 1990) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบหลักสำคัญ 5 ประการ (The Fifth Discipline) ของความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ได้แก่ 1) การคิดเชิงระบบ (Systems Thinking) เป็นวิธีคิดทำความเข้าใจปรากฏการณ์ ความเปลี่ยนแปลงสามารถเชื่อมโยงระบบย่อยต่างๆ ในองค์การได้ ความสำคัญของการคิดเชิงระบบคือ การเรียนรู้จากประสบการณ์ การมีข้อมูลย้อนกลับและการตรวจสอบซ้ำให้ต่อเนื่องเป็นระบบ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดบูรณาการความรู้ขึ้นใหม่ 2) การมีแบบแผนความคิด (Mental Models) เป็นการสร้างจิตสำนึกให้กับบุคลากรในองค์การในการจำแนกสิ่งต่างๆ ให้ถูกต้องและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้เหมาะสม 3) การมีวิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) เป็นการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันของบุคลากรให้ตระหนัก และเข้าใจถึงสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในการกำหนดเป้าหมาย หรือการสร้างภาพอนาคตที่มีทิศทางชัดเจนขององค์การ 4) การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learning) เป็นการเรียนรู้ร่วมกันของบุคลากรในองค์การ โดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และความรู้ในการพัฒนาความสามารถของทีมมากกว่าความสามารถของบุคคลเพียงคนเดียว และ 5) การรอบรู้แห่งตน (Personal Mastery) เป็นลักษณะการเรียนรู้ของบุคลากรที่ขยายขีดความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานเป็นบุคคลที่เรียนรู้ตลอดเวลา

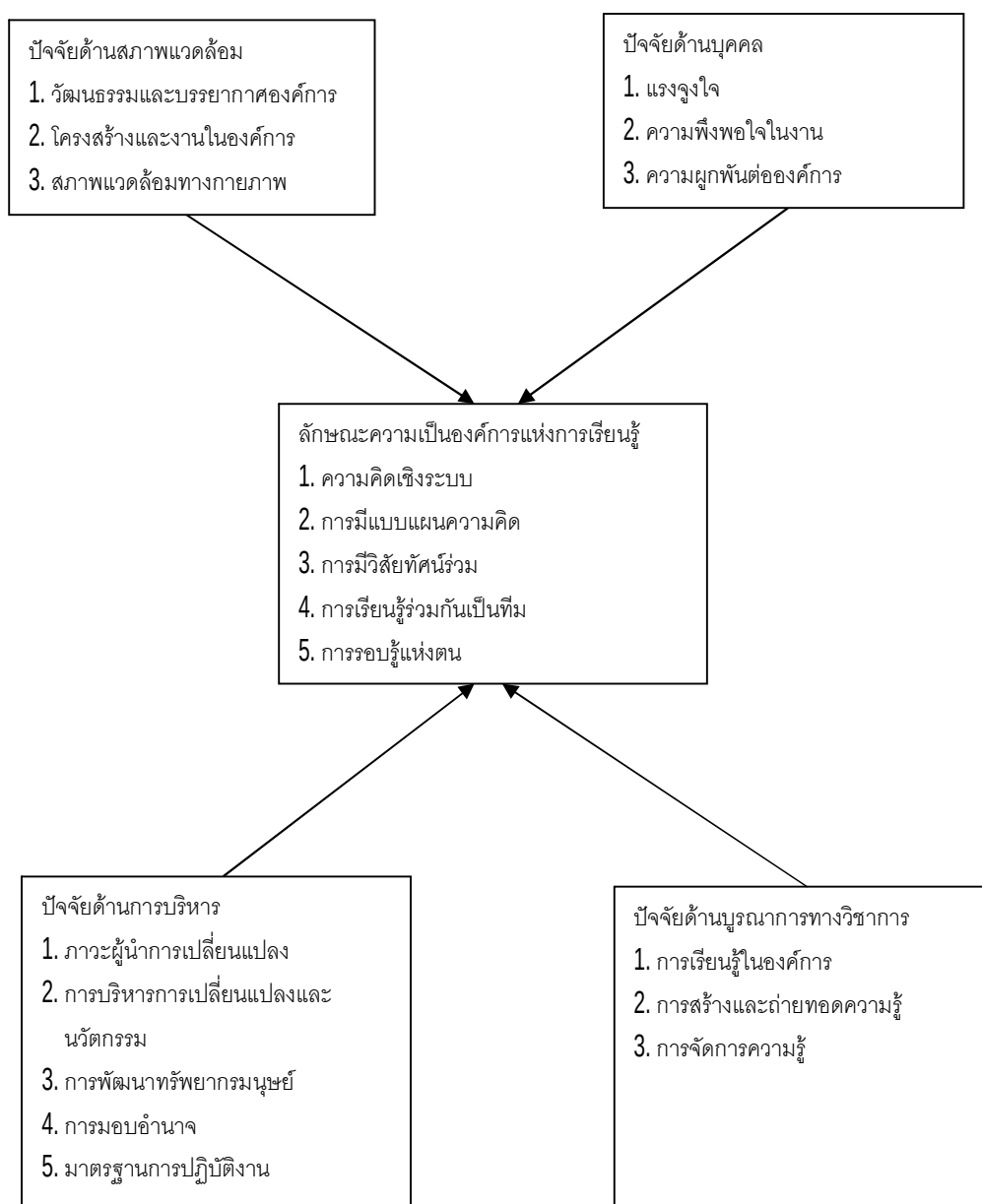
2. การกำหนดตัวแปรอิสระ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ กับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยของ มาร์ควอดต์ และ เรย์โนลด์ (Marquardt; & Reynolds. 1994) ที่ได้สรุปคุณลักษณะที่สอดคล้องกับความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ 11 ประการ คือ การมีโครงสร้างที่เหมาะสม การเรียนรู้วัฒนธรรมองค์การร่วมกัน การเพิ่มอำนาจความรับผิดชอบ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การมีส่วนร่วมสร้างและถ่ายทอดความรู้ การมีเทคโนโลยี 14 สนับสนุนการเรียนรู้ การมุ่งเน้นคุณภาพ กลยุทธ์ บรรยากาศที่สนับสนุน การทำงานเป็นทีม และทำงานแบบเครือข่าย และการมีวิสัยทัศน์ สำหรับในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

2.1 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด และผลการศึกษาของ สุพจน์ บุญวิเศษ (2547: 6) มาร์ควอดต์ (2548: 166) และ พิกพ วังเงิน (2545: 345-346) ที่กล่าวถึงสภาพแวดล้อมในองค์การมีอิทธิพลต่อกระบวนการทำงาน ได้แก่ วัฒนธรรมและบรรยากาศองค์การ และการมีโครงสร้างองค์การขนาดเล็กคล่องตัว ผู้วิจัยจำแนกเป็น 1) วัฒนธรรมและบรรยากาศองค์การ 2) โครงสร้าง และงานในองค์การ และ 3) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

2.2 ปัจจัยด้านการบริหาร ศึกษาตามแนวคิดของ โฮลโนลด์; และ ซิลเวอร์แมน (2549: 20) ที่กล่าวถึงกระบวนการบริหารที่เกี่ยวข้องระหว่างกัน โดยทุกคนมุ่งเป้าหมายเดียวกัน ผู้วิจัยจำแนก เป็น 5 ด้าน คือ 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 2) การบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 4) การมอบอำนาจ และ 5) มาตรฐานการปฏิบัติงาน

2.3 ปัจจัยด้านบุคคล ศึกษาตามแนวคิดของ ทวีศักดิ์ สุททกวาทิน (2546: 39) และ สมยศ นาวิการ (2538: 450-452) ที่กล่าวถึง กระบวนการหน้าที่การบริหารงานด้านบุคคล ผู้วิจัยได้ประมวลไว้ 3 ด้าน คือ 1) แรงจูงใจ 2) ความพึงพอใจในงาน และ 3) ความผูกพันต่อองค์กร

2.4 ปัจจัยด้านบูรณาการทางวิชาการ ศึกษาตามแนวคิดของ สปาตี (วชิระ ชาวหา. 2534: 95-96; อ้างอิงจาก Spady. 1970: 64-85) และ วิชัย วงษ์ใหญ่ (2550: 46-50) ที่กล่าวว่า พัฒนาการทางสติปัญญาและ พัฒนาการทางวิชาการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบูรณาการทางวิชาการทั้งการบูรณาการหลักสูตรและการเรียน การสอนซึ่งผู้วิจัยได้ประมวลเป็น 3 ด้าน คือ 1) การเรียนรู้ในองค์การ 2) การสร้างและถ่ายทอดความรู้ และ 3) การ จัดการความรู้จากแนวคิดดังกล่าว จึงได้พัฒนาเป็นกรอบความคิดในการวิจัย ดังภาพประกอบ 1



การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีองค์การแห่งการเรียนรู้

องค์การแห่งการเรียนรู้ (learning organization) เป็นคำที่มีความหมายกว้าง มีผู้ให้ทัศนะเกี่ยวกับคำนี้ไว้มากมาย ปีเตอร์ เอ็ม. เซ็งเก (Peter M. Senge) ได้สรุปว่า องค์การแห่งการเรียนรู้ คือองค์การที่สามารถขยายขีดความสามารถและเพิ่มศักยภาพของบุคคลได้อย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างผลงานตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ ทำให้เกิดรูปแบบการคิดที่หลากหลาย โดยผู้คนในองค์การต่างก็มีแรงบันดาลใจมุ่งมั่นใฝ่เรียนรู้และหาวิธีที่จะเรียนรู้ร่วมกัน เป็นองค์การที่มีรูปแบบความคิดใหม่ ๆ เกิดขึ้น และมีการขยายขอบเขตของแบบแผนความคิด เป็นที่ซึ่งสามารถสร้างแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ได้อย่างอิสระ และเป็นที่ซึ่งสมาชิกขององค์การ มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ถึงวิธีการที่จะเรียนรู้ร่วมกับคนอื่น และวิธีการที่จะเรียนรู้ไปด้วยกันทั้งองค์การ ส่วน จัตรชนก สายสุวรรณ (2548: 13-14) ให้ความหมายว่า เป็นองค์การที่บุคลากรในองค์การนั้น มุ่งมั่นที่จะเพิ่มขีดความสามารถของตน มีการสร้างผลงานที่เป็นความปรารถนา เป็นที่ซึ่งมีสิ่งสร้างใหม่ ๆ เกิดขึ้น และมีการขยายขอบเขตของแบบแผนของการคิด เป็นที่ซึ่งสามารถสร้างแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ได้อย่างอิสระ และเป็นที่ซึ่งสมาชิกขององค์การ มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ถึงวิธีที่จะเรียนรู้ร่วมกัน สอดคล้องกับ นฤมล คงผาสุก (2548: 8) ได้ให้ความหมายว่า เป็นองค์การที่มีการปฏิรูปอย่างต่อเนื่อง เป็นองค์การที่ให้ความสำคัญกับบุคลากรเป็นการเรียนรู้อย่างเป็นระบบต่อเนื่อง และเป็นพลวัตไม่หยุดนิ่งทั้งในระดับบุคคล กลุ่มหรือทีมและองค์การ นอกจากนั้นบุคลากร มีการเรียนรู้ร่วมกันทั้งบทเรียนที่ผิดพลาด และประสานความสำเร็จ มีการชวนกันขยายหาความรู้ใหม่ มาแบ่งปันเผยแพร่แก่กัน เป็นกระบวนการทั้งองค์การ โดยการเรียนรู้นั้นเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงที่ความคิดภูมิปัญญา (ความรู้ ความเข้าใจ การหยั่งรู้) ในตัวของบุคคลแต่ละคนก่อนแล้ว จึงเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในองค์การ เพื่อนำองค์การไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ร่วมกัน

สรุปได้ว่า ความหมายขององค์การแห่งการเรียนรู้ หมายถึง องค์การที่ประกอบด้วยบุคลากรที่มีความมุ่งมั่น ในการที่จะขยายและพัฒนาขีดความสามารถของตนเองผ่านกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยองค์การมีส่วนสนับสนุนส่งเสริม กระตุ้นให้ความร่วมมือ สร้างสรรค์บรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ การถ่ายโอนความรู้ เพื่อให้องค์การมีคุณภาพและได้เปรียบทางการแข่งขันภายใต้สภาพแวดล้อมที่เกิดการเปลี่ยนแปลง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ได้แก่ บุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนวิชาการที่ปฏิบัติงานในหน่วยงาน คณะต่างๆ ของสถาบันของมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ประจำปีการศึกษา 2560 จำนวน 200 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการ ศึกษาเอกสาร งานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง นำมาเป็นกรอบคำถามในการสร้างเครื่องมือ ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และนำผลที่ได้จากการศึกษาเอกสารมาพัฒนาเป็นแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของบุคลากรทางการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีต่อองค์ประกอบขององค์การแห่งการเรียนรู้ นำข้อมูลจากการทดลองใช้มาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีของ ครอนบาค (Conbach)

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์แล้วผู้วิจัยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานได้แก่ ค่า t-test

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่เป็นบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 นอกจากนั้นเป็นบุคลากรสายวิชาการ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00

ลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้

บุคลากรโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = .82) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า บุคลากรโดยรวมเห็นว่า สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ด้านการรับรู้แห่งตนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = .72) บุคลากรสายวิชาการ เห็นว่า สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ด้านการรับรู้แห่งตนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = .66) บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ เห็นว่า สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ด้านการรับรู้แห่งตน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = .65)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 คลาสกรสายวิชาการมีความคิดเห็นว่า สถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้โดยรวม และในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านความคิดเชิงระบบ ด้านการมีแบบแผนความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วม ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมและด้านการรับรู้แห่งตน อยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ 3.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 บุคลากรสายวิชาการมีความคิดเห็นว่าสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมโดยรวม และในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมและบรรยากาศองค์กร ด้านโครงสร้างและงานในองค์กร และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ 3.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 บุคลากรสายวิชาการ มีความคิดเห็นว่า สถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีปัจจัยด้านการบริหารโดยรวม และในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการมอบอำนาจ และด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ 3.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลง ไม่แตกต่างจากเกณฑ์ บุคลากรสายวิชาการมีความคิดเห็นว่า สถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม และในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจ ด้านความพึงพอใจในงาน และด้านความผูกพันต่อองค์กร อยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ 3.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 บุคลากรสายวิชาการมีความคิดเห็นว่าสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีปัจจัยด้านบูรณาการทางวิชาการโดยรวม และในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ในองค์กร ด้านการสร้างและถ่ายทอดความรู้ อยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ 3.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการจัดการความรู้ไม่แตกต่างจากเกณฑ์ บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมีความคิดเห็นว่า สถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้โดยรวม และในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านความคิดเชิงระบบ ด้านการมีแบบแผนความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วม ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม และด้านการรับรู้แห่งตนอยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ 3.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มีความคิดเห็นว่า สถาบันอุดมศึกษา

เอกชน มีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมโดยรวม และในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมและบรรยากาศองค์การ ด้านโครงสร้างและงานในองค์การ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ 3.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมีความคิดเห็นว่า สถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีปัจจัยด้านการบริหารโดยรวม และในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านการบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการมอบอำนาจ และด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ 3.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มีความคิดเห็นว่า สถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีปัจจัย ด้านบูรณาการทางวิชาการโดยรวม และในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ในองค์การ ด้านการสร้างและถ่ายทอดความรู้ และด้านการจัดการความรู้ อยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ 3.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 วัฒนธรรมและบรรยากาศองค์การ (x1) มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับ โครงสร้างและงานในองค์การ (x2) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (x3) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (x4) การบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม (x5) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (x6) การมอบอำนาจ (x7) มาตรฐานการปฏิบัติงาน (x8) แรงจูงใจ (x9) ความพึงพอใจในงาน (x10) ความผูกพันต่อองค์การ (x11) การเรียนรู้ในองค์การ (x12) การสร้างและถ่ายทอดความรู้ (x13) การจัดการความรู้ (x14) ลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน (y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .714, .642, .733, .721, .646, .689, .685, .654, .734, .673, .709, .708, .670$ และ $.723$ ตามลำดับ)

อภิปรายผล

1. การศึกษาลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามความคิดเห็นของบุคลากรสายวิชาการ และบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ พบประเด็นสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยนำมาอภิปราย ดังนี้

1.1 ลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามความคิดเห็นของบุคลากรสายวิชาการทั้งโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง โดย เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บุคลากร มีการแสดงความรู้ใหม่ ๆ เพื่อการพัฒนาศักยภาพของตนให้ทันสมัยทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก บุคลากร มีความกระตือรือร้นสนใจต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ บุคลากรในหน่วยงานเป็นบุคคลที่เรียนรู้อยู่ตลอดเวลา บุคลากรสายวิชาการเห็นว่าอยู่ในระดับมาก นอกจากนั้น การประเมินเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด พบว่า ลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ทั้งโดยรวมและรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะบุคลากรสายวิชาการของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อยู่ในช่วงที่มหาวิทยาลัยมีการปรับเปลี่ยนจากวิทยาลัยไปเป็นมหาวิทยาลัย ทำให้บุคลากรสายวิชาการมีความตั้งใจและตื่นตัวต่อการเปลี่ยนระบบการบริหารจัดการ จึงทำให้บุคลากรสายวิชาการมีความคิดเห็นต่อลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ 3.00 ในรายด้านและรายข้อดังกล่าว ส่วนข้ออื่นๆ ใน 5 ด้าน มีความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ สอดคล้องกับแนวคิดของ เซงเก (Senge, 1990: 223-237) ที่กล่าวว่า การรอบรู้แห่งตน เป็นลักษณะการเรียนรู้ของบุคคลที่ขยายขีดความสามารถ ในการสร้างสรรค์ผลงานที่ต้องสร้าง ให้มีลักษณะเป็นนายของตนเอง ความเป็นตัวของตัวเอง เป็นบุคคลที่เรียนรู้อยู่

ตลอดเวลา เพื่อพัฒนาศักยภาพของตน เช่นเดียวกับการศึกษาของ ฟอร์ด (Ford.1997: CD-ROM) ในเรื่องการไปสู่ความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ได้ยาก เนื่องจากระเบียบการทำงานที่เป็นขั้นตอน ความมีระเบียบโครงสร้างขนาดใหญ่ขั้นตอนมาก ทำให้ต้องมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างมาก

1.2 ลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามความคิดเห็นของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ด้านความคิดเชิงระบบ ด้านการมีแบบแผนความคิด ด้านการมีส่วนร่วม และด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ เห็นว่า อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการรอบรู้แห่งตนบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการเห็นว่าอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มีความคิดเห็นด้านความคิดเชิงระบบในระดับมาก บุคลากร ใช้หลักความเป็นเหตุเป็นผลในการหาคำตอบของการพัฒนางาน บุคลากร มีการบูรณาการความรู้ใหม่และนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ด้านการมีแบบแผนความคิด ข้อที่มีความคิดเห็นในระดับมาก คือ บุคลากรในหน่วยงานเป็นผู้มีวิจรรย์ญาณ พิจารณาในการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม การทำงานเป็นทีม ทำให้การปฏิบัติงานของสมาชิกเป็นไปอย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ การทำงานเป็นทีม ทำให้บุคลากรคำนึงถึงเป้าหมาย และผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว ด้านการรอบรู้แห่งตนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก บุคลากรมีการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อการพัฒนาศักยภาพ ของตนให้ทันสมัย และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก บุคลากรมีการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ในหน่วยงาน บุคลากรมีความกระตือรือร้นสนใจต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ บุคลากรในหน่วยงานเป็นบุคคลที่เรียนรู้อยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้น การประเมินเปรียบเทียบกับเกณฑ์ ยังพบว่าลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ทั้งโดยรวมและรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของ (จินดา ศรีญาณลักษณ์. 2550: สัมภาษณ์) ที่กล่าวว่าลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ นั้น การพัฒนาบุคคลควรมีการอบรมความรู้ใหม่ๆ ที่ทำให้บุคลากรได้รับประสบการณ์ตรง

2. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการบริหาร ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านการบูรณาการ ทางวิชาการ กับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีประเด็น อภิปราย ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน ผลการศึกษา พบว่า

2.1.1 ด้านวัฒนธรรมและบรรยากาศขององค์การ มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูงกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดของ สมยศ นาวิการ (2536: 330) ที่กล่าวว่า วัฒนธรรมและ บรรยากาศขององค์การ มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของผู้บริหาร และบุคลากรในองค์การให้ปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.1.2 ด้านโครงสร้างและงานในองค์การ มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูงกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยบูรพา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า บุคลากรสายวิชาการ และสายสนับสนุนวิชาการ ซึ่งมีความคิดเห็นต่อโครงสร้างและงานในองค์การอยู่ในระดับสูงกว่าเกณฑ์ 3.00 สอดคล้องกับแนวคิดของ วรเดช จันทรร (2549: 36-37) ที่กล่าวว่า โครงสร้างขององค์การเป็นรูปแบบ

ที่เป็นแกนแท้ขององค์การทั้งหมด โดยการเชื่อมโยงเป้าหมายกับการปฏิบัติ และควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับผู้รับบริการ

2.1.3 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูงกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยบูรพา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดของ สุพจน์ บุญวิเศษ (2547: 197-198) และ เนตรพัฒนา ยาวีราข (2546: 34-35) ที่กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นกลยุทธ์ในการจัดองค์การให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ปัจจัยด้านการบริหาร โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงมากกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน ผลการศึกษา พบว่า

2.2.1 ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์ทางบวก อยู่ในระดับสูงกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดของ สุพจน์ บุญวิเศษ (2549: 326) ที่กล่าวว่า ผู้นำที่เข้ามามีก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ต่อองค์การ สามารถพลิกฟื้นองค์การที่เป็นปัญหานั้น

2.2.2 ด้านการบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม มีความสัมพันธ์ทางบวก อยู่ในระดับสูงมากกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดของ เนตรพัฒนา ยาวีราข (2546: 224) ที่กล่าวว่า การบริหารการเปลี่ยนแปลงเป็นกระบวนการที่ทำให้้องค์การมีประสิทธิภาพมากขึ้นในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์

2.2.3 ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดของพิภพ วังเงิน (2547: 182) ที่กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำงาน ค่านิยม และเจตคติของบุคลากรในองค์การที่ไม่พึงประสงค์ ให้เป็นไปในทางที่พึงประสงค์เกื้อกูลต่อการทำงานร่วมกันก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน

2.2.4 ด้านการมอบอำนาจมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดของ ลูกซ์ และ บาร์ตเลตต์ (2548: 111) ที่กล่าวว่า การมอบอำนาจเป็นการย้ายอำนาจและความรับผิดชอบบางส่วนไปยังผู้รับมอบงาน ไม่ว่าบุคคลหรือทีมงานที่ได้รับมอบอำนาจ จะมีอำนาจในการกำหนดวิธีการทำและรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

2.2.5 ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูงมากกับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดของ คาสซิโอ (สุภชัย ยาวะประภาส. 2548: 250; อ้างอิงจาก Casio. 1978: 73) ที่กล่าวว่า มาตรฐานการปฏิบัติงานเป็นระบบที่อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับการปฏิบัติงานทั้งข้อดี ข้อด้อย ข้อมูลเหล่านี้จะนำไปใช้ในการบริหารบุคลากร การทำนายผลการปฏิบัติงานในอนาคตและการกำหนดเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและสถาบันอุดมศึกษา
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อื่นๆ กับลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้

เอกสารอ้างอิง

- คริสโตเฟอร์ จอห์นสัน. (2551). การสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้สำหรับผู้เรียนชาวไทย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ส.เจริญการพิมพ์.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2550). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ไทเนรมิตกิจอินเตอร์-โปรเกรสซิฟ.
- ประยูร อิ่มสวัสดิ์. (2552). ลักษณะความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยบูรพา. ปรินูญานพนธ์ปริญาการศึกษาดุขฎิบัณฑิต สาขาวิชาการอุดมศึกษา. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรทรวโรฒ.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2550). การจัดการความรู้. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2550, จาก <http://www.STUA.ac.th>
- วิชัย วงษ์ใหญ่. (2550, พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์). การเรียนรู้บูรณาการ: การแก้ปัญหาอนาคต. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล. 1: 46-50.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2550). ข่าวสกอ. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2550, จาก <http://www.mua.go.th>
- Brown, W. B.; & Moberg, D. J. (1980). Organization Theory and Management: A Macro Approach. New York: John Wiley & Sons.
- Ceppeteli, E. B. (1995, October). Building a Learning Organization beyond the Wall. Journal of Nursing Administration. 25: 56-60.
- Chandler, G. E. (1992, Spring). The Source and Process of Empowerment. Nursing Administration Quarterly. 16: 65-71.
- Choules, Kathryn. (2007, February). Social Change Education Context Matters. A Dult Education Quarterly A Journal of Research and Theory. 57(2): 159.
- Clifford, P. G. (1992, Spring). The Myth of Empowerment. Nursing Administration Quarterly. 16: 1-5.
- Clutterbuck, D.; & Kernaghan, S. (1994). The Power of Empowerment: Release the Hidden Talent of your Employees. London: Kogan Page.
- Cochran, William G. (1977). Sampling Techniques. 3rd ed., New York: John Wiley & Sons.

NBUS054: การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก

FACTOR ANALYSIS AFFECTING SERVICE PERFORMANCE OF OUTBOUND LOUNGE

ยุพลักษณ์ พลแสน¹ ศรัณย์ นาคนอม²

¹⁻² สาขาเทคโนโลยีโลจิสติกส์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออกและหาทดสอบรูปแบบการวัดประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออกโดยใช้วิธีการสำรวจโดยแบบสอบถามเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากการศึกษาตัวชี้วัดได้ จำนวน 18 รายการ เมื่อนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบ และทำการสกัดปัจจัย เพื่อหาความสัมพันธ์ได้ องค์ประกอบ 2 กลุ่ม และตัวชี้วัด 11 รายการ ได้แก่ 1) มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกทางตั้งแต่ประตูทางเข้าห้องรับรองถึงจุดบริการรับบริการ 2) พนักงานต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพอ่อนน้อม 3) พนักงานมีการทักทายลูกค้า และกล่าวคำขอบคุณ 4) พนักงานมีน้ำใจและเป็นมิตรในการให้บริการ (service mind) 5) มีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน (One Stop Service) 6) มีความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดและขั้นตอนการให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ 7) การจัดขั้นตอนการบริการเป็นไปตามลำดับที่เหมาะสม 8) ห้องรับรองมีความกว้างขวางเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ 9) ห้องรับรองมีจำนวนที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ 10) ห้องรับรองมีความสะอาดได้มาตรฐาน และ 11) ห้องรับรองมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอต่อการบริการลูกค้าและจากการวิจัยพบว่าค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนสัมพัทธ์ (MMRE) ของสมการเชิงโครงสร้างที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออกเท่ากับ 3.913%

คำสำคัญ: แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง, การให้บริการ, ห้องรับรองผู้โดยสารขาออก

Abstract

The objectives of this research were to analyze and test the model affecting service performance of outbound lounge. A total of 400 samples were collected by using questionnaire, and analyzed by Structural Equation Modeling (S.E.M.) technique.

The analysis of samples and theories along with relevant studies consisted of 18 items. Later, with factor analysis, only 11 items were extracted, which were: 1) there was advertising signs from the front of the reception room to the service point; 2) the staffs welcomed customers with friendly and polite face; 3) the staffs greeted and said thank you to customers; 4) the staffs had service mind; 5) there was One Stop Service provided; 6) regarding the process of service, there was accuracy in details and

process of the service; 7) the step of process of service was arranged properly; 8) the reception room was spacious enough for customers; 9) the reception rooms provided enough seats to the customers; 10) the reception room was standardized and clean; 11) the reception room provided the sufficient amount of clean water to customers. In addition, the result found that Mean Magnitude of Relative Error (MMRE) was 3.913%

Keywords: Structural Equation Model, Service, Outbound Lounge

บทนำ

การอำนวยความสะดวกที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้าที่เดินทางด้วยเที่ยวบินภายในประเทศและเที่ยวบินระหว่างประเทศ โดยมีการนำเสนอการบริการรูปแบบพิเศษจากเจ้าหน้าที่บริการของเรา ที่จะพาลูกค้าผ่านการเดินทางที่สะดวกสบาย ผ่านด่านการตรวจคนเข้าเมืองได้อย่างรวดเร็ว สำหรับทั้งขาเข้าและขาออกของอาคารโดยสาร นอกจากนั้น จะมีบริการห้องพักรับรองสำหรับผู้โดยสาร ที่มีพื้นที่นั่งพักผ่อนที่สะดวกสบายเพื่อความผ่อนคลาย ด้วยบรรยากาศของความทันสมัยหรูหราและอบอุ่น ประหนึ่งพักผ่อนอยู่ในบ้าน พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น บริการนวดเพื่อช่วยให้คุณผ่อนคลาย และคุณสามารถเพลิดเพลินไปกับอาหาร, เครื่องดื่มที่หลากหลาย ในขณะที่รอเที่ยวบินถัดไปของคุณ อาทิเช่น ชารสต่างๆ ขนมเค้ก และ ผลไม้ การบริการที่จะทำให้คุณหลีกเลี่ยงจากความแออัดภายในสนามบินสำหรับผู้เดินทางเข้าและออกในส่วนของการเดินทางระหว่างประเทศ

การบริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก มีบริการ ดังนี้

1. บริการทางด่วนผ่านด่านตรวจคนเข้าเมือง
2. บริการพิเศษเฉพาะลูกค้าของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก ที่ได้รับสิทธิพิเศษในการใช้ช่องทางแยกเพื่อเข้าด่านตรวจคนเข้าเมือง
3. บริการต้อนรับและดูแลอำนวยความสะดวก
4. เจ้าหน้าที่ของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก จะเป็นเสมือนผู้ช่วยส่วนตัวของคุณ ที่จะดูแลแขกคนพิเศษของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก โดยจะรอต้อนรับท่านผู้โดยสาร ตั้งแต่ประตูทางออก และนำท่านไปยังห้องรับรองพิเศษเพื่อพักผ่อนก่อนการเดินทางต่อไป
5. ผู้โดยสารผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองทางช่องทางพิเศษของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก และนำท่านไปยังห้องรับรองพิเศษเพื่อพักผ่อนก่อนการเดินทางต่อไป

งานวิจัยการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก งานวิจัยนี้จะสามารถดำเนินการได้และนำไปใช้คือการหาตัวชี้วัดโดยใช้เทคนิค สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) โดยพิจารณาจาก ตัวแปร ที่สามารถพบได้ในการบริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก และสอดคล้องไปกับรูปแบบของมาตรฐานในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก
2. เพื่อหาทดสอบรูปแบบการวัดประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

สมชาย ปราการเจริญ (2550) สรุปว่าเป็นเทคนิคที่ใช้ในการจัดสร้างปัจจัย (Factor หรือ component) ใหม่ขึ้นโดยการรวบรวมตัวชี้วัดที่มีความสัมพันธ์กันมาอยู่รวมกัน นั่นคือการวิเคราะห์ปัจจัยจะช่วยให้การจัดกลุ่มตัวแปรอิสระเข้าด้วยกันก่อน (เฉพาะกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันสูงแบบมีนัยสำคัญ) การวิเคราะห์ปัจจัยใช้หลักการรวบรวมตัวแปรอิสระ ที่มีค่าความสัมพันธ์ต่อกันสูง การวิเคราะห์ภาพรวมของความสัมพันธ์ที่ตัวแปรอิสระต่างๆ ตัวมีต่อกันว่าสูงพอต่อการนำไปจัดสร้างเป็นปัจจัยหรือไม่ จะพิจารณาจากค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olhin of sampling accuracy) หากค่า KMO มากกว่า 0.6 ขึ้นไปจะถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สูงพอต่อการวิเคราะห์ปัจจัย

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model)

เสรี ชัดแย้ม (2546) สรุปว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างเป็นเรื่องเกี่ยวกับการวัดโครงสร้างทางทฤษฎี (Theoretical constructs) ของตัวแปรที่เป็นนามธรรม ซึ่งไม่สามารถวัดหรือสังเกตค่าได้โดยตรงและยังสามารถวิเคราะห์ผลการวัดโครงสร้างทางทฤษฎีของตัวแปรพร้อมกันได้ การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเป็นการทดสอบแบบจำลองสองแบบจำลองพร้อมๆ กันได้แก่ แบบจำลองการวัด กับแบบจำลองทางทฤษฎี ซึ่งแบบจำลองทั้งสองรวมกันเรียกว่า แบบจำลองเต็มรูปแบบจำลองการวัดเป็นแบบจำลองแสดงความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ ส่วนแบบจำลองทางทฤษฎีเป็นแบบจำลองสมมติฐานแสดงความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างตัวแปรแฝง การตรวจสอบความตรงของแบบจำลองทางทฤษฎีพิจารณาจากค่าสถิติวัดระดับความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์แบบจำลองสมการโครงสร้างประกอบด้วยพารามิเตอร์ (Parameters) หรือค่าสัมประสิทธิ์ (coefficients) ดังนี้

1. แลมด้า (λ : lambda) เมื่อกล่าวถึงสัมประสิทธิ์ที่มีอิทธิพลในแบบจำลองการวัด
2. เบต้า (β : beta) เมื่อกล่าวถึงสัมประสิทธิ์อิทธิพลระหว่างตัวแปรภายในแฝงด้วยกันเอง
3. แกมมา (γ : gamma) เมื่อกล่าวถึงสัมประสิทธิ์อิทธิพลระหว่างตัวแปรภายนอกแฝงด้วยกัน หรือตัวแปรภายนอกแฝงกับตัวแปรภายในแฝง

ค่าสถิติวัดระดับความสอดคล้อง (Model fit)

1. GFI (goodness of fit index) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 แบบจำลองที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาจาก GFI มีค่ามากกว่า 0.90
2. AGFI (adjusted goodness of fit index) การนำ GFI มาปรับแก้โดยคำนึงถึงองศาอิสระรวมทั้งจำนวนตัวแปรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง เป็นระดับวัดความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว ควรมีค่ามากกว่า 0.90
3. RMSEA (root mean square of error approximation) ดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.06 แสดงว่า แบบจำลองสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การประมาณการความแม่นยำ (Evaluation Criterion)

นพดล สายคติกรณ์ (2553) การตรวจสอบความแม่นยำ ในการพยากรณ์หรือประมวลค่าจากแบบจำลองที่สร้างขึ้นจะใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มข้อมูลอีกชุดหนึ่งที่นอกเหนือจากกลุ่มข้อมูลที่ใช้ในการพัฒนาแบบจำลองมาทำ

การทดลองการประมาณค่าโดยแบบจำลองค่าประมาณการนี้จะนำไปเปรียบเทียบกับค่าจริงซึ่งทราบค่าแล้ว ในการประมาณค่าความแม่นยำของการพยากรณ์ของแบบจำลองกับข้อมูลชุดอื่นๆ การประมาณค่าความแม่นยำกระทำได้โดยสมการที่ (1)

$$MRE = \frac{|ActualEffort_i - PredictedEffort_i|}{ActualEffort_i} \quad (1)$$

โดยที่

MRE คือ ค่าความคาดเคลื่อนสัมพัทธ์ (Magnitude of Relative Error)

Actual Effort คือ ค่าปริมาณแท้จริงของตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบลำดับที่ i

Predicted Effort คือ ค่าปริมาณจากการประมาณการตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบลำดับที่ i

หากมีหลายตัวอย่าง (n) ถูกใช้ในการทดสอบจะทำการหาค่าเฉลี่ยของ MRE ได้ค่าเป็น Mean MRE (MMRE) ดังสมการที่ (2)

$$MMRE = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{|ActualEffort_i - PredictedEffort_i|}{ActualEffort_i} \times 100 \quad (2)$$

โดยที่

MMRE คือ ค่ากลางของความคาดเคลื่อนสัมพัทธ์

Actual Effort คือ ค่าปริมาณแท้จริงของตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบลำดับที่ i

Predicted Effort คือ ค่าปริมาณจากการประมาณการตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบลำดับที่ i

หากค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนสัมพัทธ์ (Mean - MRE:MMRE) มีค่าสูง จะหมายถึงเปอร์เซ็นต์ของความคาดเคลื่อนสูง หากค่า MMRE = 0 หมายถึงค่าของการพยากรณ์เท่ากับค่าจริงทุกๆ ค่า นั่นคือ MMRE ยิ่งน้อย หมายถึงแม่นยำสูง

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก มีขั้นตอนและวิธีการดังต่อไปนี้

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการจัดสร้างแบบสอบถาม ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก ซึ่งแต่ละด้านนั้นจะประกอบไปด้วยตัวชี้วัดทั้งหมด 18 ตัวชี้วัด ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัยและวรรณกรรมต่างๆ พบว่าแบ่งปัจจัยออกเป็นแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ

1. ด้านสภาพแวดล้อม
2. ด้านสถานที่ห้องรับรองผู้โดยสารขาออก
3. ด้านการให้บริการของพนักงาน
4. ด้านกระบวนการจัดระบบการให้บริการ

ตาราง 1 แสดงตัวชี้วัดการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก และความหมายของตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ความหมาย
A1	การจัดขั้นตอนการบริการเป็นไปตามลำดับที่เหมาะสม
A2	ห้องรับรองมีความกว้างขวางเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ
A3	ห้องรับรองมีจำนวนที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ
A4	ห้องรับรองมีความสะอาดได้มาตรฐาน
A5	ห้องรับรองมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอต่อการบริการลูกค้า
B6	สถานที่ตั้งของห้องรับรอง มีความปลอดภัยต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ
B7	ทำเลที่ตั้งของห้องรับรอง เหมาะสม และสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ
B8	มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกทางตั้งแต่ประตูทางเข้าห้องรับรองถึงจุดบริการรับบริการ
B9	บริเวณภายนอกของห้องรับรอง มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย
B10	สถานที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ
C11	พนักงานต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพอ่อนน้อม
C12	พนักงานมีการทักทายลูกค้า และกล่าวคำขอบคุณ
C13	พนักงานมีความพร้อม และเต็มใจในการให้บริการ
C14	พนักงานมีน้ำใจและเป็นมิตรในการให้บริการ (service mind)
C15	พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการช่วยแก้ไขปัญหา และสามารถให้คำแนะนำที่ดีแก่ลูกค้าได้
D16	มีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน (One Stop Service)
D17	มีความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดและขั้นตอนการให้บริการ
D18	มีการบริการที่รวดเร็วและระยะเวลาในการรอได้รับบริการไม่นานเกินไป

ระดับ Rating scale โดยที่ 1 = น้อยที่สุด, 2 = น้อย, 3 = ปานกลาง, 4 = มาก, 5 = มากที่สุด)

การปรับปรุงข้อมูลให้เป็นค่ามาตรฐาน

จากแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนั้น บางคำถามมีหน่วยของข้อมูลแตกต่างกัน เช่น บางตัวแปรมีข้อมูลเป็นเชิงปริมาณ บางตัวแปรเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ให้คะแนนแบบลิเคิร์ต บางตัวแปรเป็น 0-5 ซึ่งอาจก่อให้เกิดอิทธิพลทำให้เกิดความผิดพลาดในการสร้างแบบจำลองได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องทำการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นหน่วยเดียวกันทั้งหมด นั่นคือ การปรับปรุงข้อมูลให้เป็นค่ามาตรฐาน โดยการใช้เทคนิคการทำ ค่ามาตรฐาน (Standardization) เช่น ตัวชี้วัด Eff จะถูกแปลงค่าเป็นค่ามาตรฐานคือ ZEff

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

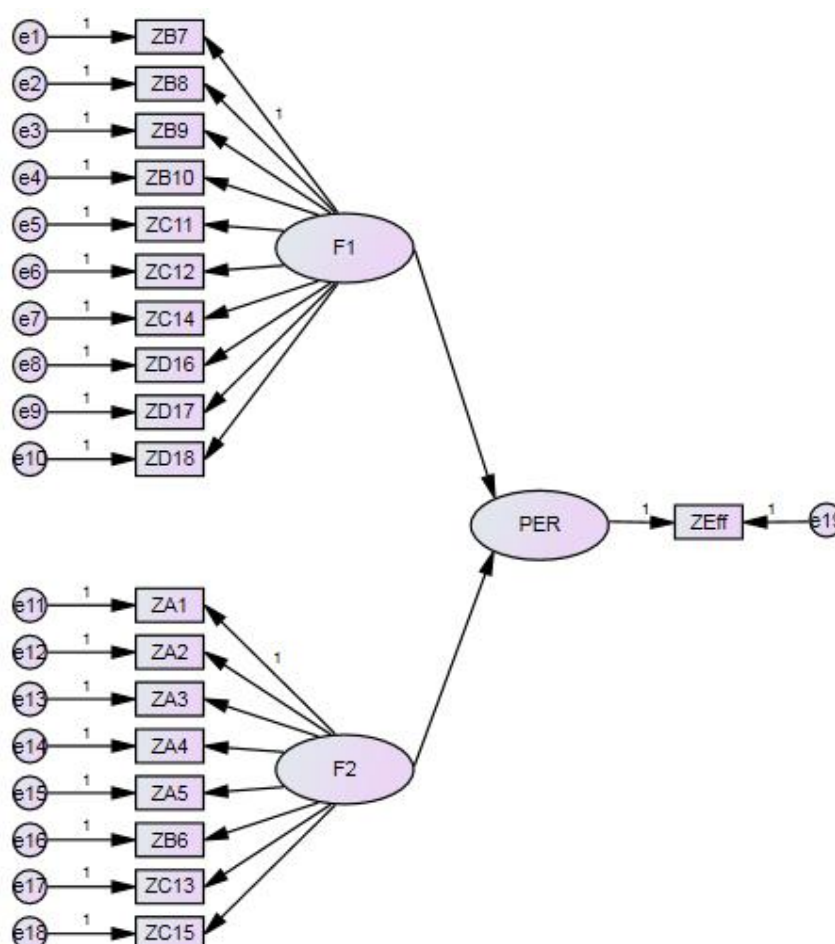
นำข้อมูลตัวชี้วัดทั้ง 18 ตัว มาทำการวิเคราะห์ปัจจัยโดยใช้การสกัดปัจจัยแบบ PCA (Principal Components Analysis) และใช้การหมุนแบบแกนตั้งฉาก (Varimax) ซึ่งผลของการสกัดปัจจัย พบว่าค่า KMO = 0.944 แสดงว่าการสกัดปัจจัยได้ผลดี หรือตัวแปรเกาะกลุ่มกันได้ดี ดังตาราง 2 ต่อไปนี้

ตาราง 2 ตัวชี้วัดในแต่ละปัจจัย

ปัจจัยหลัก	ชื่อปัจจัย	ตัวชี้วัด
F1	สถานที่	ZB7, ZB8, ZB9, ZB10, ZC11, ZC12, ZC14, ZD16, ZD17, ZD18
F2	กระบวนการให้บริการ	ZA1, ZA2, ZA3, ZA4, ZA5, ZB6, ZC13, ZC15

การสร้างแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง

ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยจะถูกนำมาสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างตั้งต้นดังภาพที่ 1 จากนั้นแบบจำลองสมการโครงสร้างต้นแบบได้นำไปวิเคราะห์ความมีนัยสำคัญ ความเกี่ยวข้องกันและความสามารถในการอธิบายค่าความสัมพันธ์และการกระจายร่วมกัน (Covariance) โดยวิธีการ Maximum likelihood ดังภาพที่ 1 แบบจำลองสมการตั้งต้น



ภาพประกอบ 1 แบบจำลองสมการโครงสร้างตั้งต้น

ในภาพประกอบ 1 ผู้วิจัยได้การวิเคราะห์ห้ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก โดยตั้งชื่อตัวแปร Per ซึ่งมีมีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก คือ F1 และ F2

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ห้ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

ผลการวิเคราะห์ห้ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก

ผลการวิเคราะห์จากการปรับปรุงตัวแบบสมการ จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

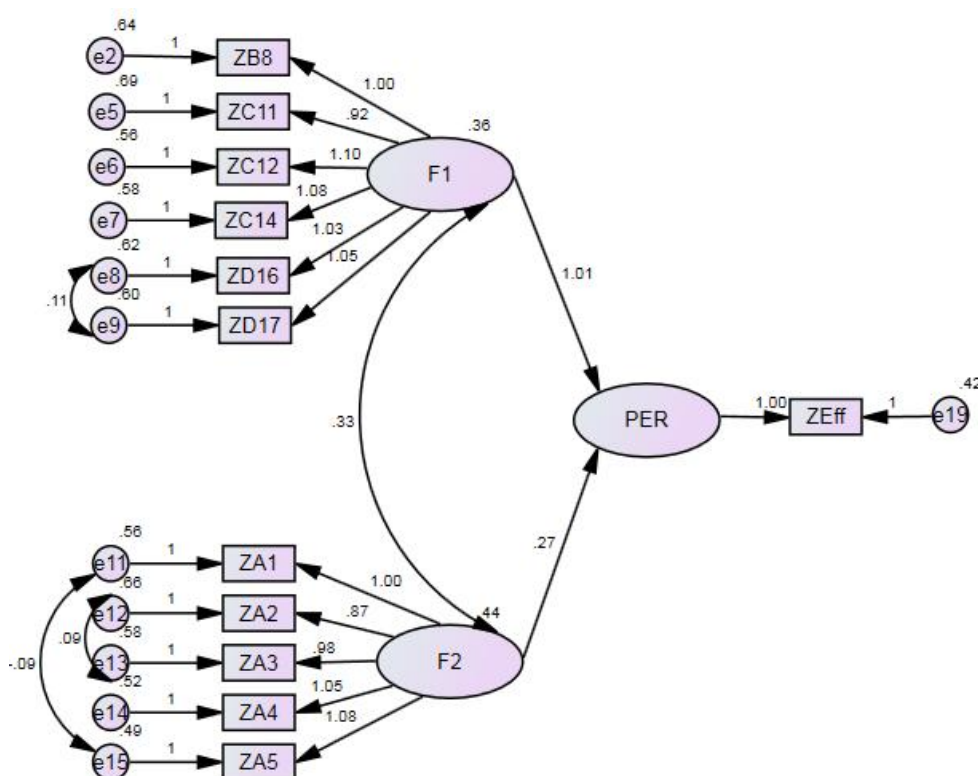
ตาราง 3 ค่าสถิติที่ตรวจสอบโมเดล

ค่าสถิติ	เกณฑ์	ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์
CMIN-P	$P > 0.05$	0.04
CMIN/DF	$CMIN/DF < 3$	1.038
GFI	$GFI > 0.90$	0.980
RMSEA	$RMSEA < 0.08$	0.010

จากตาราง 3 สรุปโมเดลที่ได้ผ่านเกณฑ์ โดยโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อนำค่าสถิติที่ได้ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการพิจารณาตามตาราง 3

แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อวัดประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก

ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแบบจำลองสมมุติฐานจนได้แบบจำลองที่เหมาะสมและผ่านเกณฑ์การพิจารณาความเหมาะสมของแบบจำลองดังภาพที่ 2



ภาพประกอบ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อวัดประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก

จากแบบจำลองสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นจากการประเมินแบบสอบถาม พบว่ามี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก คือ F1 ปัจจัยด้านสถานที่ และ F2 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยแบบจำลองที่ผ่านการวิเคราะห์ได้แสดงขนาดและทิศทางของอิทธิพลที่ปัจจัยต่างๆ มีต่อปัจจัย (Per) คือเปอร์เซ็นต์ต่อการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก นั่นคือ

$$ZEff = 1.00 * Per \quad (1)$$

$$Per = 1.01 * F1 + 0.27 * F2 \quad (2)$$

$$F1 = 1.00 * ZB8 + 0.92 * ZC11 + 1.10 * ZC12 + 1.08 * ZC14 + 1.03 * ZD16 + 1.05 * ZD17 \quad (3)$$

$$F2 = 1.00 * ZA1 + 0.87 * ZA2 + 0.98 * ZA3 + 1.05 * ZA4 + 1.08 * ZA5 \quad (4)$$

เมื่อ

ZA1 คือ การจัดขั้นตอนการบริการเป็นไปตามลำดับที่เหมาะสม

ZA2 คือ ห้องรับรองมีความกว้างขวางเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ

ZA3 คือ ห้องรับรองมีจำนวนที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ

ZA4 คือ ห้องรับรองมีความสะอาดได้มาตรฐาน

ZA5 คือ ห้องรับรองมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอต่อการบริการลูกค้า

ZB8 คือ มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกทางตั้งแต่ประตูทางเข้าห้องรับรองถึงจุดบริการรับบริการ

ZC11 คือ พนักงานต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพอ่อนน้อม

ZC12 คือ พนักงานมีการทักทายลูกค้า และกล่าวคำขอบคุณ

ZC14 คือ พนักงานมีน้ำใจและเป็นมิตรในการให้บริการ (service mind)

ZD16 คือ มีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน (One Stop Service)

ZD17 คือ มีความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดและขั้นตอนการให้บริการ

การประมาณค่าความแม่นยำ

หลังจากที่ได้ผลการในการวัดประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก ผู้วิจัยได้ใช้สมการนี้ในการประมาณค่าตัวแปรการวัดประสิทธิภาพ (Per) ของกลุ่มตัวอย่างอีก 30 ตัวอย่าง ซึ่งนำค่าตัวแปรอิสระไปคำนวณหาค่าของตัวแปร Z_{Eff} ทำการแปลงค่า Z ให้อยู่ในรูปแบบ X (ค่าข้อมูลใดๆ)

ค่าที่ได้จะเป็นค่าประมาณการของประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออกแล้วนำมาเปรียบเทียบกับค่าประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก จริงที่ได้จากแบบสอบถามเพื่อคำนวณหาค่า MRE ของแบบสอบถามตัวอย่างจนครบ 30 ตัวอย่าง จากนั้นทำการหาค่า MMRE (Average absolute MRE 100%) ได้เป็นค่าร้อยละของความคลาดเคลื่อนเฉลี่ยของการประมาณการแบบจำลอง ซึ่งได้แสดงผลตามตาราง 4

ตาราง 4 ผลการคำนวณค่า MRE และ MMRE ของกลุ่มตัวอย่างข้าราชการในสังกัด กองบัญชาการกองทัพไทย

ค่าวัด	แบบจำลอง
MMRE	3.913%

ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก มีค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนสัมพัทธ์ (MMRE) เท่ากับ 3.913%

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก มี 2 ปัจจัย คือ F1 และ F2 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งชื่อปัจจัยใหม่ เพื่อให้ครอบคลุมและเข้าใจง่าย คือ

F1 คือ ปัจจัยด้านสถานที่

F2 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของห้องรับรองผู้โดยสารขาออก พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง (F1) = +1.01 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ 1) มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกทางตั้งแต่ประตูทางเข้าห้องรับรองถึงจุดบริการรับบริการ 2) พนักงานต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพอ่อนน้อม 3) พนักงานมีการทักทายลูกค้า และกล่าวคำขอบคุณ 4) พนักงานมีน้ำใจและเป็นมิตรในการให้บริการ (service mind) 5) มีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน (One Stop Service) และ 6) มีความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดและขั้นตอนการให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (F2) = +0.27 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ 1) การจัดขั้นตอนการบริการเป็นไปตามลำดับที่เหมาะสม 2) ห้องรับรองมีความกว้างขวางเพียงพอกับลูกค้า

ที่มาใช้บริการ 3) ห้องรับรองมีจำนวนที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ 4) ห้องรับรองมีความสะอาดได้มาตรฐาน และ 5) ห้องรับรองมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอต่อการบริการลูกค้า

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่ให้การสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2546). การใช้ SPSS FOR WINDOWS ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- กาญจนา กลัดนุ่น. (2553). การวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจการตัดสินใจซื้อสินค้าในเว็บไซต์ออนไลน์โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง. สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- กัฟ้า จินตนากรพันธ์. (2552). การพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์ด้วยวิธีการวิเคราะห์กลุ่มพหุ. ปัญหาพิเศษปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ปัสซีนเนอร์ แอนด์ดี.
- นพดล สายคติกรณ์. (2553). การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความปลอดภัยในการใช้บริการระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของนักศึกษา โดยใช้แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล. งานประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์.
- สมชาย ปราการเจริญ. (2550). การประมาณการเวลาในการพัฒนาซอฟต์แวร์ประยุกต์เชิงโครงข่ายโดยใช้วิธีแบบสมการโครงสร้าง. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- เสรี ชัดแย้ม. (2546). โมเดลสมการโครงสร้าง. วารสารและวัดผลการศึกษา. 1(1).

NBUT009: สื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริมเรื่องไหว้พระ 9 วัดสืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล DIGITAL MEDIA BY AUGMENTED REALITY IN THE TITLE OF PAY RESPECT TO A BUDDHA IMAGE FOR 10 TEMPLES IN TO PURSUING GRACE HAPPINESS OF TEN REIGNS

ศุภรางค์ เรืองวานิช¹ วีรยุทธ พรหมรายณ์² อติเทพ พานิชพงษ์³

¹ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

บทคัดย่อ

สื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริมเรื่องไหว้พระ 9 วัดสืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผล การประเมินของสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความจริงเสริม จำนวน 3 ท่าน โดยการสุ่มแบบเจาะจง จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาลอยู่ในระดับที่ดี โดยแบบประเมินผลการประเมินแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านเนื้อหาและการดำเนินเรื่อง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.16 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 2) ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 3) ด้านคุณภาพของเสียงภาพและภาษา โดยมีค่าเฉลี่ย 4.19 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 4) ด้านเวลาโดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 และ 5) ด้านคุณภาพของเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 โดยงานวิจัยนี้ ได้นำไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวโดยสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับมาก

คำสำคัญ: สื่อดิจิทัล, ความเป็นจริงเสริม, สืบสิริสวัสดิ์

Abstract

The purpose of digital media by augmented reality in the title of pay respect to a Buddha image for 10 temples to pursuing grace happiness of Ten Reigns was to study the result of assessment of digital media by augmented reality in the title of pay respect to a Buddha image for 10 temples to pursuing grace happiness of Ten Reigns. The sampling was 3 experts in digital media of augmented reality by purposive sampling. The statistics were arithmetic mean and standard deviation. The result found that the assessment of digital media by augmented reality in the title of pay respect to a Buddha image for 10 temples to pursuing grace happiness of Ten Reigns was at high level. The evaluation form was divided into 5 aspects. The mean was 4.16 and S.D. was 0.71 of received content and script .The mean was 4.22 and S.D. was 0.65 of design and website management. The mean was 4.19 and S.D. was 0.67 of sound and language. The mean was 4.18 and S.D. was 0.66 of timeline. The mean was 4.14 and S.D. was 0.71 of techniques used for presentation. This research found that the user satisfaction was satisfied at high level.

Keywords: digital media, augmented reality, grace happiness of Ten Reigns

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนจำนวนมาก ซึ่งได้มีการใช้สื่อดิจิทัลต่างๆ เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย การพัฒนาสื่อต่างๆ มักเป็นเรื่องจำเป็นที่จะต้องพัฒนาตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคตามยุคสมัย จึงมองเห็นปัญหาในการเดินทางและแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ประโยชน์จากพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) เพื่อแนะนำการเดินทางและบอกเล่าประวัติสำคัญของสถานที่ต่างๆ ทั้ง 9 วัดโดยใช้แผนที่ออนไลน์ในการศึกษาเส้นทางเพื่อสะดวกในการคมนาคม เป็นการประหยัดเวลา รวมถึงการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม และเปิดโอกาสให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่ายทำให้ผู้คนหรือนักท่องเที่ยวได้เดินทางอย่างถูกเส้นทางและได้รับความรู้จากการใช้สื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม เป็นการเรียนรู้เรื่องประวัติศาสตร์ความเป็นมาของวัดประจำรัชกาลทั้ง 10 รัชกาล และประติมากรรมที่สวยงามเป็นสมบัติของชาติทำให้เกิดประโยชน์ในการเรียนรู้ วิชาศาสนสถานที่สำคัญทั้ง 9 แห่ง

รายได้จากการท่องเที่ยวจัดเป็นหนึ่งในรายได้หลักที่สำคัญของประเทศจากข้อมูลยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ได้กล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมาว่ามีกาขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนนักท่องเที่ยว และจำนวนรายได้จากการท่องเที่ยว โดยในปี 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากถึง 29.88 ล้านคน และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.44 ล้านล้านบาท ถือว่ามีการเติบโตสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2557 มากถึง 2.7 แสนล้านบาท ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากประเทศจีน 7.93 ล้านคน (ร้อยละ 26.55) รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป 5.63 ล้านคน (ร้อยละ 18.84) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 138.8 ล้านคน/ครั้ง สร้างรายได้ 7.9 แสนล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558; กรมการท่องเที่ยว, 2558) และเมื่อพิจารณาในเรื่องของการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวยังคงกระจุกตัวอยู่ในเมืองที่สำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพฯ ชลบุรี ภูเก็ต กระบี่ เชียงใหม่ เป็นต้น

จากกระแสความนิยมโทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟนปัจจุบัน ส่งผลให้ผู้ใช้สามารถใช้โทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟนในการสืบค้นข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ตั้งแต่การเดินทาง ที่พัก รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ประกอบกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีการใช้ชีวิตดิจิทัล (Digital lifestyle) เปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวด้วยตนเองเพิ่มขึ้น ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้มีแนวคิดในการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัดสืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาลนี้ได้มองเห็นถึงประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 9 วัด เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวในเขตรอบๆ วัด ซึ่งนอกจากจะได้รับข้อมูลความรู้ที่เป็นประโยชน์เบื้องต้นแล้วผู้ที่ศึกษาจะได้รับชมสถานที่แบบความเป็นจริงเสริม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558; Chung, Han; & Joun. 2015; Kysela; & Storkova. 2016) ใช้เป็นแผนที่เดินทางชมและยังมีระบบ ความเป็นจริงเสริม คือการร่วมโลกความเป็นจริงเข้ากับโลกเสมือนทำให้เกิดมิติในการเล่นเครื่องมือทำให้ผู้เล่นกระตุ้นทำให้เกิดความสนใจทำให้ผู้ใช้งานมีความเพลิดเพลิน มีที่มาและความสำคัญคู่บ้านคู่เมืองและผู้คนชาวไทยมาช้านานจึงนำมาทำวิจัยและแก้ไขปัญหาด้านการเดินทางและเป็นสื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องประวัติศาสตร์ของวัดเป็นการสืบสานความรู้ให้กับลูกหลานจากรุ่นสู่รุ่น

ทบทวนวรรณกรรม

จงกิจ วงษ์พิณิจ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษโดยใช้นิทานพื้นบ้านกลุ่มชาติพันธุ์เขมรในเขตอีสานใต้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษโดยใช้นิทานพื้นบ้านกลุ่มชาติพันธุ์เขมรในเขตอีสานใต้และเพื่อหาประสิทธิภาพของสื่อเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษโดยใช้นิทานพื้นบ้านกลุ่มชาติพันธุ์เขมรในเขตอีสานใต้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาสาขามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จำนวน 62 คน ที่เรียนนิชาวรรณกรรมร้อยแก้วเพื่อชั้นเรียนภาษา ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 วิธิดำเนินการวิจัย ได้ใช้นิทานพื้นบ้านกลุ่มชาติพันธุ์เขมรในเขตอีสานใต้ใช้เกณฑ์ 80/80 โดยใช้สูตร E1/E2 ผลการดำเนินการวิจัยพบว่าความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่าง หลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ณัฐพงษ์ พระลัษัรक्षा (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลของการเรียนรู้แบบปฏิบัติการรายวิชาเทคนิคการถ่ายภาพดิจิทัล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกับเกณฑ์ ที่กำหนด ศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ชั้นปีที่ 2 สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน จำนวน 33 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติ T-Test ผลการวิจัยพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.49

ธวัชชัย สหพงษ์ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลการจัดการเรียนตามทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเอง โดยการสร้างสรรค์ชิ้นงาน (Constructionism) รายวิชาการสร้างภาพนิ่งสำหรับงานมัลติมีเดีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนเรียนและหลังเรียนของผู้เรียนที่ที่ศึกษาตามทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเองโดยการสร้างสรรค์ชิ้นงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน จำนวน 33 คน วิธิดำเนินการวิจัย กิจกรรมการเรียนตามทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเองโดยการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปิยวัฒน์ เกตุวงศา (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อและโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อการจดบันทึกบัญชีครัวเรือนภายใต้โครงการบูรณาการการจัดการเชิงพื้นที่ เพื่อแก้ปัญหาความยากจน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและปรับปรุงรายการแบบบันทึกบัญชีครัวเรือนพร้อมคู่มือ(ฉบับปรับปรุง) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ผู้ที่รับผิดชอบทำหน้าที่บันทึกข้อมูลบัญชีครัวเรือนและใช้งานโปรแกรมประมวลผลบัญชีรับจ่ายครัวเรือน ทั้งในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัดทั่วประเทศ วิธิดำเนินการวิจัย งานวิจัยได้ใช้แบบโปรแกรมประมวลผลบัญชีรับจ่ายครัวเรือนพร้อมคู่มือ (ABCD v3.0) ผลการดำเนินการวิจัยพบว่าโครงการที่ได้ผลิตสื่อต่างๆ ออกมาในลักษณะชุดเครื่องมือประกอบการใช้งานโปรแกรมสำเร็จรูป ขณะเดียวกันยังมีเครื่องมือบางส่วนที่ได้ออกมาเพื่อติดตาม ประเมินผล และช่วยให้คำปรึกษากับผู้ใช้งานให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น

พนม คลีฉายา (2559) ได้ทำการวิจัยการใช้งาน ความเสี่ยง การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล และแนวทางการสอนเพื่อการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลสำหรับนักเรียนมัธยมในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่นำสู่ความสำเร็จสำหรับโครงการซอฟต์แวร์ที่ใช้บริการคลาวด์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือผู้มีอาชีพที่พัฒนางานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

และมีประสบการณ์ในการทำงานกับคลาวด์ วิธิดำเนินการวิจัย งานวิจัยได้ใช้แบบสำรวจของลิเคอร์ท์ ผลการดำเนินการวิจัยพบว่าโครงการที่ใช้คลาวด์จะนำไปสู่กรอบงานที่เล็กลง ต้นทุนถูก และนำไปใช้ได้อย่างรวดเร็ว

มานพ สว่างจิต (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อความจริงเสมือน วิชาวิทยาศาสตร์ โรงเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อความจริงเสมือน รายวิชาวิทยาศาสตร์ โรงเรียนที่มีผล สัมฤทธิ์ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนวัดดอนยอ อ.องครักษ์ จ.นครนายก ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม จำนวน 30 คน วิธิดำเนินการวิจัย ใช้แบบทดสอบก่อนเรียนแบบ วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และแบบสอบถามความพึงพอใจ ผลการดำเนินการวิจัยพบว่าคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียน ด้วยสื่อความจริงเสมือน สูงกว่าคะแนนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.53

สุธา เหลือลมัย (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาสื่อคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ การใช้งานโปรแกรมประยุกต์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับผู้พิการทางการได้ยิน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบของสื่อการสอนคอมพิวเตอร์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสำหรับผู้พิการทางการใช้งานโปรแกรมประยุกต์สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสื่อแบบภาพนิ่งหลายภาพที่คลิกแสดงผลทีละขั้น (Step by step-multiple Static Visuals: SSV) กับสื่อแบบ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ นักศึกษา จำนวน 30 คน วิธิดำเนินการวิจัย ในการดำเนินการศึกษาวิจัยในโครงการวิจัยนี้ได้ดำเนินการทดลองและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดสองครั้ง คือ ในการทดลองกลุ่มเล็ก และการทดลองกลุ่มใหญ่ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนการวิจัย เครื่องมือวิจัย เครื่องมือวัดผล ระเบียบวิธีวิจัย วิธีการเก็บข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการดำเนินการวิจัยพบว่าหลังจากนักศึกษารู้เข้าร่วมการวิจัย ได้เรียนรู้วิธีการใช้งานเครื่องมือต่างๆ ในโปรแกรม Photoshop โดยใช้สื่อที่พัฒนาขึ้นทั้งสองแบบ (สื่อ AV และ SSV) ทุกคนสามารถใช้เครื่องมือ เหล่านั้นสร้างงานได้จากเดิมที่ใช้เครื่องมือไม่เป็น

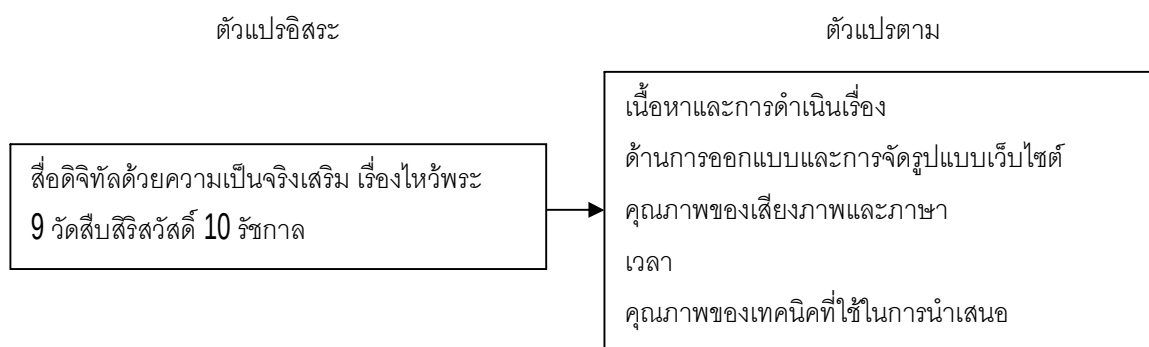
อนงค์พร ไสยวรากุล (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาข้อมูลเชิงคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 เพื่อพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบภาพสามมิติเสมือนจริง (The Distributional Study of Tourism Destinations Non-Spatial in the Lower Northern 1 for the development of Augmented Reality Website) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด จำนวน 1,095 คน วิธิดำเนินการวิจัย งานวิจัยได้ใช้เว็บไซต์เป็นการสื่อในการท่องเที่ยว ผลการดำเนินการวิจัยพบว่าโครงการควร มีการศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการคัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริมเรื่องไหว้พระ 9 วัดสืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล

สมมติฐาน

มีระดับความผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัดสืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาลอยู่ในระดับดี



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากร คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริม ที่มีคุณสมบัติไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง และมีประสบการณ์ในการสอนสาขาน้อย 5 ปี จำนวน 6 ท่าน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริม จำนวน 3 ท่าน โดย การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่คำนึงความสะดวกในการเก็บ ข้อมูล เช่น กลุ่มตัวอย่างอยู่ใกล้ เดินทางสะดวก และมีคุณสมบัติตามที่ได้ระบุไว้ในการกำหนดกลุ่มประชากรสำหรับ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริม

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ สื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ เนื้อหาและการดำเนินเรื่อง ด้านการออกแบบและการ จัดรูปแบบเว็บไซต์ คุณภาพของเสียงภาพและภาษา เวลา และคุณภาพของเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ

ด้านเนื้อหา

ศึกษาเนื้อหาประกอบด้วยสถานที่ 9 วัด

1. พระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร
2. วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร
3. วัดราชโอรสารามราชวรวิหาร
4. วัดราชประดิษฐสถิตมหาสีมารามราชวรวิหาร
5. วัดบวรนิเวศราชวรวิหาร
6. วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม ราชวรวิหาร
7. วัดสุทัศน์เทพวรารามราชวรมหาวิหาร
8. วัดพระราม 9 กาญจนาภิเษก
9. วัดวชิรธรรมสาธิตวรวิหาร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยผลการประเมินสื่อดิจิทัล ได้แก่ แบบประเมินประสิทธิภาพของสื่อดิจิทัล โดยทำการวัดความเที่ยงตรง (Reliability) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยมีค่าความเที่ยงตรงคือ .89 และหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งผู้วิจัยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ คือ ประเมินประสิทธิภาพของสื่อดิจิทัล มีจำนวน 5 ด้าน ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ .43 ถึง .79 และมีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ .86 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เป็นการรวบรวมข้อมูล กระทำโดยผู้วิจัยซึ่งใช้แบบประเมินประสิทธิภาพของสื่อดิจิทัลในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำแบบประเมินที่เก็บรวบรวมมาได้นำไปประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการสรุปข้อมูล

1. ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$): ค่าเฉลี่ยผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ
2. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.): ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ

คำจำกัดความ

สื่อดิจิทัล หมายถึง สื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริมเรื่องไหว้พระ 9 วัดสืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล
ความเป็นจริงเสริม หมายถึง การใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมสำหรับสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริมเรื่องไหว้พระ 9 วัดสืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนในการพัฒนาเว็บไซต์

กำหนดเป้าหมายและวางแผน ในการพัฒนาเว็บไซต์ เราควรกำหนดเป้าหมาย และควรวางแผนล่วงหน้า ซึ่งต้องมีขั้นตอนที่ชัดเจน ได้แก่

- 1.1 กำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์
- 1.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- 1.3 การเตรียมแหล่งข้อมูล
- 1.4 การพัฒนาทักษะของบุคลากร
- 1.5 การเตรียมทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น

2. วิเคราะห์และจัดโครงสร้างของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ขั้นตอนนี้จะเป็นการนำข้อมูลต่างๆ ที่รวบรวมได้จากขั้นแรก ไม่ว่าจะเป็น วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ คุณลักษณะ ข้อจำกัดของกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงเนื้อหาหลักของเว็บไซต์ นำมาประเมินวิเคราะห์ และจัดระบบ เพื่อให้ได้โครงสร้างข้อมูล และข้อกำหนด โดยจะนำไปสร้างแผนผังเว็บไซต์ รูปแบบของเมนู รวมไปถึงองค์ประกอบต่างๆ ของเว็บ เช่น ข้อความ รูปภาพ กราฟฟิก เสียง และวิดีโอ

3. ออกแบบเว็บเพจและเตรียมข้อมูล ขั้นตอนนี้เป็นการออกแบบโครงหน้าตา และลักษณะในด้านกราฟฟิกของหน้าเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์เกิดอารมณ์ในการรับรู้ ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่นี้ควรมีความสามารถ

ทางด้านศิลปะพอสมควร โปรแกรมที่เหมาะสมจะใช้ในการออกแบบคือ Adobe Photoshop หรือ Macromedia Fireworks

4. ลงมือสร้างและทดสอบ เป็นขั้นตอนที่เว็บเพจจะถูกสร้างขึ้นมาจากจริงที่ละหน้าๆ โดยการอาศัยเค้าโครงและองค์ประกอบกราฟฟิกตามที่ออกแบบไว้ เนื้อหาต่างๆ จะถูกนำมาใส่และจัดรูปแบบ ลิงค์และระบบนำทางถูกสร้างองค์ประกอบเสริมต่างๆ ถูกวางเข้าที่ อย่างไรก็ตาม เมื่อลงมือสร้างเว็บเพจจริงๆ เราอาจจะพบว่าสิ่งที่ได้ออกแบบไว้แล้ว บางอย่างไม่เหมาะสม หรือควรได้รับการปรับแต่ง ก็สามารถทำได้เช่นกัน

5. เผยแพร่และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จัก โดยทั่วไปการนำเว็บไซต์ขึ้นเผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต จะทำด้วยการอัปโหลดไฟล์ทั้งหมด คือ HTML และไฟล์อื่นที่เกี่ยวข้อง ขึ้นไปเก็บบนเซิร์ฟเวอร์ที่เราเปิดบริการไว้ การอัปโหลดเว็บไซต์หรือบางครั้งเราเรียกว่า “พับลิช” วึ่งอาจทำได้ด้วยโปรแกรมสร้างเว็บไซต์เอง

6. การดูแลและพัฒนา เมื่อเว็บไซต์ถูกเผยแพร่ออกไป ควรดูแลโดยตลอด ซึ่งหน้าที่นี้ครอบคลุมหลายเรื่อง ตั้งแต่การตรวจสอบเว็บเซิร์ฟเวอร์ว่าไม่หยุดทำงานบ่อยๆ ลิงค์ที่เชื่อมโยงไปภายนอกยังคงใช้ได้หรือไม่คอยตอบคำถามที่มีผู้มาฝากไว้ในเว็บเพจ ถ้าเป็นเว็บข่าวสารก็ต้องปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และถ้ามีการใช้ฐานข้อมูลก็ต้องแบ็คอัพข้อมูลอย่างสม่ำเสมอหลังจากเว็บไซต์ได้รับการเผยแพร่ไประยะหนึ่งแล้ว เราควรปรับปรุงเพื่อให้ผู้ชมรู้สึกว่ามีเปลี่ยนแปลง มีความสดใหม่ ทันสมัย ไม่ล้าหลัง โดยการที่เรานำข้อมูลสถิติที่รวบรวมไว้มาพิจารณาประกอบด้วยการเปลี่ยนแปลงทำได้ทั้งในส่วนของเนื้อหาโครงสร้างเว็บไซต์และการออกแบบหน้าตา โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเพิ่ม

7. ขั้นตอนการพัฒนาความเป็นจริงเสริม

ขั้นตอนการสร้างสื่อมี 3 ขั้นตอนหลักได้แก่

7.1 Upload Trigger

7.2 Create Overlays

7.3 Finalize Aura

8. การออกแบบสื่อ

8.1 การออกแบบสื่อเว็บไซต์

หลักสำคัญในการออกแบบหน้าเว็บก็คือ การใช้รูปภาพและองค์ประกอบต่างๆ ร่วมกันเพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับเนื้อหาหรือลักษณะสำคัญของเว็บไซต์ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อการสื่อความหมายที่ ชัดเจนและน่าสนใจ บนพื้นฐานของความเรียบง่ายและความสะดวกของผู้ใช้ การออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญดังต่อไปนี้

8.1.1 ความเรียบง่าย ได้แก่ มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และใช้งานได้สะดวก ไม่มีกราฟิกหรือตัวอักษรที่เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ชนิดและสีของตัวอักษรไม่มากเกินไปทำให้วุ่นวาย

8.1.2 ความสม่ำเสมอ ได้แก่ ใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เช่น รูปแบบของหน้า สไตลของกราฟิก ระบบเมนูและโทนสี ควรมีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์

8.1.3 ความเป็นเอกลักษณ์ การออกแบบเว็บไซต์ควรคำนึงถึงลักษณะขององค์กร เพราะรูปแบบของเว็บไซต์จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรนั้นๆ เช่น ถ้าเป็นเว็บไซต์ของทางราชการ จะต้องดูน่าเชื่อถือไม่เหมือนสวนสนุก ฯลฯ

8.1.4 เนื้อหาที่มีประโยชน์ เนื้อหาเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ดังนั้นควรจัดเตรียมเนื้อหาและข้อมูลที่ใช้ต้องการให้ถูกต้อง และสมบูรณ์ มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ เนื้อหาไม่ควรซ้ำกับเว็บไซต์อื่น จึงจะดึงดูดความสนใจ

8.1.5 ระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย ต้องออกแบบให้ผู้ใช้งานง่ายและใช้งานสะดวก ใช้กราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายที่ชัดเจน มีรูปแบบและลำดับของรายการที่สม่ำเสมอ เช่น วางไว้ ตำแหน่ง เดียวกันของทุกหน้า

8.1.6 ลักษณะที่น่าสนใจ หน้าตาของเว็บไซต์จะต้องมีความสัมพันธ์กับคุณภาพขององค์ประกอบต่างๆ เช่น คุณภาพของกราฟิกที่จะต้องสมบูรณ์ การใช้สีการใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตา การใช้โทนสีที่เข้ากัน ลักษณะหน้าตาที่น่าสนใจนั้นขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล

8.1.7 การใช้งานอย่างไม่จำกัด ผู้ใช้ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้มากที่สุดเลือกใช้เบราว์เซอร์ชนิดใดก็ได้ใน การเข้าถึงเนื้อหาสามารถแสดงผลได้ทุกระบบปฏิบัติการและความละเอียดหน้าจอต่างๆ กันอย่างไม่มีปัญหา เป็นลักษณะสำคัญสำหรับผู้ที่มีจำนวนมาก

8.1.8 คุณภาพในการออกแบบ การออกแบบและเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบ สร้างความรู้สึกว่า เว็บไซต์มีคุณภาพ ถูกต้อง และเชื่อถือได้

8.1.9 ลิงค์ต่างๆ จะต้องเชื่อมโยงไปหน้าที่มีอยู่จริงและถูกต้อง ระบบการทำงานต่างๆ ในเว็บไซต์ควรมี ความถูกต้องแน่นอน ซึ่งต้องได้รับการออกแบบสร้างสรรค์และตรวจสอบอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น ลิงค์ต่างๆ ใน เว็บไซต์ ต้องตรวจสอบว่ายังสามารถลิงค์ข้อมูลได้ถูกต้องหรือไม่ เพราะเว็บไซต์อื่นอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ปัญหาที่เกิดจากลิงค์ ก็คือ ลิงค์ขาด ซึ่งพบได้บ่อยเป็นปัญหาที่สร้างความรำคาญกับผู้ใช้เป็นอย่างมาก

8.2 การออกแบบความเป็นจริงเสริม การออกแบบสื่อแต่ละรูปแบบว่าให้ออกมาแบบใด โดยกระบวนการภายในของเทคโนโลยี เสมือนจริงประกอบด้วย 3 กระบวนการ ได้แก่

8.2.1 การวิเคราะห์ภาพ (Image Analysis) เป็นขั้นตอนการค้นหา Marker จากภาพที่ได้จากกล้องแล้ว สืบค้นจากฐานข้อมูล (Marker Database) ที่มีการเก็บข้อมูลขนาดและรูปแบบของ Marker เพื่อนำมาวิเคราะห์รูปแบบของ Marker

8.2.2 การคำนวณค่าตำแหน่งเชิง 3 มิติ (Pose Estimation) ของ Marker เทียบกับกล้อง

8.2.3 กระบวนการสร้างภาพสองมิติ จากโมเดลสามมิติ (3D Rendering) เป็นการเพิ่มข้อมูลเข้าไปในภาพ โดยใช้ค่าตำแหน่งเชิง 3 มิติ ที่คำนวณได้จนได้ภาพเสมือนจริง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. ได้เผยแพร่ความรู้ทางประวัติศาสตร์สถานที่ต่างๆ ของ 10 รัชกาล
2. ได้แนวทางในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ของ 10 รัชกาล
3. ได้เผยแพร่ประเพณีและวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นหลังได้ไปศึกษาต่อไป
4. ได้เผยแพร่และสืบสานเรื่องประเพณีและวัฒนธรรมไปยังคนรุ่นหลังต่อไป
5. ได้แนวทางการทำวิจัยในอนาคต

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 หน้าเว็บไซต์ของสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม



ภาพประกอบ 1 หน้าเว็บไซต์

ส่วนที่ 2 หน้าหลักของเว็บไซต์



ภาพประกอบ 2 หน้าหลักของเว็บไซต์

ส่วนที่ 3 หน้าเมนูวัดประจำรัชกาล



ภาพประกอบ 3 หน้าเมนูวัดประจำรัชกาล

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลการใช้สื่อสำหรับผู้ประเมิน

ในการทำวิจัยเรื่องนี้กลุ่มตัวอย่างที่วิจัย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริม จำนวน 3 ท่าน โดยใช้การวิเคราะห์โดยการวัดปริมาณผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าร้อยละ (Percentage)

ตาราง 1 ค่าระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริมที่มีต่อการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความ
เป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์

ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความน่าสนใจของภาพ	4.00	0.81	ดี
2. ความคมชัดของภาพ	4.33	0.47	ดี
3. ความต่อเนื่องของภาพ	4.33	0.47	ดี
4. ความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมาย	4.33	0.47	ดี
5. ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับคำบรรยาย	4.00	0.81	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22	0.66	ดี

จากตาราง 1 แสดงค่าระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริมที่มีต่อการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยได้แก่ ความน่าสนใจของภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 รองลงมาได้แก่ ความคมชัดของภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 รองลงมาได้แก่ ความต่อเนื่องของภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมาย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 รองลงมาได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับคำบรรยาย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81

ตาราง 2 ค่าระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริมที่มีต่อการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความ
เป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล คุณภาพของเสียงภาพและภาษา

คุณภาพของเสียงภาพและภาษา	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	4.00	0.81	ดี
2. ความถูกต้องของเสียงบรรยาย	4.33	0.47	ดี
3. ความเหมาะสมของเสียงดนตรี	4.00	0.81	ดี
4. ความเหมาะสมของระดับเสียงดนตรีกับเสียงบรรยาย	4.33	0.47	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม	4.19	0.67	ดี

จากตาราง 2 แสดงค่าระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริมที่มีต่อการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล คุณภาพของเสียงภาพและภาษา มีค่าเฉลี่ยได้แก่ ความชัดเจนของเสียงบรรยาย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 รองลงมาได้แก่ ความ

ถูกต้องของเสียงบรรยาย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมของเสียงดนตรี โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมของระดับเสียงดนตรีกับเสียงบรรยาย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47

ตาราง 3 ค่าระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริมที่มีต่อการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล ด้านเวลา

ด้านเวลา	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความเหมาะสมของเวลาฉาย	4.33	0.47	ดี
2. ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเนื้อหาบรรยาย	4.00	0.81	ดี
3. ความเหมาะสมของเวลาฉายทั้งเรื่อง	4.33	0.47	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18	0.66	ดี

จากตาราง 3 แสดงค่าระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริมที่มีต่อการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล ด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยได้แก่ ความเหมาะสมของเวลาฉาย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมของเวลาฉายกับเนื้อหาบรรยาย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมของเวลาฉายทั้งเรื่อง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47

ตาราง 4 ค่าระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริมความเป็นจริงเสริมที่มีต่อการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล คุณภาพของเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ

คุณภาพของเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เทคนิคในการเรียงลำดับภาพ	4.00	0.81	ดี
2. ความน่าสนใจของการใช้เทคนิคต่างๆ เช่น การซ้อนภาพ การตัดต่อภาพ	4.00	0.81	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00	0.81	ดี

จากตาราง 4 แสดงค่าระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริมที่มีต่อการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล คุณภาพของเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยได้แก่ เทคนิคในการเรียงลำดับภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 รองลงมาได้แก่ ความน่าสนใจของการใช้เทคนิคต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81

ตาราง 5 ค่าสรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริมที่มีต่อการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความ
เป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล จำแนกแต่ละด้าน

ค่าสรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เนื้อหาและการดำเนินเรื่อง	4.16	0.71	ดี
2. ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์	4.22	0.66	ดี
3. คุณภาพของเสียงภาพและภาษา	4.19	0.67	ดี
4. เวลา	4.18	0.66	ดี
5. คุณภาพของเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ	4.00	0.81	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16	0.69	ดี

จากตาราง 5 แสดงค่าสรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริมที่มีต่อการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความจริงเสริมเรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล จำแนกแต่ละด้าน มีค่าเฉลี่ยได้แก่ เนื้อหาและการดำเนินเรื่อง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.16 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 รองลงมาได้แก่ ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 รองลงมาได้แก่ คุณภาพของเสียงภาพและภาษา โดยมีค่าเฉลี่ย 4.19 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 รองลงมาได้แก่ เวลา โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 รองลงมาได้แก่ คุณภาพของเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81

สรุปผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล โดยการใช้โปรแกรมพัฒนาสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริมโดยใช้โปรแกรม Adobe Premiere Pro Trial 30 days ไว้ใช้สำหรับตัดต่อวิดีโอในการทำสื่อ ใช้การทำ Title ผ่านโปรแกรม Adobe After Effects Trial 30 days และได้เพิ่มเติมการ์ตูน 2 มิติเพื่อเป็นส่วนประกอบของวิดีโอ ในการสร้าง 2 มิติและจัดทำแผ่นพับโดยสร้างผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator Trial 30 days เป็นสื่ออีกตัวในการสร้างเว็บไซต์ โดยโปรแกรม Adobe Dreamweaver Trial 30 days และสื่อที่สำคัญสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม โดยการทำผ่านแอปพลิเคชัน Aurasma Studio ทำให้ผู้ใช้งานเกิดเพลิดเพลินในการเสพสื่อและเกิดความสนใจในสื่อดิจิทัลด้วยความเป็นจริงเสริม อีกทั้งยังได้รับความรู้ประวัติความเป็นมาของแต่ละวัดจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล อยู่ในระดับที่ดี โดยแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริมแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. เนื้อหาและการดำเนินเรื่อง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.16 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71
2. ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66
3. คุณภาพของเสียงภาพและภาษา โดยมีค่าเฉลี่ย 4.19 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67
4. เวลา โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66

5. คุณภาพของเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81

อภิปรายผล

ผลในทดลองการใช้สื่อดิจิทัลด้วยความจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล โดยผู้เชี่ยวชาญ ด้านด้านสื่อดิจิทัลความเป็นจริงเสริม ได้ทำการประเมินสื่อ เมื่อนำผลมาวิเคราะห์และสามารถสรุปได้ว่า ผลรวมค่าเฉลี่ยของทั้ง 5 ด้าน มีค่าเฉลี่ย 4.16 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.69 สรุปได้ว่าอยู่ในระดับดี ได้แก่เนื้อหาและการดำเนินเรื่อง ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ คุณภาพของเสียงภาพและภาษา เวลา คุณภาพของเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ โดยการเข้าถึงแต่ละขั้นตอนสิ่งง่ายในการใช้งาน ความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลมีคำอธิบายในการใช้งานที่ชัดเจน เข้าใจง่าย มีคำแนะนำในการใช้งานซึ่งหมายความว่าสื่อความเป็นจริงเสมือนเพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคามพัฒนาขึ้นมาในรูปแบบ “สื่อแบบตอบโต้กับผู้ใช้” หรือ “มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์” (Interactive Multimedia) มีความสะดวกมีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลเนื้อหา ข้อมูลรูปภาพต่างๆ ได้ตามความต้องการของแต่ละบุคคล ได้โดยอิสระไม่มีใครบังคับ ทำให้รู้สึกสนุกสนาน ตื่นเต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญชาติ ทักษิกรณ์ (2538) ที่กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญของมัลติมีเดีย ซึ่งมีส่วนประกอบสำคัญคือ อักษรเสียงภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพวิดีโอ และมีการปฏิสัมพันธ์ดังนี้ 1) ตัวอักษรเป็นสื่อสามัญของมัลติมีเดียซึ่งการใช้ตัวอักษรเพื่อสื่อความหมายกับผู้ใช้สื่อ สามารถสื่อความหมายชัดเจน เนื้อหายาวไม่ควรให้อ่านจากจอคอมพิวเตอร์ 2) เสียงคือสื่อสร้างอารมณ์ 3) ภาพนิ่งคือส่วนสำคัญที่สุดของมัลติมีเดีย 4) ภาพเคลื่อนไหวเป็นสื่อดึงดูดสายตา 5) ภาพวิดีโอนำสู่โลกที่ใกล้เคียงกับความจริงและสื่อความเป็นจริงเสมือน มีการนำเสนอเนื้อหาที่ผู้ใช้งานสามารถควบคุมได้ด้วยตนเอง สามารถศึกษาบทวนเนื้อหาได้อย่างไม่จำกัดเวลา หลังจากที่ได้ทดสอบสื่อดิจิทัลด้วยความจริงเสริม เรื่องไหว้พระ 9 วัด สืบสิริสวัสดิ์ 10 รัชกาล และเกิดแรงจูงใจในการใช้งานสื่อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมบุญ ปัญญาทิพย์ (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบบทเรียนบนโทรศัพท์มือถือสำหรับนิสิต/นักศึกษาระดับอุดมศึกษา พบว่านิสิตนักศึกษามีความพึงพอใจด้วยสื่อมัลติมีเดียบนโทรศัพท์มือถือในระดับมาก โดยสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสมัยใหม่ ซึ่งเป็นการช่วยนำเสนอข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างน่าสนใจ และนำความคิดเห็นของผู้ชมสื่อมาปรับปรุงการนำเสนอสื่อให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ สุพรรณพงศ์ วงษ์ศรีเพ็ง; และ ณัฐวี อุตกฤษฎ์ (2555) Rabia M. Yilmaz (2016) อำนาจ ชิตทอง (2555) ที่กล่าวว่า เทคนิคความเป็นจริงเสมือนมีความน่าสนใจ และสามารถกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี แต่ยังพบข้อจำกัดในด้านการใช้ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้จะต้องมีการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งในบริเวณวัด สัณญาณ Wifi มีบางพื้นที่สัญญาณอ่อนและพบปัญหาในด้านความเร็วของอินเทอร์เน็ต ในกรณีที่ใช้ผ่านมือถือ (3G/4G)

ข้อเสนอแนะ

1. ควรปรับการนำเสนอของสื่อให้สั้นกระชับ และได้ใจความมากยิ่งขึ้น
2. เพิ่มการตอบสนองและการมีส่วนร่วมของผู้ชมสื่อให้มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ที่สนับสนุนทุนวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2561. สืบค้นจาก <http://www.tourism.go.th/view/3/สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558, กรกฎาคม). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. สืบค้นจาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114.
- จงกิจ วงษ์พิณิจ. (2556). การพัฒนาสื่อเสริมทักษะการอ่านภาษาอังกฤษโดยใช้นิทานพื้นบ้านกลุ่มชาติพันธุ์เขมรในเขตอีสานใต้. นครปฐม: วิทยาลัยราชสุดา. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2560, จาก <http://elibrary.trf.or.th>.
- ณัฐพงษ์ พระลัษักรักษา. (2556). ผลของการเรียนรู้แบบปฏิบัติการรายวิชาเทคนิคการถ่ายภาพดิจิทัล. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2560, จาก <http://tdc.thailis.or.th>.
- ธรรมบุญ ปัญญาทิพย์. (2552). รูปแบบบทเรียนบนโทรศัพท์มือถือ สำหรับนิสิต/นักศึกษา ระดับอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธวัชชัย สหพงษ์. (2556). ผลการจัดการเรียนตามทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเอง. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2560, จาก <http://tdc.thailis.or.th>.
- บุปผชาติ ทัพพิกรณ์. (2538, กรกฎาคม-กันยายน). มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์. สสวท. 23: 35.
- ปิยวัฒน์ เกตุวงศา. (2555). การพัฒนาสื่อและโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อการจัดบันทึกบัญชีครัวเรือนภายใต้โครงการบูรณาการการจัดการเชิงพื้นที่ เพื่อแก้ปัญหาคความยากจน. สกว. กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2560, จาก <http://elibrary.trf.or.th>.
- มานพ สว่างจิต. (2556). การพัฒนาสื่อความจริงเสมือน วิชาวิทยาศาสตร์ โรงเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 28 มกราคม 2560, จาก <http://elibrary.trf.or.th>.
- สุธา เหลือลมัย (2556). การศึกษาและพัฒนาสื่อคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมประยุกต์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับผู้พิการทางการได้ยิน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. มหาสารคาม. สืบค้นเมื่อ 28 มกราคม 2560, จาก <http://elibrary.trf.or.th>.
- สุพรรณพงศ์ วงษ์ศรีเพ็ง; และณัฐวี อุตกฤษฎ์. (2555). การประยุกต์ใช้เทคนิคความจริงเสริม เพื่อใช้ในการสอนเรื่องพยัญชนะภาษาไทย. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- อนงค์พร ไสลงรากุล. (2558). การศึกษาข้อมูลเชิงคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง เพื่อพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบภาพสามมิติเสมือนจริง, สกว. กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2560, จาก <http://elibrary.trf.or.th>.
- อำนาจ ชิดทอง. (2555). เทคนิคความเป็นจริงเสริมเพื่อผลิตสื่อการสอน สำหรับโครงสร้างต้นไม้ (Ethesis). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Chung, N.; Han, H.; & Joun, Y. (2015). Tourists' Intention to Visit a Destination: The Role of Augmented Reality (AR) Application for a Heritage Site. Computers in Human Behavior. 50: 588-599.
- Kysela, J.; & Storkova, P. (2015). Using Augmented Reality as a Medium for Teaching History and Tourism. Procedia-Social and Behavioral Sciences. 174: 926-931.

Rabia, M.Y. (2016, January). Educational Magic Toys Developed with Augmented Reality Technology for Early Childhood Education. *Computers in Human Behavior*. (54): 240-248.

ภาคโปสเตอร์
(Poster Presentation)

NBUS005: กระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความสุขในการทำงาน: กรณีศึกษากรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT FUNCTIONS WITH HAPPINESS AT WORK:
A CASE STUDY OF THE QUEEN SIRIKIT DEPARTMENT OF SERICULTURE

นรีนาถ กาญจนเจตน์¹

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหม 2) เปรียบเทียบความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความสุขในการทำงาน ด้วยวิธีการเชิงผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรกรมหม่อนไหม (ข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้างประจำ) จากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ และการเลือกแบบเจาะจงเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเชื่อมั่น และดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม และการใช้แบบสัมภาษณ์ที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ นำข้อมูลที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า บุคลากรกรมหม่อนไหมมีความสุขในการทำงานอยู่ในระดับสูง ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงาน โดยการบริหารผลการปฏิบัติงาน และการสรรหาและคัดเลือก มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานมากที่สุด ตามลำดับ นอกจากนี้บุคลากรกรมหม่อนไหมที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ประเภทบุคลากร อายุ เขตพื้นที่ของหน่วยงาน ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน ในส่วนของผลการสัมภาษณ์ พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ทำให้บุคลากรกรมหม่อนไหมมีความสุขในการทำงานได้ จากการได้รับในสิ่งที่ตนพึงจะได้รับจากการทำงานให้กับองค์กร ในขณะที่เดียวกันบางกระบวนการยังคงต้องได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้มีความโปร่งใส เป็นธรรม และมีความเท่าเทียมมากขึ้น

คำสำคัญ: การบริหารทรัพยากรมนุษย์, ความสุขในการทำงาน, ความสุข

Abstract

The main objectives of the study were to 1) study the level of happiness at work of The Queen Sirikit Department of Sericulture personnel 2) compare happiness at work classified by personal factors 3) examine the relationships between HRM functions and employees' happiness at work by using the mixed-method. The data of this study were The Queen Sirikit Department of Sericulture (government officers, government employees and permanent employees) by using simple random sampling for

quantitative method and using purposive sampling for qualitative method. The data were collected through the questionnaire and semi-structured interview, proved with content validity, validity and Index of Item Objective Congruence and through semi-structured interview, proved with human resource management experts. Descriptive statistics and inferential statistics and content analysis were conducted to analyzing data.

From respondents found that The Queen Sirikit Department of Sericulture personnel were happy to work in high level. Moreover, human resource management functions have positively relationships with employees' happiness at work moderately by performance management and recruitment and selection. While, the all personal factors (types, age, place, experience and education level) led to the difference level of employees' happiness at work significantly. In the part of interview results found that human resource management could make employees feel happy to work from gaining the things that they should be gained during working in the organization. Some functions still should be developed and improved in aspect of transaprence, merit and equality.

Keywords: Human Resource Management, Happiness at work, Happiness

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในบริบทสังคมโลกยุคปัจจุบันที่เต็มไปด้วยการแข่งขันจากการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ส่งผลให้ประเทศไทยต้องเร่งปรับตัว และพัฒนาให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ประกอบกับโครงสร้างประชากรของประเทศไทยกำลังเข้าสู่ยุคสังคมสูงวัย ส่งผลให้ในอนาคตอันใกล้ประเทศไทยจะประสบกับปัญหาการขาดแคลนแรงงานในการขับเคลื่อนการพัฒนา และยกระดับประเทศ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. 2559) ดังนั้น กำลังแรงงานทั้งในองค์กรภาครัฐ และภาคเอกชน อาจจะต้องแบกรับกับ แรงกดดัน ภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบในงานที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อบริหารกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ส่งผลให้ ความสุขในการทำงานที่มีอยู่ลดลง

จากสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนหันมาให้ความสนใจในประเด็นของความสุขในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความสุขเปรียบเสมือนเป้าหมายสูงสุดในชีวิตอย่างหนึ่ง และเป็นสิ่งที่ทุกคนต่างมีความต้องการใฝ่หาเพื่อให้ได้มา โดยมีความเชื่อว่าการมีความสุขจะทำให้ชีวิตมีคุณค่า และมีความหมายมากขึ้น (Brulde. 2007) รวมถึงความสุขในการทำงานเช่นเดียวกัน ที่สามารถก่อให้เกิดผลดีกับทั้งองค์กรและบุคลากรภายในองค์กร เมื่อบุคลากรมีความสุขในการทำงานจะนำมาซึ่งการมีกำลังใจในการทำงาน มีพลังในการอยากมาทำงาน มีความผูกพันและความรักในงาน มีแรงผลักดันในการทำงานให้สำเร็จ นำไปสู่การมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น (Gavin; & Mason. 2004; Manion. 2008; Streimikiene; & Grundey. 2009; Pryce-Jones & Lindsay. 2014) ทั้งในระดับ บุคคลและระดับองค์กร

กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในฐานะหน่วยงานภาครัฐหน่วยงานหนึ่ง ที่มีบทบาทหน้าที่ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สำคัญของประเทศในด้านของหม่อนและไหม เพื่อส่งมอบสู่ประชาชนในรูปแบบของ สินค้า และการบริการ จัดตั้งขึ้นเป็นกรมที่ 14 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

บุคลากรในช่วงปี พ.ศ. 2556-2559 พบว่า จำนวนบุคลากรที่กรมหม่อนไหมสูญเสียไปนั้นมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี และมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้กรมหม่อนไหมประสบกับปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการทำงาน จากการศึกษาของ Wang & Yang (2016) พบว่า หากองค์กรสามารถหาแนวทางในการสร้างความสุขในการทำงานให้เกิดขึ้นกับบุคลากรได้จะส่งผลทำให้บุคลากรมีความตั้งใจในการลาออกที่ลดลง

การบริหารทรัพยากรมนุษย์นับเป็นแนวทางหนึ่งที่สำคัญที่สามารถทำให้บุคลากรมีความสุขในการทำงาน (Kowalski; Loretto; & Redman. 2015) อีกทั้งยังเป็นตัวช่วยลดอัตราการลาออกของบุคลากรได้ (Ozolina-Ozola. 2014) เนื่องจากเป็นการบริหารจัดการรูปแบบหนึ่งที่เป็นตัวช่วยในการผสานความต้องการขององค์กรกับบุคลากรให้สามารถทำงานร่วมกันได้ ผ่านการดำเนินการ ตั้งแต่ขั้นของการได้มาซึ่งบุคลากร จนไปสู่ขั้นสุดท้ายของวงจรชีวิตการทำงาน (Employment Life Cycle) (Mathis; & Jackson. 2007; Tyson. 2015)

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นนั้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาถึงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหม เพื่อนำไปสู่การวางแผนพัฒนา และปรับปรุงการดำเนินงานในแต่ละกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถตอบโจทย์ต่อยุทธศาสตร์ของกรมหม่อนไหมในด้านของการพัฒนาองค์กรและทรัพยากรบุคคล ที่เน้นทำให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความก้าวหน้า และมีความสุขในการทำงานต่อไป (กรมหม่อนไหม, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2558)

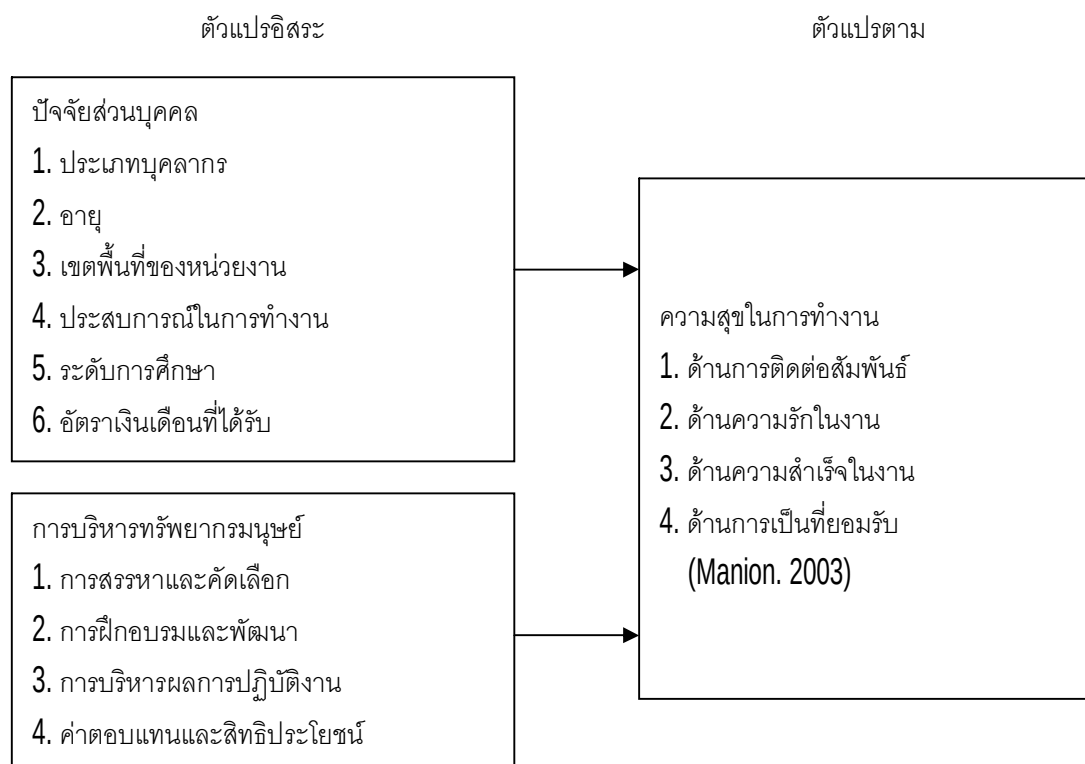
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความสุขในการทำงาน

สมมติฐานในการวิจัย

1. ความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหมแตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงาน

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย บุคลากรของกรมหม่อนไหม ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำ จำนวน 1,096 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random Sampling) จาก ข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้างประจำ ในทุกตำแหน่งประเภท ทุกระดับ ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ในสังกัดกรมหม่อนไหม เนื่องจากกลุ่มบุคลากรทั้ง 3 กลุ่มนี้ ต่างเป็นบุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากร มนุษย์ในบริบทภาครัฐโดยตรง ภายใต้กฎระเบียบ ข้อบังคับของทางราชการ จำนวน 315 คน ผ่านการใช้สูตรการ คำนวณและเปิดตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1973)

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยการใช้แบบ เฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ในส่วนกลาง จำนวน 5 คน และส่วนภูมิภาค จำนวน 5 คน ที่เป็นข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้างประจำ รวมเป็นจำนวน 10 คน

2. ขอบเขตระยะเวลา

2.1 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ดำเนินการในระหว่างเดือน พฤษภาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2560

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

3.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ประเภทบุคลากร อายุ เขตพื้นที่ของหน่วยงาน ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการศึกษา อัตราเงินเดือนที่ได้รับ

3.1.2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การบริหารผลการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความสุขในการทำงาน ประกอบด้วย ด้านการติดต่อสัมพันธ์ ด้านความรักในงาน ด้านความสำเร็จในงาน ด้านการเป็นที่ยอมรับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ โดยลักษณะของคำถามเป็นคำถามปลายปิด แบบสำรวจรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 25 ข้อ ซึ่งพัฒนามาจากแบบสอบถามของ ปิยาพร ห่องแสง (2555) โดยลักษณะของคำถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของ Likert's Scale กำหนดให้เห็นด้วยอย่างยิ่งมีค่าคะแนนเท่ากับ 5 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งมีค่าคะแนนเท่ากับ 1 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ .911

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสุขในการทำงาน จำนวน 32 ข้อ ซึ่งพัฒนามาจากแบบสอบถามของ วีรญา ศิริจรรยาพงษ์ (2556) โดยลักษณะของคำถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของ Likert's Scale กำหนดให้เห็นด้วยอย่างยิ่งมีค่าคะแนนเท่ากับ 5 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งมีค่าคะแนนเท่ากับ 1 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ .934

โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือผ่านการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 30 คน มีค่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) รวมทั้งฉบับ เท่ากับ .947 และผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบ และประเมินแบบสอบถาม เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีเกณฑ์คะแนน 3 ระดับ (+1, 0 และ -1) ผลรวมคะแนนทั้งหมดเฉลี่ย เท่ากับ .97 (กรสรณ์ เอนกศกยพงศ์. 2556)

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ประกอบด้วย 2 ส่วน โดยการใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้รับ และเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบ และปรับปรุงแก้ไขเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยต่อไป แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ถูกสัมภาษณ์ทั่วไป ประกอบด้วย ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ประเภทบุคลากร อายุ เขตพื้นที่ของหน่วยงาน

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์คำถามปลายเปิด เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่
กับความสุขในการทำงาน

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นข้าราชการคิดเป็นร้อยละ 37.10 มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.30 ปฏิบัติงานอยู่ในส่วนภูมิภาคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.50 มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.60 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.50 และมีอัตราเงินเดือนที่ได้รับมากที่สุดในช่วง 15,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.10

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของบุคลากรกรมหม่อนไหมเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (n = 315)

การบริหารทรัพยากรมนุษย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การสรรหาและคัดเลือก	3.445	.833	ดี
การฝึกอบรมและพัฒนา	3.783	.802	ดี
การบริหารผลการปฏิบัติงาน	3.291	.867	ปานกลาง
ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์	3.777	.792	ดี
การบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยรวม	3.574	.824	ดี

จากตาราง 1 พบว่า บุคลากรกรมหม่อนไหมมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.574$, S.D. = .824) เมื่อวิเคราะห์แยกการกระจายกระบวนการ พบว่า บุคลากรกรมหม่อนไหมมีระดับความคิดเห็นต่อการฝึกอบรมและพัฒนา มากที่สุด ($\bar{X} = 3.783$, S.D. = .802) รองลงมาคือ ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ และการสรรหาและคัดเลือก ($\bar{X} = 3.777$, S.D. = .792 และ $\bar{X} = 3.445$, S.D. = .833 ตามลำดับ) และการบริหารผลการปฏิบัติงาน น้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.291$, S.D. = .867)
ความสุขในการทำงาน

ส่วนที่ 3 ระดับความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหม

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหม ($n = 315$)

ความสุขในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสุข ในการทำงาน	ระดับ
การติดต่อสัมพันธ์	3.943	.707	30.78	สูง
ความรักในงาน	3.951	.739	30.83	สูง
ความสำเร็จในงาน	4.002	.699	32.00	สูง
การเป็นที่ยอมรับ	3.788	.726	30.31	สูง
ความสุขในการทำงานโดยรวม	3.921	.718	123.96	สูง

จากตาราง 2 พบว่า บุคลากรกรมหม่อนไหม มีระดับความสุขในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง เท่ากับ 123.96 ($\bar{X} = 3.921$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความสำเร็จในงาน มีค่าคะแนนอยู่ในระดับสูง เท่ากับ 32 คะแนน ($\bar{X} = 4.002$) รองลงมาคือ ด้านความรักในงาน และด้านการติดต่อสัมพันธ์ และด้านการเป็นที่ยอมรับ (30.83 คะแนน; $\bar{X} = 3.951$, 30.78 คะแนน; $\bar{X} = 3.943$ และ 30.30 คะแนน; $\bar{X} = 3.788$ ตามลำดับ)

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การวิจัย

1. ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหมแตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

บุคลากรกรมหม่อนไหม ที่เป็นบุคลากรประเภทแตกต่างกัน พบว่า มีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยบุคลากรที่เป็นข้าราชการมีความสุขในการทำงานมากกว่าบุคลากรที่เป็นพนักงานราชการ และลูกจ้างประจำ

บุคลากรกรมหม่อนไหม ที่มีอายุแตกต่างกัน พบว่า มีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยบุคลากรที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความสุขในการทำงานมากกว่าบุคลากรที่มีอายุ 25-34 ปี และบุคลากรที่มีอายุ 35-44 ปี มีความสุขในการทำงานมากกว่าบุคลากรที่มีอายุ 25-34 ปี

บุคลากรกรมหม่อนไหม ที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ของหน่วยงานแตกต่างกัน พบว่า มีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยบุคลากรที่อยู่ในส่วนกลางมีความสุขในการทำงาน มากกว่าบุคลากรในส่วนภูมิภาค

บุคลากรกรมหม่อนไหม ที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน พบว่า มีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี มีความสุขในการทำงานมากกว่าบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 21-25 ปี และบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 25 ปี ขึ้นไป มีความสุขในการทำงานมากกว่าบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี ถึง 21-25 ปี

บุคลากรกรมหม่อนไหม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า มีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยบุคลากรที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปวช. มีความสุขในการทำงานมากกว่าบุคลากรที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปวส. และปริญญาตรี บุคลากรที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท มีความสุขในการทำงานมากกว่าบุคลากรที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และบุคลากรที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาโท มีความสุขในการทำงานมากกว่าบุคลากรที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปวส. และปริญญาตรี

บุคลากรกรมหม่อนไหม ที่มีอัตราเงินเดือนที่ได้รับแตกต่างกัน พบว่า มีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยบุคลากรที่มีอัตราเงินเดือนที่ได้รับต่ำกว่า 15,000, 15,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 มีความสุขในการทำงานมากกว่าบุคลากรที่มีอัตราเงินเดือนที่ได้รับ 30,001-40,000 บาท และบุคลากรที่มีอัตราเงินเดือนที่ได้รับ 50,001 บาท ขึ้นไป มีความสุขในการทำงานมากกว่าบุคลากรที่มีอัตราเงินเดือนที่ได้รับต่ำกว่า 15,000, 15,001-20,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท

ตาราง 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหม (n = 315)

ตัวแปร	ความสุขในการทำงาน				
	ด้านการติดต่อสัมพันธ์	ด้านความรักในงาน	ด้านความสำเร็จในงาน	ด้านการเป็นที่ยอมรับ	ความสุขในการทำงานโดยรวม
	r	r	r	r	r
	(p-value)	(p-value)	(p-value)	(p-value)	(p-value)
	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ
	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์
การบริหารทรัพยากรมนุษย์	.430**	.389**	.258**	.416**	.463**
การสรรหาและคัดเลือก	.000	.000	.000	.000	.000
	ปานกลาง	ค่อนข้างต่ำ	ค่อนข้างต่ำ	ปานกลาง	ปานกลาง
การฝึกอบรมและพัฒนา	.164**	.220**	.107	.170**	.205**
	.004	.000	.057	.003	.000
	ต่ำ	ค่อนข้างต่ำ	ไม่มีความสัมพันธ์	ต่ำ	ค่อนข้างต่ำ
	.453**	.452**	.366**	.517**	.553**
การบริหารผลการปฏิบัติงาน	.000	.000	.000	.000	.000
	ปานกลาง	ปานกลาง	ค่อนข้างต่ำ	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์	-.077	.114*	.278**	.139*	.136*
	.173	.042	.000	.014	.015
	ไม่มี	ไม่มี	ค่อนข้างต่ำ	ไม่มี	ไม่มี
	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์
	.405**	.459**	.380**	.490	.536**

ตาราง 3 (ต่อ)

ตัวแปร	ความสุขในการทำงาน				
	ด้านการติดต่อสัมพันธ์	ด้านความรักในงาน	ด้านความสำเร็จในงาน	ด้านการเป็นที่ยอมรับ	ความสุขในการทำงานโดยรวม
	r	r	r	r	r
	(p-value)	(p-value)	(p-value)	(p-value)	(p-value)
	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ
	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์
การบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยรวม	.000	.000	.000	.000	.000
	ปานกลาง	ปานกลาง	ค่อนข้างต่ำ	ปานกลาง	ปานกลาง

** ความสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* ความสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความสุขในการทำงาน พบว่า

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหม พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .536 ในระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายกระบวนการ พบว่า การบริหารผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหมมากที่สุด ($r = .553$) รองลงมา คือ การสรรหาและคัดเลือก ($r = .463$)

ส่วนที่ 5 ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์นับเป็นอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานของบุคลากร จากการที่บุคลากรได้รับในสิ่งที่ตนเองพึงจะได้รับจากการทำงาน ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับชีวิตการทำงาน รวมไปถึงชีวิตครอบครัว จากผลการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นได้ว่าบุคลากรกรมหม่อนไหมมีความเข้าใจว่า กระบวนการที่กรมหม่อนไหมดำเนินการอยู่ตอนนี้ อาจจะไม่สามารถปรับเปลี่ยน หรือเพิ่มเติมขั้นตอนใดได้มากนัก จากขอบเขตการดำเนินการที่ถูกกำหนดไว้ ซึ่งข้อค้นพบจากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกรมหม่อนไหมจะมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และตอบสนองต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหมได้ดีขึ้นนั้น ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคือ ผู้นำ หรือผู้บังคับบัญชาในทุกระดับ ที่ต้องให้การสนับสนุน และเปิดโอกาสให้กับผู้ปฏิบัติงาน หรือผู้บังคับบัญชา ด้วยการทำงานที่มีความโปร่งใส เป็นธรรม และเท่าเทียม

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความสุขในการทำงาน: กรณีศึกษา กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผู้วิจัยข้อค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

1. ความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหมอยู่ในระดับสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคลากรกรมหม่อนไหม สามารถสร้างความสุขในการทำงานให้เกิดขึ้นกับตนเองได้ระหว่างที่ปฏิบัติงานอยู่ผ่านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน สร้างความรู้สึกรักและผูกพันในงานที่ตัวเองทำอยู่ ให้สามารถทำงานได้จนประสบความสำเร็จ นำไปสู่การยอมรับจากเพื่อนร่วมงานในทุกระดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พรณิภา สืบสุข (2548) อัจฉรัช อุยยะพัฒน์ (2551) และ วีรญา ศิริจรรยาพงษ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสุขในการทำงานของพยาบาลประเภทต่างๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสุขในการทำงานอยู่ในระดับมากหรือสูงเช่นเดียวกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความสุขในการทำงานด้านความสำเร็จในงานมีค่าคะแนนความสุขและค่าเฉลี่ยมากที่สุด สามารถอธิบายได้ว่า การทำงานให้ประสบความสำเร็จตามหน้าที่ และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชานั้นนับเป็นตัวแปรสำคัญ ดังที่ Manion (2003) อธิบายไว้ว่า การที่บุคลากรได้รับรู้ถึงความสำเร็จในงานที่ตนทำอยู่จะทำให้บุคลากรเกิดความรู้สึกว่าชีวิตการทำงานของตนนั้นมีคุณค่า มีความหมาย และนำไปสู่การมีความสุขในการทำงานต่อไป

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาจากกระบวนการ พบว่า บุคลากรกรมหม่อนไหมมีระดับความคิดเห็นด้านการฝึกอบรมและพัฒนาอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บุคลากรกรมหม่อนไหมให้ความสำคัญกับสองกระบวนการดังกล่าวข้างต้น เพราะสองกระบวนการดังกล่าวนี้สามารถตอบสนองต่อความต้องการในการพัฒนาตนเอง และการดำรงชีวิตของบุคลากรได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กรสรรรค์ เอนกศักดิ์พงษ์ (2556) พบว่า พนักงานที่ปฏิบัติงานในโรงงานอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน ในเขตจังหวัดปทุมธานี มีระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความสุขในการทำงานของบุคลากร กรมหม่อนไหม พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในภาพรวม ประกอบด้วย การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การบริหารผลการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานของบุคลากรกรมหม่อนไหม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นแนวคิดในการบริหารจัดการคนที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของทั้งบุคลากรและองค์กรได้ในเวลาเดียวกัน (Lim; & Ling. 2012) เพื่อให้้องค์กรมั่นใจได้ว่าองค์กรสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากการบริหารจัดการคนให้มีประสิทธิภาพ (Osibanjo, Kehinde; & Abiodun. 2012; Delery; & Gupta. 2016) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกรมหม่อนไหม สามารถตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรได้ครอบคลุมทั้งชีวิตการทำงาน และชีวิตประจำวัน ผ่านการดำเนินการในกระบวนการต่างๆ โดยเฉพาะการสรรหาและคัดเลือก และการบริหารผลการปฏิบัติงาน ส่งผลให้บุคลากรกรมหม่อนไหมมีความรู้สึกอยากตอบแทนกลับไปสู่องค์กรในรูปของการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นจากการมีความสุขในการทำงานเป็นตัวผลักดัน ดังเช่นการศึกษาของ Chambel et al. (2016) ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความรู้สึกผูกพันในงานสำหรับบุคลากรภาคอุตสาหกรรม พบว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในด้านการสรรหาและคัดเลือกนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความรู้สึกผูกพันในงานของบุคลากร นอกจากนี้ Fremeaux; & Michelson (2017) ที่พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดีจะส่งผลต่อการทำงานของบุคลากรได้ อีกทั้งยังเป็นตัวช่วยในการส่งเสริมให้บุคลากรเกิดความรู้สึกว่าการทำงานของตนนั้นมีความหมาย และอยากทำงานให้ประสบความสำเร็จมากขึ้น

4. จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสุขในการทำงานโดยรวมของบุคลากรกรมหม่อนไหม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประเภทบุคลากร อายุ เขตพื้นที่ของหน่วยงาน ระดับการศึกษา และอัตราเงินเดือนที่ได้รับ ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้บุคลากรกรมหม่อนไหมมีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความสุขในการทำงานของบุคลากรนั้นสามารถเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัย โดยที่บุคลากรแต่ละประเภท แต่ละช่วงอายุ ที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ที่แตกต่างกัน มีระดับการศึกษาต่างกัน ได้รับเงินเดือนต่อเดือนที่แตกต่างกัน ต่างมีความต้องการความสุขในการทำงานในรูปแบบที่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความสุขในการทำงานสามารถเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับการประเมินและการรับรู้ของแต่ละบุคคลต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงาน

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านความสุขในการทำงาน จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าบุคลากรกรมหม่อนไหมสามารถสร้างความสุขในการทำงานให้เกิดขึ้นได้ แต่อย่างไรก็ตามสิ่งเหล่านั้นอาจจะถูกบั่นทอนให้ลดลงได้จากหลายปัจจัย หากไม่ได้รับการกระตุ้นอย่างต่อเนื่อง จากทั้งระบบการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารในทุกระดับ เนื่องจากผู้บริหารขององค์กรในทุกระดับตั้งแต่ระดับสูงสุด ไปจนถึงระดับหัวหน้างาน นับเป็นกลไกสำคัญ ที่มีอิทธิพลต่อการทำงานของบุคลากรในทุกระดับอย่างมาก บุคลากรจะมีความสุขในการทำงานหรือไม่ ส่วนหนึ่งนั้นได้รับอิทธิพลจากบุคลากรกลุ่มนี้ ดังนั้นสิ่งที่ผู้บริหารในทุกระดับควรให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้นคือ การพัฒนาองค์กร ควบคู่ไปกับการทำตนเองให้เป็นแบบอย่างที่ดี หรือเพิ่มช่องทางในการสื่อสาร เพื่อเปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรในอนาคตให้มากขึ้น

2. ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกรมหม่อนไหมยังอยู่ในระดับที่ดี แต่ยังมีบางประเด็นที่ต้องได้รับการแก้ไข ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การสรรหาและคัดเลือก องค์กรควรให้ความสำคัญมากขึ้นคือในเรื่องของการดำเนินการสรรหาและคัดเลือกต้องให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ โปร่งใส เป็นธรรม และเสมอภาค ในแต่ละตำแหน่งงานให้มากขึ้น เพื่อประโยชน์ขององค์กรในการได้คนที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน และมีความสามารถตรงตามที่ต้องการอย่างแท้จริง

2.2 การฝึกอบรมและพัฒนา ทั้งผู้บริหาร นักทรัพยากรบุคคล และบุคลากรในทุกระดับ ทุกสายงาน ควรร่วมมือกันในการกำหนด และบอกถึงความต้องการซึ่งกันและกัน และนำไปวางแผนถึงการดำเนินการในด้านนี้ให้เหมาะสมและสอดคล้องกันระหว่างความต้องการของทั้ง 3 ฝ่ายให้มากขึ้นในแต่ละรอบปีงบประมาณ ทั้งในด้านของการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมที่น่าสนใจ ทันสมัย และมีความจำเป็นในแต่ละรอบปี เพื่อการจัดโครงการที่ตรงกับความต้องการให้มากที่สุด

2.3 การบริหารผลการปฏิบัติงาน ผู้บริหารในทุกระดับควรมีการสื่อสารระหว่างตนเองและผู้ใต้บังคับบัญชาให้ดี เพื่อร่วมกันกำหนดและจัดทำตัวชี้วัดที่เหมาะสมกับบุคลากรแต่ละคน รวมถึงการแจ้งผลการประเมินในรอบการประเมินแต่ละรอบให้กับบุคลากรได้รับรู้ และบอกถึงสาเหตุ ตลอดจนแนวทางเพื่อบุคลากรจะได้นำคำแนะนำที่ได้รับไปใช้ในการพัฒนาการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นต่อไป

2.4 ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ โครงสร้างของค่าตอบแทน สิ่งจูงใจ และสิทธิประโยชน์อื่นๆ ที่บุคลากรพึงจะได้รับนั้นจะถูกกำหนดบนพื้นฐานของกฎหมายซึ่งมีความเหมาะสมอยู่แล้วในเบื้องต้น แต่ผู้บริหารสามารถที่จะช่วยเพิ่มเติมและสนับสนุนให้บุคลากรมีความสุขในการทำงานได้มากขึ้นแม้เพียงเล็กน้อย จากการได้รับ

ค่าตอบแทนที่มีความยุติธรรมเป็นไปตามผลงานที่เกิดขึ้นจริง รวมถึงการจัดสวัสดิการต่างๆ ภายในองค์กร เช่น ร้านค้า ระบบรักษาความปลอดภัย ให้มากขึ้นได้ เพื่อให้บุคลากรเกิดความรู้สึกถึงการดูแลเอาใจใส่ของผู้บริหาร

3. ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความสุขในการทำงาน จากผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า องค์กรควรหันมาให้ความสำคัญในการค้นหาและพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีอยู่ให้ดีขึ้นทั้งในด้านของการบริหารจัดการในภาพรวมให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินงานขององค์กรและบุคลากร โดยเฉพาะในด้านของการบริหารจัดการที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งผู้บริหาร และนักทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรในการพัฒนา และปรับปรุงการดำเนินงานในแต่ละกระบวนการของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้มีความโปร่งใส เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของทั้งบุคลากรและองค์กรให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การทำงานที่คล่องตัว รวดเร็ว และมีความสุขในการทำงานได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

นอกจากการบริหารทรัพยากรมนุษย์ใน 4 กระบวนการ ที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา ได้แก่ การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การบริหารผลการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ อาจมีการศึกษาเพิ่มเติมในกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์กระบวนการอื่นๆ เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานในรูปแบบขององค์กรที่หลากหลาย อีกทั้งเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของทั้งองค์กรและบุคลากร ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา

เอกสารอ้างอิง

กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2558). ยุทธศาสตร์กรมหม่อนไหม พ.ศ. 2558-2561. Retrieved from www.qsds.go.th/newqsds/file.../2015-06-08-Strategic2558.PDF.

กรสรณ์ เอนกศักรพงศ์. (2556). กระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ปทุมธานี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ปิยาพร ห่องแสง. (2555). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. Retrieved from <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2559/A/115/1.PDF>.

พรรณิภา สืบสุข. (2548). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ลักษณะงาน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าหอผู้ป่วยกับความสุขในการทำงานของพยาบาลประจำการโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยของรัฐ. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วีรญา ศิริจรรยาพงษ์. (2556). ความสุขในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพในหอผู้ป่วยในโรงพยาบาลรามธิบดี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

อัจฉริย อุษยะพัฒน์. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะงาน บรรยากาศจริยธรรมในการทำงานตามการรับรู้ของพยาบาลหอผู้ป่วยวิกฤต โรงพยาบาลของรัฐ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Brüde, B. (2007). Happiness Theories of the Good Life. *Journal of Happiness Studies*. 8(1): 15-49.

Chambel, M. J.; Castanheira, F.; & Sobral, F. (2016). Temporary Agency Versus Permanent Workers: A Multigroup Analysis of Human Resource Management, Work Engagement and Organizational Commitment. *Economic and Industrial Democracy*. 37(4): 665-689.

Delery, J.; & Gupta, N. (2016). Human Resource Management Practices and Organizational Effectiveness: Internal Fit Matters. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*. 3(2): 139-163.

Fremaux, S.; & Michelson, G. (2017). Human Resource Management, Theology and Meaningful Work. *International Journal of Employment Studies*. 25(1): 27-43.

Gavin, J. H.; & Mason, R. O. (2004). The Virtuous Organization: The Value of Happiness in the Workplace. *Organizational Dynamics*. 33(4): 379-392.

Kowalski, T.; et al. (2015). Special issue of International Journal of Human Resource Management: Well-Being and HRM in the Changing Workplace. *The International Journal of Human Resource Management*. 26(1): 123-126.

Lim, L. J. W.; & Ling, F. Y. Y. (2012). Human Resource Practices of Contractors that Lead to Job Satisfaction of Professional Staff. *Construction and Architectural Management*. 19(1): 101-118.

Manion, J. (2003). Joy at Work: Creating a Positive Workplace. *Journal of Nursing Administration*. 33(12): 652-655.

Manion, J. (2008). Does your Job Make you Happy?. *American Journal of Nursing*. 108(1): 11-12.

Mathis, R. L.; & Jackson, J. H. (2007). *Human Resource Management: Essential Perspectives*. 4th ed., Canada: Thomson.

Oerlemans, W. G. M.; Bakker, A. B.; & Demerouti, E. (2014). How Feeling Happy During Off-job Activities Helps Successful Recovery From Work: A Day Reconstruction Study. *Work and Stress*. 28: 198-216.

Osibanjo, O. A.; Kehinde, O. J.; & Abiodun, A. J. (2012). Human Resource Management and Employee Job Satisfaction: Evidence From the Nigerian Banking Industry. *Journal of Economics and Business Research*. 18(1): 17-32.

Ozoluna-Ozola, I. (2014). The Impact of Human Resource Management Practices on Employee Turnover. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 156: 223-226.

Pryce-Jones, J.; & Lindsay, S. (2014). What Happiness at Work is and How to Use It. *Industrial and Commercial Training*. 46(3): 130-134.

- Streimikiene, D.; & Grundey, D. (2009). Life Satisfaction and Happiness-The Factors in Work Performance. *Economics and Sociology*. 2(1): 9-26.
- Tyson, S. (2015). *Essentials of Human Resource Management*. New York Routledge, Taylor & Francis Group.
- Wang, Y. D.; & Yang, C. (2016). How Appealing are Monetary Rewards in the Workplace ? A Study of Ethical Leadership, Love of Money, Happiness, and Turnover Intentions. *Social Indicators Research*. 129(3): 1277-1290.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper & Row.

NBUS020: พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านsongnokและสมานเบิร์ดแคมป์ อำเภอกำแพงกระเจาน จังหวัดเพชรบุรี

TRAVEL BEHAVIOR AND THE PERCEPTION OF TOURISTS TO THE PR SPECIAL INTEREST TOURISM BAAN SONGNOK AND SAMARN BIRD CAMP KAENGKRACHAN DISTRICT PHETCHABURI PROVINCE

ผศ.มูทิตา อารยะเศรษฐากร และคณะ¹

¹ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์ และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านsongnokและสมานเบิร์ดแคมป์ อำเภอกำแพงกระเจาน จังหวัดเพชรบุรี กับลักษณะประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามโดยสุ่มตัวอย่าง จำนวน 360 ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ประมาณ 10,000-30,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้กล้องถ่ายภาพที่ถ่ายภาพพกประจำตัวกล้อง DSLR Full Frame ระยะเลนส์ที่ใช้ คือ 500 m.m. มีผู้ร่วมเดินทางรวม 2 คน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทาง ใช้จำนวนวันมาท่องเที่ยวโดยมาสองวันพักค้าง 1 คืน เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงฤดูร้อน มีนาคม-มิถุนายน และเลือกพักค้างแรมที่รีสอร์ทเอกชนใกล้บริเวณแหล่งถ่ายภาพ มีการรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยรับรู้ระดับมาก ได้แก่ Social Media และรับรู้ระดับปานกลาง ได้แก่ สื่อบุคคล ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการใช้กล้องถ่ายภาพ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยว ฤดูกาลที่เดินทาง และแหล่งที่พักค้างแรม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่าง

คำสำคัญ: พฤติกรรมการท่องเที่ยว, การรับรู้, การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ

Abstract

This research aims to find the demographic characteristics of tourists, traveling behavior of tourists, the perception of tourists to the media, and compare the differences between the perception of tourists to the PR special Interest tourism Baan Songnok and Samarn Bird Camp KaengKrachan District Phetchaburi Province. The research instruments were 360 questionnaires. Most tourists were males aged between 21-30 years old with a career as a private company employee, an income of around 10,000 - 30,000 baht, domiciled in Bangkok. Have behavioral the lens used is 500 m.m. There are two people sharing, the car using a personal vehicle as a travel vehicle, two nights stay one night, choose to travel in

the summer months from March to June and select a private property near the bird photography. The average perception of public relations was moderate, Awareness is social media and the medium is personal media. Number of participants, Number of days to travel, Travel season and overnight accommodation. There were no significant differences at the .05 level.

Keywords: behavior, tourism perception, PR special Interest Tourism

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์ เป็นทางเลือกหนึ่งของนันทนาการ (Recreation) ที่มีการเดินทางแสวงหาสิ่งดึงดูดใจ อันได้แก่ ความสวยงาม ความแปลก ความใหม่ ความมหัศจรรย์ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจเหล่านี้มีความเกี่ยวเนื่องโดยตรงกับทรัพยากรธรรมชาติ อันเป็นพื้นฐานของสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏบนพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นพืชพันธุ์ การดำรงชีพของสัตว์ ตลอดจนวิถีชีวิตผู้คน ล้วนเป็นไปโดยสอดคล้องกับสภาพของทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นพื้นฐานเหล่านั้น ก่อให้เกิดสภาพของสิ่งดึงดูดใจที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ บางพื้นที่ก็มีความหลากหลายของทรัพยากร บางพื้นที่ก็มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวที่โดดเด่น บางพื้นที่ก็มีความสวยงามมหัศจรรย์ อันเนื่องมาจากความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดโอกาสหรือศักยภาพทางการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกันไป ซึ่งในประเทศไทย ถือว่าเป็นทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resources) ที่มีคุณค่าความงดงามของทรัพยากรธรรมชาติของประเทศไทยโดยรวมถือว่ามียุทธศาสตร์สูง และมีความหลากหลาย อำนาจประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวในหลายลักษณะ ทั้งโดยทางสายตา ที่เป็นทัศนียภาพ วิถี ทัศนียภาพที่สวยงาม และการเข้าไปสัมผัสพักผ่อนหย่อนใจโดยตรง รวมทั้งประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว อีกมากมาย เช่น กิจกรรมเดินป่าศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมค่ายพักแรม กิจกรรมส่องสัตว์ และหรือดูนก เป็นต้น (พรหมเมธ นาคมทอง. 2548: 174-175)

จากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทำให้การจัดการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวก็งอกงามขึ้น ซึ่งมักตั้งอยู่ห่างไกลจากชุมชน แต่มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่เปิดโอกาสให้เดินทางเข้าถึงได้สะดวก เช่น รีสอร์ท อุทยาน และวนอุทยาน เป็นต้น นอกจากนี้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เน้นธรรมชาติ จะมีความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมมากกว่า และนักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะประกอบกิจกรรมนันทนาการที่หลากหลายกว่ามาก เช่น การดูนก การเดินป่า หากทรัพยากรนั้นมีพื้นฐานเป็นพื้นที่ป่า ก็จะเหมาะกับกิจกรรมดังกล่าว หรือกิจกรรมพักผ่อน โดยการใช้เต็นท์ เป็นต้น และเน้นการเข้าที่ยังไม่สะดวกเท่าที่ควร (สุวัฒน์ จูรากรณ์, และ รุ่งทิพ ว่องปฏิการ. 2548: 146-147) และทำให้เกิดการบริการที่พัก รีสอร์ท ในพื้นที่ใกล้ๆ อุทยานแห่งชาติสำหรับให้นักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมเฉพาะกลุ่มได้พัก และบริการนำชมธรรมชาติ เช่น ดูนก เดินป่า ไร่ชา ดำน้ำดูปะการัง เป็นต้น (ราณี อธิชัยกุล. 2548: 227) กิจกรรมดังกล่าวถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่ตอบสนองความต้องการต่อความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (สุวัฒน์ จูรากรณ์, และ จริญญา เจริญสุทไธ. 2548: 123)

ขณะเดียวกันผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษทางด้านการดูนก เดินป่า ก็ต้องทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ได้รับรู้ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การ

ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและเข้าใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ Social media และสื่อกลางแจ้ง เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข่าวสารของกิจการและผลิตภัณฑ์ การสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก ให้เกิดความนิยมและความเชื่อถือไว้วางใจจนนำไปสู่การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนเพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกิจการในการแข่งขันทางตลาด (ณรงค์ช ศิริณานันต์. 2548: 310) การสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในลักษณะต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ในข้อมูลข่าวสารที่ต้องการ และมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งก่อน ระหว่างและหลังจากการเดินทาง ทำให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างถูกต้อง ในการกำหนดตำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยว ตำแหน่งของการบริการ ขณะที่นักท่องเที่ยวเองก็มีการรับรู้ถึงความเสี่ยงว่าเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วจะบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการหรือไม่ โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปยังสถานที่ใดๆ มักจะมีพฤติกรรมในการหาข้อมูลอย่างรอบคอบ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่จะไป ช่วงเวลาที่จะไป รูปแบบพาหนะที่ใช้เดินทาง ระยะเวลาของการเดินทาง ที่พักระหว่างทาง กิจกรรมและงบประมาณ เป็นต้น (นิรันดร์ ทัพไชย. 2548: 83-84)

บ้านสองนก และสมานเบิร์ตแคมป์ เป็นรีสอร์ตท้องถิ่นที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ นั่นคือการดูนก และถ่ายภาพนก เนื่องจากบ้านสองนกอยู่ใกล้กับบริเวณพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี จึงมีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นพันธุ์พืช และสัตว์ป่าที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นกป่าและนกประจำถิ่น รวมทั้งนกอพยพตามฤดูกาล จะเป็นเป้าหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวดูนกและถ่ายภาพนกที่มุ่งหน้าเดินทางสู่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เพื่อมาเก็บภาพนกเหล่านี้ และส่วนใหญ่ก็มักจะแวะตั้งหลักกันที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์นี้ก่อน เพราะที่นี่จะมีบ่อน้ำ หรือแอ่งน้ำเทียม ไว้ให้นักได้แวะมาอาบน้ำและกินน้ำ จึงต้องมีข้อมูลสื่อสารออกไปให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ผ่านสื่อต่างๆ และตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการ ซึ่งทั้งสองที่ต่างก็ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวคล้ายกัน และก็มี การสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้ใกล้เคียงกัน แต่ก็อาจมีการรับรู้แตกต่างกันไปตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทำให้บางครั้งมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากบ้างน้อยบ้าง (iPhotoplay, Practical Photo. 26-31)

ด้วยเหตุดังกล่าวที่นักท่องเที่ยวที่มีความนิยมการถ่ายภาพนก ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และทรัพยากรที่เป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีพฤติกรรมในการเดินทางมาเพื่อถ่ายภาพนก ที่แก่งกระจาน โดยมาที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่านักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษด้านนี้อย่างไร มีการรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ของบ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ในระดับใด และการรับรู้ดังกล่าวมีความแตกต่างกันตามลักษณะประชากรและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างไรหรือไม่ เพื่อจะได้นำข้อมูลให้ผู้สนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ด้านการดูนก ถ่ายภาพนก บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ ไว้ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ค้นหาลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยว
2. ค้นหาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

3. ค้นหาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี

4. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์กับลักษณะประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเฉพาะลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องที่ใช้ท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ระยะเลนส์ที่ใช้ถ่ายภาพ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง จำนวนวันที่ท่องเที่ยวถ่ายภาพ ฤดูกาลที่เลือกเดินทาง และแหล่งที่พักค้างแรม รวมทั้งศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ทางด้านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ Social Media และสื่อกลางแจ้ง เท่านั้น

ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพื่อความสนใจพิเศษ
2. ได้ทราบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพื่อความสนใจพิเศษ
3. ได้ทราบถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี
4. ได้เปรียบเทียบการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยว
5. ได้นำข้อมูลให้ผู้สนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ด้านการดูนก ถ่ายภาพนก บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ ไว้ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานในการวิจัย

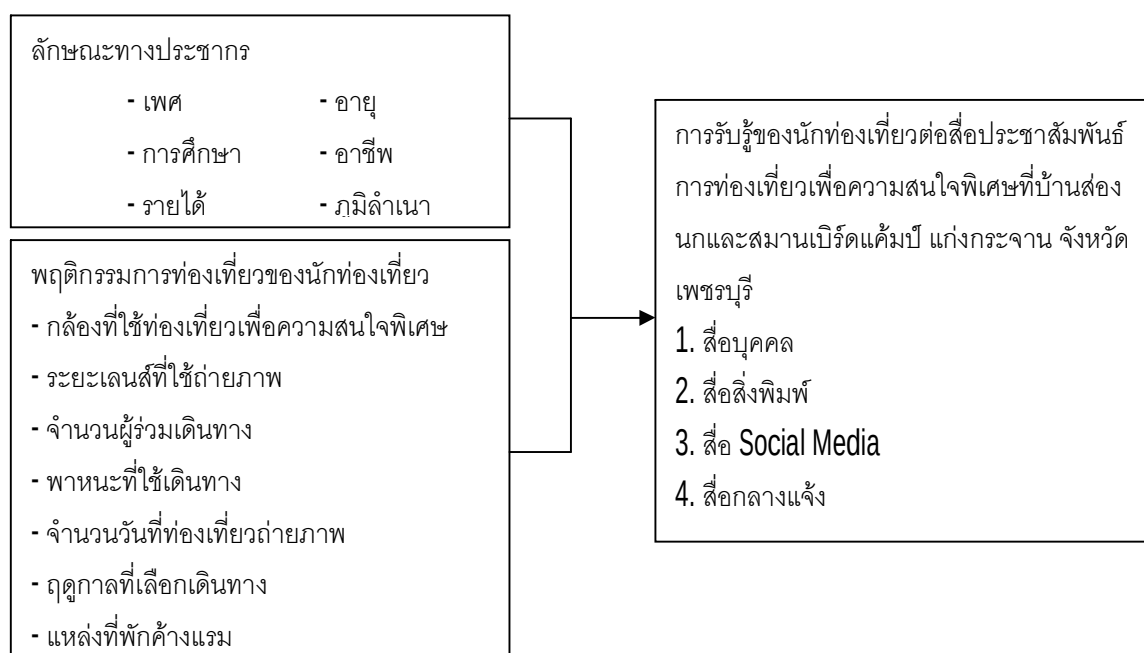
1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรจำแนกด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน
2. ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวจำแนกด้านกล้องที่ใช้ท่องเที่ยว ระยะเลนส์ที่ใช้ถ่ายภาพ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง จำนวนวันที่ท่องเที่ยว ฤดูกาลที่เลือกเดินทาง และแหล่งที่พักค้างแรม ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของ เดอเฟลอร์ (Defleur, 2003; อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรม การท่องเที่ยว ของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์ (2544) ร่วมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ชลวรรณ อัดนะ (2549) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน และ ดวงกมล บุญทวีทรัพย์ (2555) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ได้ใช้ของ พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2553) และ ชาร์ลส์ แอทกิน (1973) ร่วมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ อภิษฎา ญัฐพงศ์พฤทธิ (2559) ได้วิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือ และพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ ธนภร สุนทรโกดิน (2555) ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดนครนายก และของ วัชรานูรีศรี (2551) ได้วิจัยเรื่อง กระบวนการและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการจัดการสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอุทยานแห่งชาติตะรุเตา ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานใช้แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ ของ พีระ จิระโสภณ (2542) ร่วมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ฉัตรชัย อินทสังข์ และคณะ (2555) ได้วิจัยเรื่อง แหล่งข่าวสารการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครราชสีมา ตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว เพื่อนำแนวคิดที่ได้มาสังเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิด พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ดแคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี โดยกำหนดเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรทางด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ภูมิฐานะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ได้แก่ กล้องที่ใช้ท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ระยะเลนส์ที่ใช้ถ่ายภาพ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง จำนวนวันที่ท่องเที่ยวถ่ายภาพ ฤดูกาลที่เลือกเดินทาง และแหล่งที่พักค้างแรม ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ดแคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ทางด้าน สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ Social Media และสื่อกลางแจ้ง ดังภาพประกอบ 1

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่มาดุนกและถ่าย ภาพนก ทั้งที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 3,600 คน ในปี 2559 (ที่มา: สถิติจำนวน นักท่องเที่ยวถ่ายภาพและดูนกที่บ้านสองนก พ.ศ. 2559) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่มาดุนกและถ่าย ภาพนก ทั้งที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ แก่งกระจาน จำนวน 360 คน โดยหาได้จากการคำนวณสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (วิเชียร เกตสิงห์, 2541) ด้วยการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Selection) จากนักท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่เดินทางเข้ามาใช้บริการที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ ในช่วงเดือนมกราคม-เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2560 ทั้งแจก ด้วยตนเองเมื่อพบ และฝากแบบสอบถามไว้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั้งที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ที่มีลักษณะเป็นโครงสร้างสอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องพร้อมทั้งแนะนำและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม โดยตรวจสอบ ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษา (Wording) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของ เครื่องมือ โดยการหาความตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ นำแบบสอบถามไป ทำการทดสอบก่อน (Pre-test) กับนักท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแก่ง กระจาน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ ครอนบาค (Cronbach, 1990: 202-204) ได้เท่ากับ 0.783 ซึ่งอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)) เป็นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ต- แคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี มีการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ทั้งที่บ้าน สองนกและที่สมานเบิร์ตแคมป์ โดยตัวผู้วิจัยเองและฝากไว้กับผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้วิจัยได้เดินทางมาเพื่อรับ แบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการธุรกิจเดือนละ 1 ครั้ง เป็นเวลา 5 เดือน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวนรวมทั้งสิ้น 360 คน ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ และแนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ โดยอาศัย การค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสังคมศาสตร์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับ วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ใช้การสรุปหรือบรรยายคุณลักษณะ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์การรับรู้ของนักท่องเที่ยว ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับหาค่าความ

สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ One-way ANOVA (F test)

ผลการวิจัย

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่มาดูนกและถ่ายภาพนกที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี

(n = 360)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
กล้องที่ใช้ท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ		
1. กล้อง DSLR Full Frame	190	52.80
2. กล้อง DSLR APS-C	132	36.70
3. กล้อง Mirrorless	19	5.30
4. กล้อง Tele Scope	19	5.30
ระยะเลนส์ที่ใช้เป็นประจำ		
1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 m.m.	118	32.80
2. 400 m.m.	14	3.90
3. 500 m.m.	158	43.90
4. 600 m.m. หรือมากกว่า	70	19.40
จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาดูนกและถ่ายภาพนก		
1. มาเพียงคนเดียว	61	16.90
2. มากันเพียงสองคน	131	36.40
3. มากัน 3 คน	8	2.20
4. มากันมากกว่า 3 คน	70	19.40
พาหนะที่ใช้เดินทางมาดูนกและถ่ายภาพนก		
1. รถยนต์ส่วนตัว	254	70.60
2. เหมารถตู้รับจ้าง	106	29.40
3. รถรับจ้างสาธารณะ	-	-
4. อื่นๆ	-	-
จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยวดูนกและถ่ายภาพนก		
1. ใช้เวลาภายในวันเดียว	37	10.30
2. มาสองวันพักค้าง 1 คืน	217	60.30
3. มา 3 วัน พักค้าง 2 คืน	79	21.90
4. มามากกว่า 3 วัน พักค้างมากกว่า 2 คืน	27	7.50

ฤดูกาลที่เลือกเดินทางมาดูนกและถ่ายภาพนก

1. ฤดูร้อน มีนาคม-มิถุนายน	128	35.60
2. ฤดูฝน กรกฎาคม-ตุลาคม	108	30.00
3. ฤดูหนาว พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์	28	7.80

ตาราง 1 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
4. มาได้ทุกฤดู	96	26.70
แหล่งพักผ่อนที่ไปดูนกและถ่ายภาพนก		
1. ไม่ได้พักผ่อนที่ใด	37	10.30
2. รีสอร์ทเอกชนใกล้บริเวณแหล่งถ่ายภาพนก	168	46.70
3. กางเต็นท์ทะเลบนทุ่งแค้มป์	44	12.20
4. กางเต็นท์บริเวณบ้านกว้างแค้มป์	111	30.80
รวม	360	100

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแค้มป์ แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้กล้องท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษด้วยกล้อง DSLR Full Frame ระยะเลนส์ที่ใช้ คือ 500 m.m. มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางรวม 2 คน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทาง ใช้เวลามาสองวันพักค้าง 1 คืน เลือกมาช่วงฤดูร้อน มีนาคมมิถุนายน และเลือกรีสอร์ทเอกชนค้างแรมใกล้บริเวณแหล่งถ่ายภาพนก

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแค้มป์ แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สื่อบุคคล	3.21	0.549	ปานกลาง
2. สื่อสิ่งพิมพ์	2.23	0.376	น้อย
3. Social Media	4.08	0.366	มาก
4. สื่อกลางแจ้ง	2.20	0.340	น้อย
รวม	3.00	0.398	ปานกลาง

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแค้มป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมี

การรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.00$) เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ระดับมาก ได้แก่ Social Media ($\bar{X} = 4.08$) ระดับปานกลาง ได้แก่ สื่อบุคคล ($\bar{X} = 3.21$) ส่วนการรับรู้ในระดับน้อย ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ($\bar{X} = 2.23$) และสื่อกลางแจ้ง ($\bar{X} = 2.20$) ตามลำดับ

ตาราง 3 ค่าสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่ บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรจำแนก ด้านเพศ

เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ชาย	259	3.06	0.377	5.274*	.000
หญิง	101	2.83	0.401		

ตาราง 4 ค่าสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่ บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร จำแนก ด้านอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา

การรับรู้ ของนักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	3	6.845	2.282	16.197*	.000
	ภายในกลุ่ม	356	50.152	0.141		
การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2	1.961	0.981	6.362*	.002
	ภายในกลุ่ม	357	55.036	0.154		
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	3	6.505	2.618	15.289*	.000
	ภายในกลุ่ม	356	50.492	0.142		
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	3	3.065	1.022	6.743*	.000
	ภายในกลุ่ม	356	53.932	0.151		
ภูมิลำเนา	ระหว่างกลุ่ม	2	1.510	0.755	4.875*	.008
	ภายในกลุ่ม	357	55.487	0.155		
รวม		359	56.997			

ตาราง 5 ค่าสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่ บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ที่แตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกด้านพาหนะเดินทาง

พาหนะเดินทาง	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
รถยนต์ส่วนตัว	254	3.00	0.4747	0.085	0.895
เหมารถตู้รับจ้าง	106	3.00	0.000		

ตาราง 6 ค่าสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ที่แตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มที่ใช้ท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ระยะเลนส์ที่ใช้เป็นประจำ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยว ฤดูกาลที่เลือกเดินทาง และแหล่งที่พักค้างแรม

การรับรู้ของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
กลุ่มที่ใช้ท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.065	1.022	6.744*	.000
	ภายในกลุ่ม	356	53.932	0.151		
ระยะเลนส์ที่ใช้เป็นประจำ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.323	0.108	0.675	.568
	ภายในกลุ่ม	356	56.675	0.159		
จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาดูนกและถ่ายภาพนก	ระหว่างกลุ่ม	3	3.989	1.330	8.931*	.000
	ภายในกลุ่ม	356	53.008	0.149		
จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยวดูนกและถ่ายภาพนก	ระหว่างกลุ่ม	3	6.073	2.024	14.152*	.000
	ภายในกลุ่ม	356	50.924	0.143		
ฤดูกาลที่เลือกเดินทางมาดูนกและถ่ายภาพนก	ระหว่างกลุ่ม	3	4.993	1.664	11.392*	.000
	ภายในกลุ่ม	356	52.005	0.146		
แหล่งที่พักค้างแรมที่มานกและถ่ายภาพนก	ระหว่างกลุ่ม	3	2.742	0.914	5.997*	.001
	ภายในกลุ่ม	356	54.255	0.152		
รวม		359	56.997			

จากตาราง 3-4 และตาราง 5-6 การทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร พบว่ามีความแตกต่างกันทุกข้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพฤติกรรมการท่องเที่ยวทางด้าน กลุ่มที่ใช้ท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยว ฤดูกาลที่เดินทาง และแหล่งที่พักค้างแรม มีการรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่าง

อภิปรายผล

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี โดยเลือกแหล่งที่พักค้างแรมจากรีสอร์ทเอกชนใกล้บริเวณแหล่งถ่ายภาพนก ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวต่างจากงานวิจัยของ ชลวรรณ อัทนะ (2549) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีการพักค้างแรม โดยกางเต็นท์พักในอุทยานแห่งชาติ เหตุผลดังกล่าวอาจอธิบายได้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมักจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเมื่อได้มีการพิจารณาแล้วว่าโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านที่พักในระดับต่างๆ ให้เลือกและมีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2547: 18-19) อีกทั้งคาบเวลาของการไปท่องเที่ยวหากอยู่ในระยะสั้น 2 -3 วัน ขึ้นไป จำเป็นต้องหาที่พักในการค้างแรม ขณะที่การท่องเที่ยวแบบทัศนาจรใช้เวลาภายในวันเดียวไม่มีความจำเป็นต้องมีการพักค้างคืน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548: 144) ดังนั้น นักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกจึงต้องการความสะดวกในการถ่ายภาพนกที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และใกล้ที่พัก จะได้มีเวลาในการถ่ายภาพได้อย่างยาวนานไม่เสียเวลาในการเดินทางมากนัก ซึ่ง รีสอร์ทเอกชน ไม่ว่าจะเป็นบ้านสองนกหรือสมานเบิร์ตแคมป์อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มั่งคั่งและสัตว์ป่าให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพตลอดวัน

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทางมาดูนกและถ่ายภาพนก ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงมล บุญทวีทรัพย์ (2555) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งอธิบายได้ว่า การขนส่ง (Transportation) นับเป็นปัจจัยสำคัญที่จะพานักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว ได้อย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย ด้วยถนนหนทางที่ดี ระบบการจราจรที่ดี ทำให้ประหยัดเวลาในการเดินทาง (ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์. 2544:18-19) ดังนั้น นักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกจึงเลือกความสะดวกสบายและความรวดเร็ว ปลอดภัย เพื่อประหยัดเวลาในการเดินทาง และสามารถไปยังแหล่งถ่ายภาพนกในบริเวณใกล้เคียงได้สะดวกอีกด้วย

3. การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ด้าน Social Media พบว่า การรับรู้ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลการดูนกและถ่ายภาพนกรับรู้มาจากเฟสบุ๊ค ของเพื่อนกลุ่มดูนก ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของ อภิษฎา ณัฐพงศ์ฤทธิ์ (2559) ได้วิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมกระตุ้นใจท่องเที่ยวต่างประเทศ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นช่องทางห้องแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (PANTIP) ช่องทางนี้เป็นช่องทางที่มีการรับรู้มากที่สุด รวมไปถึงช่องทางใน Facebook เหตุผลดังกล่าวอาจอธิบายได้ว่าข้อมูลข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์ขององค์กร พบว่า สารสำคัญของเนื้อหาที่น่าสนใจผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ คือ การแสดงคุณค่าสินค้าหรือบริการ การบอกกล่าวหรืออธิบายความโดดเด่นของตัวสินค้าหรือบริการ ด้วยการแสดงให้เห็นถึงคุณค่าที่เหนือกว่าแบรนด์อื่นๆ การอธิบายแจ้งมูลค่าของสินค้า (พจน์ ใจชาญสุขกิจ. 2553: 67-68) ดังนั้น การบอกกล่าวให้เพื่อนๆ ได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายที่จะไปถ่ายภาพนกในแหล่งท่องเที่ยวของเพื่อนๆ สมาชิกที่ต้องการรับรู้ว่าจะไปที่ใดเมื่อไร และมีนกเป้าหมายชนิดใดบ้าง ข้อค้นพบดังกล่าวจึงทำให้มองเห็นได้ว่า การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ทาง Facebook มีคุณค่าต่อนักท่องเที่ยวที่ดูนกและถ่ายภาพนกอย่างแท้จริง

4. การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ด้านสื่อบุคคล พบว่า การรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลการดูนกและถ่ายภาพนกที่รับรู้อาจมาจากผู้ประกอบการของบ้านสองนก หรือสมานเบิร์ตแคมป์ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกร สุนทรโกติน (2555) ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดนครนายก ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไปหาข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์โครงการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากคำแนะนำของเพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ วัชรรา บุรีศรี (2551) ได้วิจัยเรื่อง กระบวนการและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการจัดการสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอุทยานแห่งชาติตะรุเตา และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านช่องทาง/สื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชนอยู่ในระดับการรับรู้ต่ำ, สื่อบุคคลอยู่ในระดับการรับรู้ปานกลาง และสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับการรับรู้ต่ำ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด เหตุผลดังกล่าวอาจอธิบายได้ว่า การเปิดรับข่าวสารที่เป็นรับรู้ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่มีความทันสมัยกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย (ชาร์ลส์ แอทกิน. 1973: 15) ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงมักสอบถามข้อมูลจากผู้ประกอบการบ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ เกี่ยวกับนกที่จะมาลงบ่อเพื่อเป้าหมายในการถ่ายภาพนก ซึ่งผู้ประกอบการมีทรัพยากรนกอยู่ในบริเวณนั้นอยู่แล้ว จึงมีข้อมูลมากมายที่จะให้แก่นักท่องเที่ยวได้รับรู้โดยตรง

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนกและสมานเบิร์ตแคมป์ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร พบว่า มีความแตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวใกล้เคียงกับการศึกษา ของ ฉัตรชัย อินทสังข์ และคณะ (2555) ได้วิจัยเรื่อง แหล่งข่าวสารการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครราชสีมา ตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับการรับรู้ แหล่งข้อมูล ข่าวสารของนักท่องเที่ยวในแต่ละด้าน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ อาชีพ และรายได้ครอบครัวยุคของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านเพศและการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) ที่บุคคลเมื่อเปิดรับสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความสารที่ได้ตามความเข้าใจของตนเอง ทศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง และแรงจูงใจของตน (พีระ จิระโสภณ. 2542: 636-638) ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษมาแล้วก็จะมีตามทศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวังและแรงจูงใจของตนเอง ที่ทำให้มีการรับรู้แตกต่างกัน

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่าพฤติกรรมส่วนใหญ่นักท่องเที่ยว ใช้กล้อง DSLR Full Frame ใช้เลนส์ระยะ 500 ม.ม. และ 300 ม.ม. ซึ่งเป็นระยะที่ไม่รบกวนนก ดังนั้น ควรทำที่นั่งสองนกและถ่ายภาพนก ให้สอดคล้องกับระยะเลนส์ คือเลนส์ระยะ 300 ม.ม. อาจต้องอยู่ใกล้กว่าเลนส์ระยะ 500 ม.ม. เพื่อให้ได้ขนาดภาพที่พอดี และระยะเลนส์ 500 ม.ม. ต้องอยู่ในตำแหน่งที่ไกลกว่า ระยะ 300 ม.ม. จึงจะได้ภาพที่ไม่ล้นเฟรม

2. ด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากทั้งสองคน ด้วยรถยนต์ส่วนตัว และพักที่รีสอร์ทเอกชนใกล้บริเวณแหล่งถ่ายภาพนก ในช่วงฤดูร้อน เดือนมีนาคมถึงมิถุนายน ควรจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอสำหรับห้องพักและอาหารไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่นิยมมาใช้ช่วงฤดูร้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเตรียมน้ำอาบต้องให้เพียงพอ รวมทั้งการจัดคิวเข้าไบรด์สองนกที่บ่อ ต้องไม่ให้เกิดปัญหานักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการแออัดกันจนทำให้เกิดความวุ่นวาย

3. ด้านการรับรู้ จากสื่อบุคคล พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่การรับรู้จากไกด์นำเข้านกและถ่ายภาพนก และการรับรู้ที่มาจากเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน อยู่ในระดับน้อย ดังนั้น ควรประสานกับไกด์นำเข้านกและถ่ายภาพนก รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของอุทยานแห่งชาติ ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับนกที่มาลงบ่อ ให้ไกด์นำเข้านกและถ่ายภาพนก รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานได้บอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวที่มีความประสงค์มาดูนกและถ่ายภาพนกได้

4. ด้านการรับรู้ จากสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่าโดยรวมยังอยู่ในระดับน้อย แต่สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นภาพถ่ายนกที่มีการจัดขยายและติดตั้งไว้ที่บ้านสองนกและที่สมานเปิร์ดแคมป์ นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในระดับมาก ควรมีการอัพเดทหรือเปลี่ยนแปลงภาพถ่ายให้ทันสมัยพร้อมข้อมูลการถ่ายไว้ได้หรือวันเวลาที่พบเห็น ให้นักท่องเที่ยวดูนกและถ่ายภาพนกได้ศึกษา ขณะที่การนำภาพนกของที่นี่ไปทำปฏิทินและแผ่นพับประชาสัมพันธ์กลับพบว่ามีกรรับรู้ในระดับน้อยที่สุด ควรรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวนำภาพนกที่ถ่ายได้ที่นี้ไปทำปฏิทินตั้งโต๊ะแจกในครอบครัวใหม่ หรือทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีเพิ่มขึ้น

5. ด้านการรับรู้ จาก Social Media พบว่าอยู่ในระดับมาก และการรับรู้จากเฟสบุ๊คและเว็บไซต์จะอยู่ในระดับมากที่สุด ควรใช้ Social Media ในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับนกให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ทั้งที่เป็นของนักท่องเที่ยวที่เป็นเพื่อนกัน และของตัวเองที่มีอยู่แล้ว ขณะที่เว็บไซต์เป็นของตัวเองยังไม่มีแต่มีเว็บไซต์ของกลุ่มดูนกด้วยกันที่เป็นสมาชิกได้สื่อสารข้อมูลกันอยู่แล้ว อย่างน้อยควรไปเป็นสมาชิกในเว็บไซต์นั้น เพื่อเผยแพร่ข้อมูลจากผู้ประกอบการได้โดยตรง

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ:

กระทรวงฯ.

ฉัตรชัย อินทสังข์; และคณะ. (2555). แหล่งข่าวสารการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน

นครราชสีมาตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว. วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา. ปีที่ 1 ฉบับที่ 1.

ชลวรรณ ชัดนะ. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน.

วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดวงกมล บุญทวีทรัพย์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่

อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบันเทิง. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ทวีศักดิ์ ทิพย์มิ่งนิษฐ์. (2544). รายงานการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่

เดินทางท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรีและจังหวัดฉะเชิงเทรา. ฉะเชิงเทรา: โปรแกรมชุดวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏราชนครินทร์.

- ธนกร สุนทรโกติน. (2555). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานประชาสัมพันธ์โครงการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดนครนายก. กรุงเทพฯ: บทความทางวิชาการ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นนุช ศรีธนาอนันต์. (2548). การส่งเสริมการตลาด: การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิรันดร์ ทัพไชย์. (2548). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. หน่วยที่ 2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยาภรณ์ รัตนเจษฎา. (2541). การเปรียบเทียบพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมและไม่พักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2553). นวัตกรรมทางการประชาสัมพันธ์กับประเด็นการสื่อสารขององค์กรระดับโลกท่ามกลาง Social Network. จาก http://www.drphot.com/images/journal/2553/corporate_communication/external/Article%20PRbook4.pdf.
- พรหมเมธ นาถมทอง. (2548). ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย. หน่วยที่ 5. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พีระ จิระโสภณ. (2542). การเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ราณี อธิชัยกุล. (2548). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย. หน่วยที่ 1. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วัชรนา บุรีศรี. (2551). กระบวนการและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการจัดการสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอุทยานแห่งชาติตะรุเตา และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุวัฒน์ จูการณั และจริญญา เจริญสุกใส. (2548). องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. หน่วยที่ 2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- _____. (2548). ทรัพยากรการท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. หน่วยที่ 3. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อภิชนา ณัฐพงศ์พฤทธิ. (2559). รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์และนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Atkin, Charles K. (1973). Anticipated Communication and Mass Media Information. New York: Free Press.
- Cronbach, L. J (1990). Essentials of Psychological Testing. 5th ed., New York: Harper Collins.
- iPhotoplay. (2009, May). คุณก็ได้ทั้งปีกับบอมน้ำที่แก่งกระจาน. Practical Photo. Vol.1 No. 006.
- Yamane, Taro. (1967). Statistics an Introductory Analysis. New York: Harper and Row.

NBUS055: อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร INFLUENCING OF FACTORS AFFECT TO KNOWLEDGE MANAGEMENT FOR VOCATIONAL EDUCATION SCHOOL IN METROPOLITAN AREA

พนิดา พันธ์ารง¹ ริญญารัตน์ เลิศพุทธิกุล² สารภี วโรประการ³

^{1,2,3} อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันรัชต์ภาคย์

บทคัดย่อ

การวิจัย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการจัดการความรู้ของสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาสถานะการบริหารสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างคือสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษา ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม จำนวน 400 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนคือการสุ่มแบบชั้นภูมิและสุ่มแบบง่าย และใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิงประเภทการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า

ประสิทธิภาพการบริหารงานด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ และด้านการบริหารทั่วไป มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับสูง ในส่วนของด้านบุคลากร มีประสิทธิภาพการบริหารงานอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับสภาพการดำเนินงานขององค์การอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน กล่าวคือ ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก โครงการองค์การ ระบบการบริหาร กลยุทธ์ เทคโนโลยี ผู้นำองค์การ และวัฒนธรรมองค์การ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุดคือปัจจัยด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร ด้านการบริหารงานทั่วไป และด้านวิชาการ ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันปัจจัยสภาพการดำเนินงาน ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก โครงการองค์การ ระบบการบริหาร กลยุทธ์ เทคโนโลยี ผู้นำองค์การ และวัฒนธรรมองค์การ มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เช่นเดียวกัน

คำสำคัญ: การจัดการความรู้ อาชีวศึกษา

Abstract

The aims of this study were 1) to study knowledge management of vocational school in metropolitan area. 2) to study administration status for vocational school in metropolitan area. 3) to study factors influencing knowledge management for vocational school in metropolitan area. The samples are vocational school. The classification questionnaire of 400 people the statistics used were descriptive and multiple regression statistics.

The research finding.

The efficiency of academic, budgeting and general management were high. But the efficiency of personal management was middle. In addition to operation status of external environment, organization structure, management system, strategy, technology, leadership and organization culture were high.

The factors influencing knowledge management were academic efficiency, budgeting, personal management, external environment, organization structure, management system, strategy, technology, leadership and organization culture.

Keywords: knowledge management, vocational education

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาเป็นองค์การทางการศึกษาที่มีปรัชญาและภารกิจหลักในการสร้างองค์ความรู้ และทักษะที่เชื่อมโยงไปสู่ตลาดแรงงาน (มานะ อภรณ์ประเสริฐ, 2554) รวมถึงการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม การผลิตแรงงานที่มีฝีมือให้สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ บทบาทหน้าที่ของสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาคือการพัฒนาเพื่อให้เยาวชนมีคุณภาพและก่อให้เกิดความมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง สร้างศักยภาพของสถานศึกษาด้วยการสืบค้น สร้างขยาย เผยแพร่องค์ความรู้และวัฒนธรรม เพื่อให้สังคมอยู่ดีมีสุข ซึ่ง Tobin (2013) ได้กล่าวว่า ภารกิจของสถานศึกษา ที่ทำหน้าที่สืบค้นให้ได้ความรู้และสร้างองค์ความรู้ใหม่ คือ “การวิจัย” ส่วนการเผยแพร่และการถ่ายทอดความรู้คือ “การสอน” และการนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาเพื่อผลประโยชน์สาธารณะ คือ “การบริการ” ซึ่งภารกิจของสถานศึกษาเหล่านี้ ถือว่าจะเป็แหล่งพึ่งพิงที่สำคัญให้แก่สังคมและประเทศชาติให้เป็นแหล่งความรู้ นั่นเอง

สถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาไทย จึงเป็ความหวังของชุมชน สังคม และประเทศชาติว่าจะตอบสนองความต้องการในการบริการความรู้แก่สังคมได้อย่างแท้จริงและใช้ความรู้ซึ่งนำสังคมให้เดินไปในทิศทางที่ถูกต้องก้าวหน้า ดังนั้น ความรู้จึงเป็ยเปรียบเสมือนหัวใจสำคัญในการจะสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้น สร้างความอยู่รอดและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน การนำความรู้มาใช้ในการพัฒนาการทำงานและแก้ปัญหาให้กับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ทุกภารกิจและทุกเป้าหมายขององค์กรบรรลุผลสำเร็จ ความรู้ที่สร้างขึ้นมากถูกเกิดฝังลึกไว้ภายในตัวผู้สร้าง ซึ่งมีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่สามารถนำออกมากระจายให้ผู้อื่นได้รับรู้ ความรู้ที่กระจายออกสู่ภายนอกนั้นมีการบันทึกเก็บไว้ในสื่อชนิดต่างๆ หรือแฝงอยู่ในกระบวนการสิ่งประดิษฐ์และการบริการ ซึ่งความรู้ของบุคคลที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์จำแนกได้ 2 ประเภท คือ ความรู้ที่ฝังภายในตัวบุคคลหรือความรู้แบบชัดแจ้ง (Nonaka; & Takeuchi. 1995) และความรู้ไม่ชัดแจ้ง และความรู้แบบชัดแจ้ง ซึ่งไม่สามารถแยกกันออกจากกันไม่ได้ ต้องอาศัยกันและกัน (Dalkir. 2015) ความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคลและภายนอกตัวบุคคลจึงมีปฏิสัมพันธ์กันในลักษณะเป็นวงจร 4 รูปแบบ คือการนำความรู้ภายในตัวบุคคลออกสู่ภายนอก การผนวกความรู้ภายนอก การนำความรู้ภายนอกเข้าสู่ภายในตัวบุคคล และการสังเคราะห์ความรู้ภายในตัวบุคคล (Nonaka; & Takeuchi. 1995) การปฏิสัมพันธ์ความรู้จะเกิดขึ้นหากมีการสนับสนุนจากผู้นำ มีการกำหนดกิจกรรม มีวัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นผลทำให้ความรู้ถูกยกระดับสูงขึ้น กลายเป็นทรัพยากรความรู้ที่มีคุณค่าและมีมูลค่าของบุคคลและสถานศึกษา

ความท้าทายของสถานศึกษาในระดับอาชีวศึกษา คือทำหน้าที่พัฒนาความรู้ในสถานศึกษาให้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ โดยการรับข้อมูลข่าวสารและสามารถประมวลความรู้ในด้านต่างๆ เพื่อประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและเหมาะสมกับสถานการณ์ รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาความรู้ความสามารถ สร้างวิสัยทัศน์ และปรับเปลี่ยนทัศนคติของบุคลากรในสังกัดให้เป็นบุคคลที่มีประสิทธิภาพและเรียนรู้ร่วมกัน การสร้างตนเองให้เป็นแหล่งความรู้ มีการเรียนรู้ ถ่ายทอดความรู้และบุคลากรมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอันเนื่องมาจากความรู้ใหม่ และเข้าใจการจัดการความรู้อย่างถ่องแท้ต่อเนื่อง เกิดการเรียนรู้ทั้งองค์การ ได้แก่ ระดับบุคคล กลุ่มบุคคลและองค์การ ดังที่นักวิชาการด้านองค์การเพื่อการเรียนรู้หลายคน เช่น Senge, Garvin, Watkins and Geombiewsky ต่างให้ความหมายขององค์การแห่งการเรียนรู้ ซึ่งสามารถนำมาเป็นข้อคิดสู่การพัฒนาของสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาได้เป็นอย่างดีว่า องค์การแห่งการเรียนรู้ หมายถึง องค์การที่สามารถพัฒนาและขยายความสามารถในอนาคตได้อย่างต่อเนื่อง และองค์การแห่งการเรียนรู้จะมีการปรับการเรียนรู้เพื่อความอยู่รอด รวมทั้งเรียนรู้ที่จะพัฒนาและขยายความสามารถในการสร้างสรรค์ให้ดียิ่งขึ้น (Senge. 1990) หรือองค์การแห่งการเรียนรู้ หมายถึง องค์การที่มีทักษะในการสร้างสรรค์การเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้ และบุคลากรที่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอันเนื่องมาจากความรู้ใหม่ และเข้าใจอย่างถ่องแท้ (Garvin. 1993) องค์การแห่งการเรียนรู้เป็นองค์การที่มีการเรียนรู้และปรับเปลี่ยนตนเองอย่างต่อเนื่อง การเรียนรู้ในองค์การนี้เกิดขึ้นทั้งในระดับบุคคล กลุ่มบุคคล หรือทีมองค์การและในสังคมที่องค์การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นการใช้กระบวนการหรือขั้นตอนอย่างมีกลยุทธ์ (เสนาะ กลิ่นงาม. 2551) และขั้นตอนที่จะนำมาสู่ความสำเร็จขององค์กรในที่สุด

จากความสำคัญที่กล่าวมา ผู้วิจัยซึ่งเป็นมีบทบาทภารกิจด้านการเรียนการสอนในสถานศึกษา ได้เห็นการเติบโตและวิวัฒนาการของสถานศึกษามาอย่างต่อเนื่อง พบว่า ในบางครั้งหลายๆ องค์การมองสถานศึกษาอาชีวศึกษาว่ายังขาดคุณภาพ ขาดการยอมรับด้านการเรียนการสอน รวมไปถึงขาดคุณภาพด้านการบริหารจัดการ และมีทัศนคติอื่นๆ ในเชิงลบ ต่อระบบสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษา (Gerard Lum. 2014) จึงเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้วิจัยสนใจนำแนวคิดการจัดการความรู้ ซึ่งมีการนำมาใช้ในการบริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่ประสบความสำเร็จ เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร สายการบิน มหาวิทยาลัย (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. 2558) ในต่างประเทศได้กำหนดรางวัล MAKE (Most Admired Knowledge Enterprise) สำหรับองค์การที่ประสบความสำเร็จในการสร้าง แลกเปลี่ยนและนำความรู้ขององค์การสู่ความสำเร็จของโลก ซึ่งการศึกษาในด้านการจัดการความรู้ในสถานศึกษาอาชีวศึกษา เป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งและเป็นเงื่อนไขสำคัญของคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ในการประเมินผลการปฏิบัติราชการตามคำรับรองการปฏิบัติราชการในมิติที่ 4 คือ การพัฒนาองค์การสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ โดยอาศัยการจัดการความรู้เป็นเครื่องมือแก่นหน่วยงานราชการทุกหน่วย และกำหนดให้เรื่องการจัดการความรู้เป็นตัวชี้วัดหนึ่งในการบริหารองค์การของหน่วยงานราชการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการความรู้ของสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาสถานะการบริหารสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขต

กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

1. สถานะการบริหารสถานศึกษามีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
2. สภาพแวดล้อมทางการบริหารมีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ สถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ทุกประเภท เช่น ด้านพาณิชยกรรม ด้านอุตสาหกรรม ด้านคหกรรม เป็นต้น
2. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน ตุลาคม 2560-มีนาคม พ.ศ. 2561
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย เนื้อหาการจัดการความรู้ จำนวน 7 ขั้นตอน คือ การบ่งชี้ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การจัดความรู้ให้เป็นระบบ การประมวลและกลั่นกรองความรู้ การเข้าถึงความรู้ การแบ่งปัน

และเปลี่ยนความรู้ และการเรียนรู้ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ อันประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม โครงสร้าง องค์การ ระบบการบริหาร กลยุทธ์ เทคโนโลยี ผู้นำองค์การ และวัฒนธรรมองค์การ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 400 ชุด โดยเครื่องมือในการวิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง ด้วยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และมีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.894

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยคือสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 28 แห่ง โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage) กล่าวคือ มีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิและสุ่มอย่างง่ายตามลำดับ โดยการสุ่มตัวอย่างครอบคลุมจำนวนประชากรในการวิจัยตามหลักสถิติด้วยการคำนวณตามความเชื่อมั่น 0.95 ของตาราง YAMANE และเพิ่มเติมจำนวนให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และวิเคราะห์ข้อความแบบปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์รายชื่อ (Content Analysis) โดยผู้วิจัยประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบสถานะการบริหารองค์การของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์และการขับเคลื่อนการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาให้เป็นรูปธรรมอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาสถานะทางการบริหารสถานศึกษา พบรายละเอียดดังนี้

สถานะทางการบริหารสถานศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ประสิทธิภาพการบริหาร
1. ด้านวิชาการ	4.09	0.60	มาก
2. ด้านงบประมาณ	4.02	0.61	มาก
3. ด้านบุคลากร	3.31	0.78	ปานกลาง
4. ด้านการบริหารทั่วไป	3.84	0.67	มาก

ผลการศึกษาศาสนะทางการบริหาร ทราบได้ว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ และด้านการบริหารทั่วไป มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับสูง ในส่วนของด้านบุคลากร มีประสิทธิภาพการบริหารงานอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมต่อการจัดการความรู้ พบรายละเอียดดังนี้

สภาพแวดล้อมองค์การ	$\bar{X}$	S.D.	สภาพการดำเนินงาน
5. สิ่งแวดล้อมภายนอก	3.89	0.79	มาก
6. โครงสร้างองค์การ	4.07	0.73	มาก
7. ระบบการบริหาร	3.81	0.67	มาก
8. กลยุทธ์	4.20	0.63	มาก
9. เทคโนโลยี	4.11	0.71	มาก
10. ผู้นำองค์การ	3.87	0.76	มาก
11. วัฒนธรรมองค์การ	4.05	0.68	มาก

ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมองค์การ ทราบได้ว่า สภาพการดำเนินงานขององค์การอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน กล่าวคือ ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก โครงสร้างองค์การ ระบบการบริหาร กลยุทธ์ เทคโนโลยี ผู้นำองค์การ และวัฒนธรรมองค์การ

ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมต่อการจัดการความรู้ พบรายละเอียดดังนี้

การจัดการความรู้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ
1. การบ่งชี้ความรู้	3.34	0.73	ปานกลาง
2. การสร้างและแสวงหาความรู้	3.87	0.71	มาก
3. การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ	3.39	0.87	ปานกลาง
4. การประมวลและกลั่นกรองความรู้	3.23	0.61	ปานกลาง
5. การเข้าถึงความรู้	3.82	0.75	มาก
6. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้	3.17	0.71	ปานกลาง
7. การเรียนรู้	3.25	0.63	ปานกลาง

ผลการศึกษาระดับการปฏิบัติของการจัดการความรู้จากสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ทราบได้ว่า มีระดับการปฏิบัติมาก ในด้านการสร้างและแสวงหาความรู้ รวมถึงการเข้าถึงความรู้ สำหรับการปฏิบัติในระดับปานกลาง ได้แก่ การบ่งชี้ความรู้ การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ การประมวลและกลั่นกรองความรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ และการเรียนรู้

ผลการศึกษาด้านะทางการบริหารที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ ผู้วิจัยใช้ตัวแปรทำนาย 4 ตัว ได้แก่ ด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร และด้านการบริหารทั่วไป นำมาวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษา โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	138.010	3	27.602	188.273*	0.000
Residual	57.763	396	0.147		
Total	195.773	399			

* $p < 0.05$

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสามารถนำไปสร้างสมการได้ และเพื่อความสะดวกในการนำเสนอขอใช้สัญลักษณ์แทนแต่ละตัวแปรดังนี้

X_1 = ด้านวิชาการ

X_2 = ด้านงบประมาณ

X_3 = ด้านบุคลากร

X_4 = ด้านการบริหารทั่วไป

ดังนั้น จึงสามารถสร้างสมการทำนายการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร-มหานครในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

$$Y' = -.005 + .240 X_2 + .148 X_3 + .276 X_1 + .186 X_4$$

และสามารถสร้างสมการทำนายการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$Z'y = .266 ZX_2 + .164 ZX_3 + .242 ZX_1 + .257 ZX_4$$

ผลการศึกษาด้านะทางการบริหารที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ ผู้วิจัยใช้ตัวแปรทำนาย 4 ตัว ได้แก่ ด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร และด้านการบริหารทั่วไป นำมาวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษา โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	218.032	6	13.425	34.532*	0.001
Residual	34.153	393	0.253		
Total	252.185	399			

* p < 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสามารถนำไปสร้างสมการได้ และเพื่อความสะดวกในการนำเสนอขอใช้สัญลักษณ์แทนแต่ละตัวแปรดังนี้

X1 = สิ่งแวดล้อมภายนอก

X2 = โครงสร้างองค์การ

X3 = ระบบการบริหาร

X4 = กลยุทธ์

X5 = เทคโนโลยี

X6 = ผู้นำองค์การ

X7 = วัฒนธรรมองค์การ

ดังนั้น จึงสามารถสร้างสมการทำนายการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร-มหานครในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

$$Y' = -.132 + .132 X3 + .168 X1 + .214 X2 + .253 X7 + .211 X6 + .136 X4 + .173 X5$$

และสามารถสร้างสมการทำนายการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$Z'y = .226 ZX3 + .184 ZX 1 + .202 ZX 2 + .157 ZX 7 + .184 ZX 6 + .231 ZX 4 + .253 ZX 5$$

สรุปผลการศึกษา

ประสิทธิภาพการบริหารงานด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ และด้านการบริหารทั่วไป มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับสูง ในส่วนของด้านบุคลากร มีประสิทธิภาพการบริหารงานอยู่ในระดับปานกลาง

สภาพการดำเนินงานขององค์การอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน กล่าวคือ ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก โครงสร้างองค์การ ระบบการบริหาร กลยุทธ์ เทคโนโลยี ผู้นำองค์การ และวัฒนธรรมองค์การ

ระดับการปฏิบัติของการจัดการความรู้จากสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ทราบได้ว่า มีระดับการปฏิบัติมาก ในด้านการสร้างและแสวงหาความรู้ รวมถึงการเข้าถึงความรู้ สำหรับการปฏิบัติในระดับปานกลาง ได้แก่ การบ่งชี้ความรู้ การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ การประมวลและกลั่นกรองความรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ และการเรียนรู้

ปัจจัยด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร และด้านการบริหารทั่วไป มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ ปัจจัยด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร ด้านวิชาการ และด้านการบริหารทั่วไป ตามลำดับ

ปัจจัยสภาพการดำเนินงาน ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก โครงการองค์การ ระบบการบริหาร กลยุทธ์ เทคโนโลยี ผู้นำองค์การ และวัฒนธรรมองค์การ มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ โครงสร้างองค์การ กลยุทธ์ เทคโนโลยี ผู้นำองค์การ วัฒนธรรมองค์การ และสิ่งแวดล้อมภายนอก ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยด้านวิชาการและปัจจัยด้านงบประมาณ มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสนาะ กลิ่นงาม (2551) ที่ได้ระบุให้เห็นว่า งบประมาณและงานด้านวิชาการเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาด้านอาชีวศึกษา ก็มีความขัดแย้งกับผลการศึกษาของ เมธิกา พ่วงแสง (2559) ซึ่งพบว่าบุคลากรไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ในองค์การและข้ามสถาบันเลย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยโครงการองค์การ ระบบการบริหาร กลยุทธ์ เทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของสถานศึกษาทางอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปฏิมา พุ่มตาลดง (2560) ซึ่งค้นพบว่า โครงสร้างองค์การ การบริหารงาน กลยุทธ์ และเทคโนโลยีมีความสำคัญต่อการจัดการความรู้ของวิทยาลัยสารพัดช่างในเขตภาคเหนือตอนล่างอีกด้วย

การวิจัยนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิด 7S Model กล่าวคือ การจัดการความรู้มีอิทธิพลสำคัญมาจากสภาพแวดล้อมทางการบริหารทั้ง 7 ด้าน คือ โครงสร้าง กลยุทธ์ ระบบงาน สไตล์การทำงาน บุคลากร ทัศนคติองค์กร และค่านิยมร่วม นั่นเอง

เอกสารอ้างอิง

- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2558). องค์การแห่งความรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์.
- ปฏิมา พุ่มตาลดง. (2560). การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ของวิทยาลัยสารพัดช่างในเขตภาคเหนือตอนล่าง. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- มานะ อภรณ์ประเสริฐ. (2554). การวิเคราะห์วิชาชีพช่างอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- เมธิกา พ่วงแสง. (2559). รูปแบบการจัดการความรู้งานวิจัยข้ามสถาบัน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏมณฑลพระนคร.
- เสนาะ กลิ่นงาม. (2551). การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Dalkir, K. (2015). Knowledge Management in Theory and Practice. Boston: Butterworth Heinemann.
- Garvin, D. A. (1993). Building a Learning Organization. Harvard Business Review. 71(4): 78-91.

- Gerard, Lum. (2014). Vocational and Professional Capability: An Epistemological and Ontological Study of Occupational Expertise. London: Continuum International Publishing Group.
- Nonaka, I.; & H., Takeuchi. (1995). The Knowledge Creating Company. New York: Oxford University Press.
- Senge. (1990).
- Tobin, T. (2013). Ten Principles for Knowledge Management Success. Stamford, CT: Gartner.

NBUS056: กลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของธุรกิจ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สดเพื่อรองรับการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 MARKETING STRATEGY FOR COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE CHICKEN PARTS INDUSTRY TO DRIVE THAILAND 4.0

ธันต์ถันท์ สุขโชติณิโกติน¹ จิรเดช ทังสุบุตร² อัครเดช ตูลยพวงศรีรักษ์³

^{1,2,3} อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันรัชต์ภาคย์

บทคัดย่อ

การวิจัย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสถานภาพการดำเนินงานของธุรกิจและบริบทของไทยแลนด์ 4.0 2) เพื่อศึกษา
กลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สดในการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และ
3) เพื่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สดในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างคือ
ผู้ประกอบการในธุรกิจชิ้นส่วนไก่สดในประเทศไทย ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด จากการ
สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน และใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า

สถานภาพองค์กรในด้านบุคลากรและด้านทักษะความรู้ความสามารถ มีการปฏิบัติในระดับมาก ด้านกลยุทธ์
องค์กร โครงสร้างองค์กร ระบบปฏิบัติงาน รูปแบบการบริหารจัดการของผู้บริหาร และค่านิยมร่วม มีการปฏิบัติในระดับ
ปานกลาง บริบทการเปลี่ยนแปลงสู่ไทยแลนด์ 4.0 ในด้านการเมืองและด้านสังคม มีการเปลี่ยนแปลงระดับปานกลาง
ส่วนในด้านเศรษฐกิจ มีการเปลี่ยนแปลงในระดับมาก

ธุรกิจชิ้นส่วนไก่สดปฏิบัติตามกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนและกลยุทธ์การมุ่งตลาดส่วนย่อย ในระดับมาก ส่วนกลยุทธ์
การสร้างความแตกต่าง ปฏิบัติในระดับน้อย สำหรับกลยุทธ์การตลาดทางการตลาด พบว่า การพัฒนาตลาดและกลยุทธ์
การเจาะตลาด มีการปฏิบัติในระดับมาก ส่วนกลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการปฏิบัติในระดับน้อย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สด คือ ระบบปฏิบัติงาน รูปแบบ
การบริหารจัดการของผู้บริหาร บริบททางเศรษฐกิจ และกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สด ความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

Abstract

The aims of this study were 1) to study business status and THAILAND4.0 context. 2) to study
business strategy and marketing strategy for competitive advantage of chicken parts industry. 3) to study
factors influencing marketing strategy for chicken parts in THAILAND. The classification questionnaire of 400
people from multi-stage sampling. The statistics used were descriptive and multiple regression statistics.

The research finding.

The business status in personal management and skill, knowledge, ability were high. The
organization strategy, organization structure, operation system, leadership style and core values were

middle. For the changing to THAILAND4.0 context in political and social were middle change. But economic context were high change.

Chicken parts business were action in cost leadership and focus strategy. But differentiation strategy were middle action. The marketing strategy for business, that market development and market penetration were high action. But product development were low action.

The factors influencing marketing strategy were operation system, leadership style format, economic context and cost leadership strategy.

Keywords: marketing strategy, chicken parts industry, competitive advantage

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาขีดความสามารถในการผลิต การจัดการสินค้าเกษตร พัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรและอาหารให้มีความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพระบบการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของภาคเกษตร อีกทั้งในเรื่องโอกาสสินค้าเกษตรไทยสู่ประชาคมอาเซียน มีเป้าหมายในการพัฒนา ศักยภาพโดยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าที่ไม่ได้อยู่ในตำแหน่งผู้นำตลาด ให้อยู่ในตำแหน่งที่ดีขึ้น ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง ปาล์มน้ำมัน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กาแฟ กุ้ง ปลานิล ไก่เนื้อไก่ไข่ มะม่วง และทุเรียน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2560)

เมื่อประเทศไทยได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สิ่งหนึ่งที่ควรตระหนักคือเมื่อข้าวไม่ใช่สินค้าที่สร้างความได้เปรียบทางการค้าให้กับไทยอีกต่อไป สินค้าเกษตรชนิดใดที่ใดที่ไทยมีความได้เปรียบจากประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน โดยที่ต้นทุนต่ำ สินค้าต้องมีความแตกต่าง และดูความต้องการสินค้านั้นด้วย (ผู้จัดการออนไลน์, 2561) ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2555 สหภาพยุโรป (EU) ให้นำเข้าไก่จากประเทศไทย ช่วยสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและความปลอดภัยต่อสินค้าไก่ในสายตาประเทศคู่ค้า

จากข้อมูลสำนันโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร อุตสาหกรรมไก่เนื้อเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ด้วยปริมาณการส่งออกที่มีมากกว่าร้อยละ 85 ในกลุ่มสินค้าปศุสัตว์ทั้งหมด และในปัจจุบันไก่เนื้อ ถือได้ว่ามีช่องทางที่ดีในการส่งออกไปยังตลาดอาเซียน จากการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพราะการรวมตัวดังกล่าวจะทำให้เกิดตลาดในภูมิภาคขนาดใหญ่ มีประชากรรวมกันประมาณกว่า 600 ล้านคน ส่งผลให้ความต้องการบริโภคเนื้อไก่เพิ่มขึ้น และเมื่อพิจารณาข้อมูลทางเศรษฐกิจของประเทศในกลุ่ม AEC ในปี 2554 พบว่า อัตราการเติบโตของ GDP ของประเทศสมาชิกอาเซียนแต่ละประเทศ มีการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดี โดยประเทศพม่า มีอัตราการเติบโตของ GDP สูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 10.4 รองลงมาได้แก่ ลาว (ร้อยละ 8) อินโดนีเซีย (ร้อยละ 6.5) และกัมพูชา (ร้อยละ 6.4) ตามลำดับ สะท้อนถึงกำลังซื้อของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่เพิ่มขึ้นในขณะเดียวกันเมื่อไทยมีตลาดอาเซียนรองรับการขยายตลาด ก็จะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อหน่วยลดลงได้อีกทั้งผู้ประกอบการไทยยังสามารถกระจายการลงทุนการผลิตไก่เนื้อแบบครบวงจรตั้งแต่การปลูกวัตถุดิบอาหารสัตว์ การทำธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ ตลอดถึงธุรกิจการแปรรูปไปยังประเทศอาเซียนอื่นๆ ตามลักษณะเด่นของแต่ละประเทศ เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการไทยได้เช่นกัน (Reardon; & Timmer. 2014)

การขับเคลื่อนนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาลไทย ได้กำหนดให้มีการสร้างสรรค์โดยยกระดับอุตสาหกรรมต่างๆ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ รวมไปถึงอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปและอุตสาหกรรมอาหารสดแช่แข็งประเภทต่างๆ ซึ่งประเทศไทยมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน ทั้งนี้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สดถือเป็นอุตสาหกรรมนำร่องที่นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาระดับรายได้ไปสู่เอสเคิร์ฟใหม่ (New S-Curve) ของไทย โดยการส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมนี้ยกระดับสินค้าให้มีความหลากหลายและมีกำลังการผลิตที่เพียงพอรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอีกด้วย (ณัฐพร เห็นเจริญเลิศ; และคณะ. 2559) อุตสาหกรรมไก่สดไทยซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางเป็นผู้ท้าทาย (Challenger) ในอาเซียน ตามอินโดนีเซียและมาเลเซีย พร้อมทั้งจะก้าวเป็นผู้นำในกลุ่มอาเซียนหากได้รับการสนับสนุนเพียงพอจากภาครัฐในด้านการส่งเสริมการลงทุนและนำอุตสาหกรรมนี้ไปสู่ความเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของไทยและของอาเซียนต่อไป

อาจกล่าวได้ว่าจากการที่ไทยมีข้อได้เปรียบในเรื่องของศักยภาพในการแข่งขันด้านต่างๆ เหนือกว่าประเทศสมาชิกอื่นๆ ทั้งประสิทธิภาพในการผลิต ปัจจัยการผลิต มาตรฐานการผลิต และเทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น (Laszlo; & Zhexembayeva. 2017) ส่งผลให้ไทยสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ดีกว่าประเทศผู้ผลิตอื่นๆ ในอาเซียน อีกทั้งผลผลิตไก่เนื้อไทยยังเป็นที่ยอมรับของประเทศสมาชิก AEC และประเทศอื่นๆ อีกด้วย เรียกได้ว่าตลาดอาเซียนเป็นช่องทางทางการส่งออกที่ดีสำหรับไทย ในการส่งออกไก่สดและไทยสามารถส่งออกในตลาดอาเซียนมากกว่าที่ผ่านมา เพราะเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียนกำลังขยายตัว และไทยเองก็มีศักยภาพในการแข่งขันด้านต่างๆ เหนือกว่าประเทศสมาชิก AEC อื่นๆ ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมไก่สดของประเทศไทย กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจไก่สดเพื่อรองรับการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 เพื่อนำไปสู่สร้างกระบวนการและกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนอันเป็นรากฐานที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาประเทศไทยต่อไปและนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สดให้เหนือกว่าคู่แข่งและสามารถที่จะแข่งขันในตลาดโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

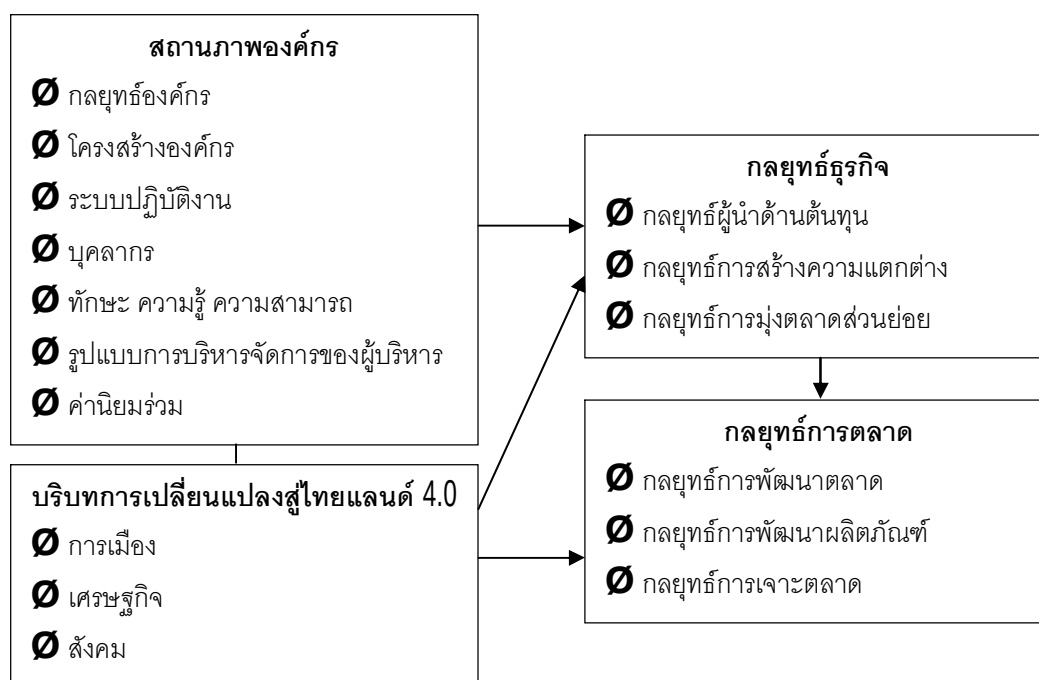
1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ภาพการดำเนินงาน ความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรม บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์การดำเนินการของธุรกิจไก่สดในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สด
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดและกิจกรรมทางการตลาดที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สด
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกลยุทธ์การตลาดและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สดเพื่อรองรับการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0

สมมติฐานในการวิจัย

1. สถานภาพองค์กรและบริบทการเปลี่ยนแปลงสู่ไทยแลนด์ 4.0 มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ของธุรกิจ
2. สถานภาพองค์กรและบริบทการเปลี่ยนแปลงสู่ไทยแลนด์ 4.0 มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ
3. กลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจไก่สดในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สดเพื่อรองรับไทยแลนด์ 4.0

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแผนภาพที่ปรากฏ



วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ โรงงานอุตสาหกรรมที่ผลิตชิ้นส่วนไก่สดในประเทศไทย ทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่
2. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน มีนาคม 2560-มกราคม พ.ศ. 2561
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้
 - ตัวแปรสถานภาพองค์กร ประกอบด้วย กลยุทธ์องค์กร โครงสร้างองค์กร ระบบปฏิบัติงาน บุคลากร ทักษะความรู้ความสามารถ รูปแบบการบริหารจัดการของผู้บริหาร และค่านิยมร่วม
 - ตัวแปรบริบทการเปลี่ยนแปลงสู่ไทยแลนด์ 4.0 ประกอบด้วย การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม
 - ตัวแปรกลยุทธ์การบริหารองค์กร ประกอบด้วย กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์การมุ่งตลาดส่วนย่อย
 - ตัวแปรกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย กลยุทธ์การพัฒนาลตลาด กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์การเจาะตลาด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 400 ชุด โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตลาดของธุรกิจในการผลิตชิ้นส่วนไก่สดที่รองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยเครื่องมือในการวิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและเชิงโครงสร้าง ด้วยผู้เชี่ยวชาญ

จำนวน 3 ท่าน นำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง และมีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าความค่าสัมประสิทธิ์ ทั้งฉบับเท่ากับ 0.914

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยคือธุรกิจทั้งขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สด ทั้งที่เป็นผู้ผลิต ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำนวน 1,420 แห่ง โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage) กล่าวคือ มีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยแบ่งเป็นรายภูมิภาคและสุ่มอย่างง่ายตามลำดับ โดยการสุ่มตัวอย่างครอบคลุมจำนวนประชากรในการวิจัยตามหลักสถิติด้วยการคำนวณตามความเชื่อมั่น 0.95 ของตาราง YAMANE

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และวิเคราะห์ข้อความแบบปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์รายชื่อ (Content Analysis) โดยผู้วิจัยประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจชิ้นส่วนไก่สด
2. ทำให้ทราบความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจชิ้นส่วนไก่สด
3. ทำให้ทราบถึงการกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของธุรกิจในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไก่สด

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาสถานภาพองค์กร ปรากฏดังนี้

สถานภาพองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ
1. กลยุทธ์องค์กร	3.14	0.84	ปานกลาง
2. โครงสร้างองค์กร	2.67	0.89	ปานกลาง
3. ระบบปฏิบัติงาน	3.02	0.78	ปานกลาง
4. บุคลากร	3.74	0.72	มาก
5. ทักษะ ความรู้ ความสามารถ	3.82	0.81	มาก
6. รูปแบบการบริหารจัดการของผู้บริหาร	3.19	0.92	ปานกลาง
7. ค่านิยมร่วม	2.84	0.79	ปานกลาง

ผลการศึกษาสถานภาพองค์กร พบว่า ด้านบุคลากรและด้านทักษะความรู้ความสามารถ มีระดับการปฏิบัติในระดับมาก ด้านกลยุทธ์องค์กร โครงสร้างองค์กร ระบบปฏิบัติงาน รูปแบบการบริหารจัดการของผู้บริหาร และค่านิยมร่วม มีระดับปฏิบัติการในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาริบทการเปลี่ยนแปลงสู่ไทยแลนด์ 4.0 ปรากฏดังนี้

บริบทการเปลี่ยนแปลง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการเปลี่ยนแปลง
8. ด้านการเมือง	3.02	0.87	ปานกลาง
9. ด้านเศรษฐกิจ	3.42	0.83	มาก
10. ด้านสังคม	3.08	0.78	ปานกลาง

ผลการศึกษาริบทการเปลี่ยนแปลงสู่ไทยแลนด์ 4.0 พบว่า ด้านการเมืองและด้านสังคม มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนในด้านเศรษฐกิจ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษากิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจในอนาคตส่วนใกล้เคียง ปรากฏดังนี้

กลยุทธ์ธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ
11. กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน	4.18	0.79	มาก
12. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	2.42	0.81	น้อย
13. กลยุทธ์การมุ่งตลาดส่วนย่อย	4.03	0.87	มาก

ผลการศึกษากิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจ พบว่า กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนและกลยุทธ์การมุ่งตลาดส่วนย่อย มีการปฏิบัติในระดับมาก ส่วนกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง มีการปฏิบัติในระดับน้อย

ผลการศึกษากิจกรรมการตลาดของธุรกิจในส่วนใกล้เคียง ปรากฏดังนี้

กลยุทธ์ธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ
14. กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์	2.18	0.75	น้อย
15. กลยุทธ์พัฒนาตลาด	3.62	0.87	มาก
16. กลยุทธ์เจาะตลาด	3.49	0.92	มาก

ผลการศึกษากิจกรรมการตลาด พบว่า การพัฒนาตลาดและกลยุทธ์การเจาะตลาด มีการปฏิบัติในระดับมาก ส่วนกลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการปฏิบัติในระดับน้อย

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจในยุคอุตสาหกรรม
 ขั้นส่วนใกล้เคียงในประเทศไทย พบรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยทดสอบอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด	ค่า Sig	ค่าสัมประสิทธิ์
1. กลยุทธ์องค์กร	0.148	0.174
2. โครงสร้างองค์กร	0.241	0.148
3. ระบบปฏิบัติงาน	0.000	0.248
4. บุคลากร	0.182	0.208
5. ทักษะ ความรู้ ความสามารถ	0.078	0.149
6. รูปแบบการบริหารจัดการของผู้บริหาร	0.001	0.214
7. ค่านิยมร่วม	0.223	0.142
8. ด้านการเมือง	0.091	0.321
9. ด้านเศรษฐกิจ	0.000	0.227
10. ด้านสังคม	0.094	0.301
11. กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน	0.001	0.172
12. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	0.079	0.214
13. กลยุทธ์การมุ่งตลาดส่วนย่อย	0.175	0.148

จากตารางสรุปข้อมูลการวิจัย จะพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดของอุตสาหกรรมขั้นส่วนใกล้เคียงในประเทศไทย คือ ระบบปฏิบัติงาน รูปแบบการบริหารจัดการของผู้บริหาร บริบทด้านเศรษฐกิจ และกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน

สรุปผลการศึกษา

สถานภาพองค์กรในด้านบุคลากรและด้านทักษะความรู้ความสามารถ มีการปฏิบัติในระดับมาก ด้านกลยุทธ์องค์กร โครงสร้างองค์กร ระบบปฏิบัติงาน รูปแบบการบริหารจัดการของผู้บริหาร และค่านิยมร่วม มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง บริบทการเปลี่ยนแปลงสู่ไทยแลนด์ 4.0 ในด้านการเมืองและด้านสังคม มีการเปลี่ยนแปลงระดับปานกลาง ส่วนในด้านเศรษฐกิจ มีการเปลี่ยนแปลงในระดับมาก

ธุรกิจขั้นส่วนใกล้เคียงปฏิบัติกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนและกลยุทธ์การมุ่งตลาดส่วนย่อย ในระดับมาก ส่วนกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ปฏิบัติในระดับน้อย สำหรับกลยุทธ์การตลาดทางการตลาด พบว่า การพัฒนาตลาดและกลยุทธ์การเจาะตลาด มีการปฏิบัติในระดับมาก ส่วนกลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการปฏิบัติในระดับน้อย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจในยุคอุตสาหกรรมขั้นส่วนใกล้เคียงเรียงตามลำดับอิทธิพลของปัจจัยตามลำดับ คือ ระบบปฏิบัติงาน รูปแบบการบริหารจัดการของผู้บริหาร บริบททางเศรษฐกิจ และกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจขึ้นส่วนใกล้เคียงกับปฏิบัติกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนและกลยุทธ์การมุ่งตลาดส่วนย่อยในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ คมวิทย์ ศิริธร (2560) ที่ระบุว่า กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนของอุตสาหกรรมไก่สด เป็นกลยุทธ์ที่ธุรกิจไก่สดในจังหวัดสงขลาและธุรกิจรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซียนิยมใช้กลยุทธ์นี้ในการประกอบธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน และยังเป็นการตั้งราคาสินค้าที่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นอยู่ของเกษตรกรในระดับสูง อีกด้วย

ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพองค์กรในด้านบุคลากรและด้านทักษะความรู้ความสามารถ มีการปฏิบัติในระดับมาก รวมไปถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ของธุรกิจไก่สดในประเทศไทย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสาวนีย์ จันทรี (2557) ที่ค้นพบว่า ทักษะความรู้ความสามารถของบุคลากร เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทย บราซิล และสหรัฐอเมริกาในกลุ่มตะวันออกกลางและกลุ่มสหภาพยุโรป รวมไปถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบอย่างมากกับการดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจในอุตสาหกรรมไก่สดในประเทศไทย ตรงกับผลการศึกษาของ รังสิมา รุ่งนภา (2546) อีกด้วย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจในอุตสาหกรรมขึ้นส่วนใกล้เคียง คือ ระบบปฏิบัติงาน รูปแบบการบริหารจัดการของผู้บริหาร บริบททางเศรษฐกิจ และกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนจะส่งผลกระทบต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดในแต่ละประเภท ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์การเจาะตลาด กลยุทธ์การพัฒนาตลาด และกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Prihatminingtyas; & Susanto (2015) ที่ระบุว่า ธุรกิจในการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับไก่ ไม่ว่าจะเป็นไก่สดหรือไก่แปรรูป จะต้องเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดในแต่ละประเภทที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ซึ่งรวมถึงธุรกิจไก่แปรรูปในประเทศอินโดนีเซีย อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2560). คู่มือการบริหารจัดการการผลิตสินค้าเกษตรตามแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- คมวิทย์ ศิริธร. (2560). ผลกระทบจากการค้าเสรีในประชาคมอาเซียนต่อต้นทุนการผลิตของธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทไก่ในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย และรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย. วารสารปาริชาติ (Parichat Journal, Thaksin University). 30(3): 221-230.
- ณัฐพร เห็นเจริญเลิศ, และคณะ. (2559). ขอบแดนใหม่แห่งการเรียนรู้: การศึกษาระบบ 4.0. กรุงเทพฯ: ศูนย์นวัตกรรมการเรียนรู้ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผู้จัดการ Online. “ประยุทธ์” ลุยพัฒนาประเทศสู่ยุค “ไทยแลนด์ 4.0” ยันอยากมีเลือกตั้ง พ้อหาเพื่อชาติกลับถูกไล่. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://www.manager.co.th/Politics>.
- รังสิมา รุ่งนภา. (2546). การศึกษาความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของตลาดส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เสาวนีย์ จันทรี. (2557). ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทย บราซิล และสหรัฐอเมริกาในกลุ่มตะวันออกกลางและกลุ่มสหภาพยุโรป. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- Laszlo, C.; & Zhexembayeva, N. (2017). *Embedded Sustainability: The Next Big Competitive Advantage*. Routledge.
- Prihatminingtyas, B.; & Susanto, R. Y. (2015). The Business Opportunity of Micro Industry of Crispy Chicken and Crispy Salty Fish in Malang City, Indonesia. *International Journal of Economic, Commerce & Management* ISSN (23480386).
- Reardon, T.; & Timmer, C. P. (2014). Five Inter-linked Transformations in the Asian Agrifood Economy: Food Security Implications. *Global Food Security*. 3(2): 108-117.

NBUS057: โซน่วยกับการบัญชี กรณีศึกษา ตำบลหนองรี อำเภอมือง จังหวัดชลบุรี

ACCOUNTING OF SMALL RETAIL STORES: A CASE STUDY OF NONGREE, CHONBURI

พรพรรณ เจริญสุข¹

¹ สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำบัญชีรับ-จ่ายมาใช้ของร้านโซน่วยและการนำบัญชีสินค้าเข้า-ออกมาใช้ของร้านโซน่วย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเบื้องต้นและกลุ่มตัวอย่าง 100 ตัวอย่างในการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า มีร้านโซน่วยที่นำบัญชี รับ-จ่ายมาใช้เพียงร้อยละ 13 ในจำนวนนี้มีการใช้อย่างมีระบบร้อยละ 15 และใช้อย่างง่าย ร้อยละ 85 ของผู้ใช้บัญชี รับ-จ่าย การนำบัญชีสินค้า เข้า-ออกมาใช้เพียงร้อยละ 9 ของกลุ่มตัวอย่าง มีการใช้อย่างมีระบบร้อยละ 33 และใช้อย่างง่ายร้อยละ 67 ของผู้ใช้บัญชีสินค้า เข้า-ออก

คำสำคัญ: บัญชี, โซน่วย

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ร้านขายของที่มีขนาดเล็กที่มีอยู่ทั่วไปตามชุมชนต่างๆ ที่เรียกว่าร้านขายของชำหรือ “ร้านโซน่วย” ที่เรียกกันจนเป็นปกติก่อนที่จะเปลี่ยนมาเป็นคำว่า “ร้านสะดวกซื้อ” ในปัจจุบัน มีความสำคัญกับประชากรที่อยู่ในชุมชนอย่างมาก เนื่องจากเป็นสถานที่สำหรับจับจ่าย ซื้อหาสินค้าอุปโภคบริโภคโดยไม่ต้องเดินทางไปไกลและมีสิ่งของที่มีความจำเป็นใช้สำหรับการดำรงชีวิตประจำวันถึงแม้ว่าจะเป็นร้านที่มีขนาดเล็กแต่ก็สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่อยู่ในชุมชนได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ธุรกิจในรูปแบบร้านค้าของชำหรือที่คนทั่วไปรู้จักกันในชื่อร้าน “โซน่วย” เป็นอีกหนึ่งสายธุรกิจที่มีความเก่าแก่มากที่สุดของเมืองไทย ซึ่งในอดีตการเปิดร้านขายของชำประเภทนี้ถือว่าได้รับความนิยมมากจากทั้งทางฝั่งผู้ประกอบการและฟากของผู้บริโภค เพราะเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม ทั้งยังมีสินค้าให้เลือกมากมายตั้งแต่ขนมเด็กยันถึงเครื่องฟริกแกง แต่ในปัจจุบันใครจะไปเชื่อว่าธุรกิจร้านขายของชำที่เคยเป็นที่นิยมอยู่ในภาวะวิกฤตเข้าไปทุกทีสาเหตุก็คงเป็นที่ทราบกันดีว่าเกิดมาจากการโดนร้านสะดวกซื้อและร้านค้าที่มีรูปแบบดีพาร์ทเมนต์สตรีททั้งจากแบรนด์ของไทยและต่างชาติเข้ามาตีตลาดจนแตกกระเจิง ซึ่งทางรอดที่เหล่าเจ้าแกสามารถงัดขึ้นมาใช้เวลานี้ได้ก็คือการปรับตัวและเริ่มทำธุรกิจอย่างมีแบบแผน

จากข้อมูลเบื้องต้นจะพบว่า การทำบัญชีเป็นส่วนหนึ่งที่อาจจะพัฒนาธุรกิจโซน่วยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงต้องการที่จะทราบถึงการบัญชีของร้านโซน่วยเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการคงอยู่ของร้านโซน่วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการทำบัญชีโดยการนำบัญชี รับ-จ่าย มาใช้ของร้านโซน่วยเขตตำบลหนองรี อำเภอมือง จังหวัดชลบุรี

2. เพื่อศึกษาการทำบัญชีโดยการนำบัญชีสินค้า เข้า-ออกมาใช้ของร้านโชห่วยเขตตำบลหนองรี อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลหนองรี อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่าง ร้านโชห่วยในตำบลหนองรี อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 100 ร้าน ได้มาจากการคำนวณสูตร Taro Yamane (Yamane. 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 10% โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย

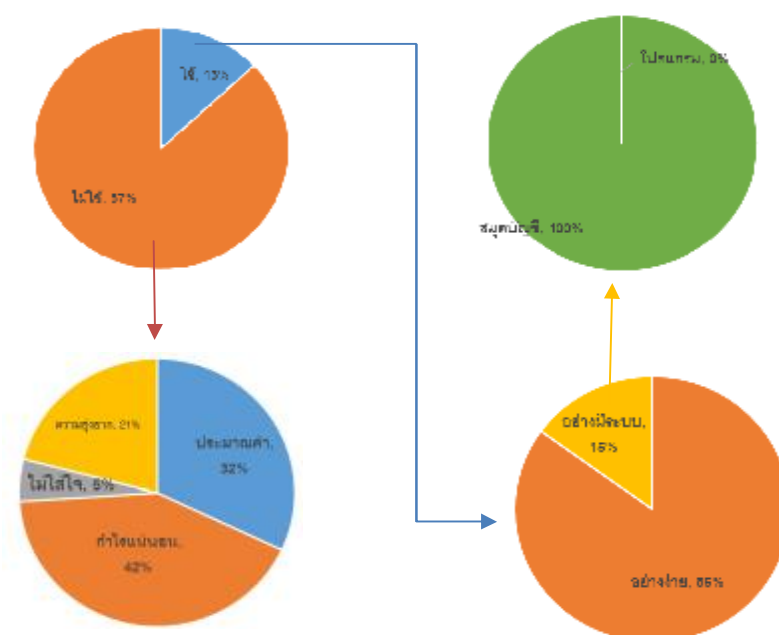
เครื่องมือและสถิติ

แบบสอบถามด้านบัญชี รับ-จ่าย และบัญชีสินค้า เข้า-ออก แบบสัมภาษณ์ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญสาขาวิชาบัญชี ผู้เชี่ยวชาญสาขาพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานกับชุมชนเป็นผู้ปรับปรุงให้มีความเหมาะสมใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติเบื้องต้น ร้อยละ อัตราส่วน การประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางด้านสถิติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

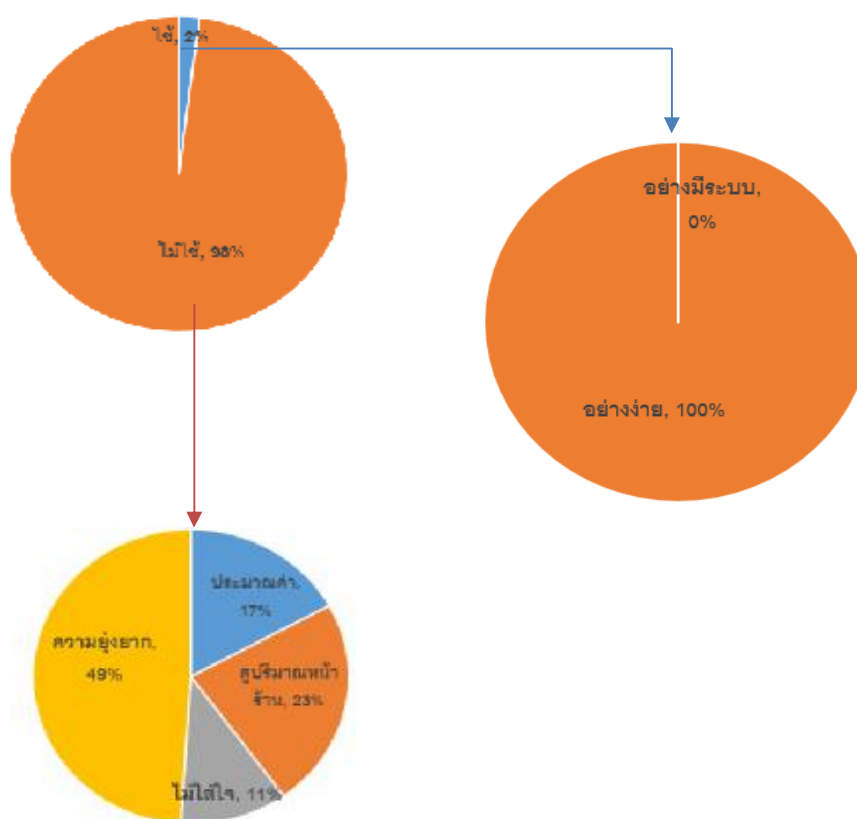
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยการศึกษาบัญชี รับ-จ่าย มาใช้ของร้านโชห่วยในจังหวัดชลบุรี ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการรวบรวมข้อมูล กระทำโดยผู้วิจัยซึ่งใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการไปแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง และแนะนำการตอบแบบสอบถามอย่างถูกวิธี จากนั้นนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาได้นำไปประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ผลการศึกษา



ภาพประกอบ 1 แผนภูมิ บัญชีรายรับ-รายจ่าย

2. แผนภูมิ บัญชีสินค้าเข้า-ออก



ภาพประกอบ 2 แผนภูมิ บัญชีสินค้าเข้า-ออก

บทสรุป

การศึกษาวิจัยเรื่อง บัญชี รับ-จ่าย มาใช้ของร้านโชห่วย ผู้วิจัยขอค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจ นำมาอภิปราย ดังนี้

การศึกษาในครั้งนี้สรุปได้ว่าร้านโชห่วยมีการนำบัญชี รับ-จ่าย มาใช้เพียงร้อยละ 13 ของกลุ่มตัวอย่าง และเป็นการใช้อย่างง่ายร้อยละ 85 ของร้านที่ใช้ ร้านโชห่วยที่ไม่ได้ใช้บัญชี รับ-จ่าย ให้เหตุผลว่าการขายของร้านโชห่วยได้กำไรแน่นอนอยู่แล้วถึงร้อยละ 37 ของร้านที่ไม่ได้ใช้บัญชี ร้านโชห่วยมีการนำบัญชีสินค้า เข้า-ออก มาใช้เพียงร้อยละ 2 ของกลุ่มตัวอย่าง และเป็นการใช้อย่างง่ายทั้งหมดไม่มีการใช้อย่างมีระบบเลย ร้านโชห่วยที่ไม่ได้ใช้บัญชีสินค้า เข้า-ออก ให้เหตุผลว่ามีความยุ่งยากในการใช้ร้อยละ 48 ของร้านที่ไม่ได้ใช้บัญชี แสดงให้เห็นว่ามีการทำบัญชี รับ-จ่าย และบัญชีสินค้า เข้า-ออก ของร้านโชห่วยเป็นจำนวนน้อยและร้านที่ใช้ก็ใช้อย่างง่ายไม่เป็นระบบบัญชี ยังมีเหตุผลที่ไม่ใช้เพราะความยุ่งยากอยู่ด้วย รวมถึงความคิดที่ว่าขายของต้องกำไรอยู่แล้วเป็นสาเหตุที่ไม่ทำบัญชี การที่ไม่ทำบัญชีทำให้ไม่รู้รายรับรายจ่ายและการแยกประเภทของสินค้า และสินค้าแต่ละชนิดทำกำไรได้เท่าไร ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับร้านสะดวกซื้อที่ปัจจุบันเข้ามาโจมตีตลาด จนเป็นเหตุให้ร้านโชห่วยปิดตัว

ดังนั้นการบริหารต้นทุนที่ดีส่วนหนึ่งมาจากการทำบัญชีรายรับ รายจ่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงสมร (2555) ที่ได้กล่าวถึงการบริหารต้นทุนด้านการเงินควรมีการทำบัญชีรายรับ รายจ่าย ใช้ในการบริหารร้านค้า เพื่อประสิทธิภาพในการบริหารการเงินของร้านต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ฉันทัส เพียรธรรม; และวันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์. (2555). การปรับตัวของร้านโชห่วยภายใต้กระแสการขยายตัวของ ร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่. วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม. 8(1): 39-55.

ดวงสมร พักสังข์. (2555). การบริหารต้นทุนของกลุ่มผู้ผลิตน้ำตาลมะพร้าวในจังหวัดสมุทรสงคราม. รายงานวิจัย. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

นภัทร ไตรเจตน์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) กรณีศึกษาในตลาดไท ปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร.

Yamane, Taro. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. 3rd ed., New York: Harper and Row Publications.

NBUT0003: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของ
ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาบริเวณสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร
THE FACTORS OF MARKETING MIX ELECTRONIC THAT EFFECT TO BUYING
PRODUCTS VIA E-MARKETPLACE CASE STUDY AT SIAM SQUARE, BANGKOK

สิริพร ทิตะลำพูน *

* อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของส่วนประสมทางการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับรูปแบบธุรกิจ ในรูปแบบ ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) และผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to consumer: C2C) และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) กรณีศึกษาบริเวณบริเวณสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รายรับต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าผ่าน www.olx.com ส่วนใหญ่ประเภทสินค้าแฟชั่นและเครื่องสำอาง ได้รับความนิยมนมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C) และผู้บริโภคกับผู้บริโภค (C2C) กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย มีความที่แตกต่างกัน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

คำสำคัญ: ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

Abstract

The purpose of this study was to compare the difference of marketing mix electronic commerce business model, with Business to Consumer: B2C and Consumer-to-Consumer: C2C) and to study the marketing mix factors which result in purchasing decisions through the central market of electronic commerce. E-Marketplace is a case study at department stores Siam Square in Bangkok by means of the samples were 400 people. The results showed that the subjects were female income per month in the lower than 10,000 baht. Most of them choose to buy products through www.olx.com mainly products are fashion and cosmetics. To compare the business model of electronic commerce, B2C and C2C with the marketing mix factors electronics. The price, place and promotion are different. The factors promoting effect to the wholesale purchase decision through the marketplace website electronic commerce.

Keywords: E-Marketplace, E-Commerce, E-Marketing mix

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก ทั้งในเรื่องการติดต่อสื่อสารและการทำธุรกรรมเมื่ออินเทอร์เน็ตได้มีการใช้อย่างแพร่หลายในทุกครัวเรือน จึงทำให้เกิดสังคมออนไลน์ (Social Network) ขึ้นในโลกของอินเทอร์เน็ต สามารถนำอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เข้ากับธุรกิจที่มีอยู่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการตลาดที่มีการแข่งขันที่สูงมากในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการซึ่งทำให้เกิดการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นจำนวนมากการค้าบนโลกออนไลน์ของไทยขณะนี้เติบโตอย่างมากทำให้มีสินค้าและร้านค้าจากผู้ประกอบการไทยที่ขายในโลกออนไลน์นั้นเป็นตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) เพิ่มขึ้นมาก (วิลาวรรณ วรคุณวรรณ. 2546)

ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) คือ ช็อปปิงมอลล์ (Shopping mall) ในอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ที่รวบรวมสินค้าและบริการ จากร้านค้าหรือบริษัทต่างๆหรือเรียกว่า ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Marketplace เป็นสื่อกลางที่ให้ผู้ซื้อและผู้ขายในการทำธุรกรรมหรือการซื้อขายระหว่างกัน ซึ่งอธิบายได้ว่าเป็นการดำเนินธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การขาย การเผยแพร่สินค้าในปัจจุบันของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีรูปแบบ 2 รูปแบบ ประกอบด้วย ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) และผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to consumer: C2C) โดยที่ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) มีแนวโน้มเติบโตขึ้นต่อเนื่อง ทำให้การค้นหาซื้อสินค้าทางออนไลน์ (online) เป็นเรื่องง่ายและสะดวกสำหรับทุกคนในประเทศ จากการสำรวจของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) พบว่า คนไทยซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นจาก 47.8% เป็น 57.2% ในปี 2556 จากตัวเลขการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการออนไลน์ก็เติบโตขึ้นเช่นกัน ทำให้เห็นชัดว่าพฤติกรรมคนไทย เริ่มค้นหาสินค้าและจับจ่ายผ่านทางออนไลน์เพิ่มอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการรวมกันของกลุ่มประเทศอาเซียน (เออีซี) จะยิ่งทำให้โอกาสค้าขายทางออนไลน์เปิดกว้างมากขึ้น และขยายโอกาสเข้าสู่คนมากกว่า 600 ล้านคน ช่องทางออนไลน์แต่การที่จะทำการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จได้นั้นอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดผู้บริโภคเพื่อนำไปสู่ผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้โดยทำให้ได้รับความได้เปรียบหรือความเป็นต่อทางการแข่งขัน (ภิเชก ชัยนิรันดร์. 2556)

ในการดำเนินธุรกิจการค้าต้องมีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายและเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ ตลอดจนบริการและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีความพอใจสูงสุด สร้างความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าใหม่เข้ามาและทำให้ลูกค้าเก่ากลายเป็นลูกค้าที่ถาวรและจงรักภักดีต่อสินค้าตลอดไป ส่งผลให้เกิดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสามารถสื่อสารและเสนอผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจ รับรู้ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงได้รับการตอบรับจากกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจ (อิทธิวัฒน์ รัตนพองบุ๋ และสวรรณ ธีระภัทรา. 2555)

จากการศึกษาถึงความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญและสนใจที่จะศึกษาปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ในการประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

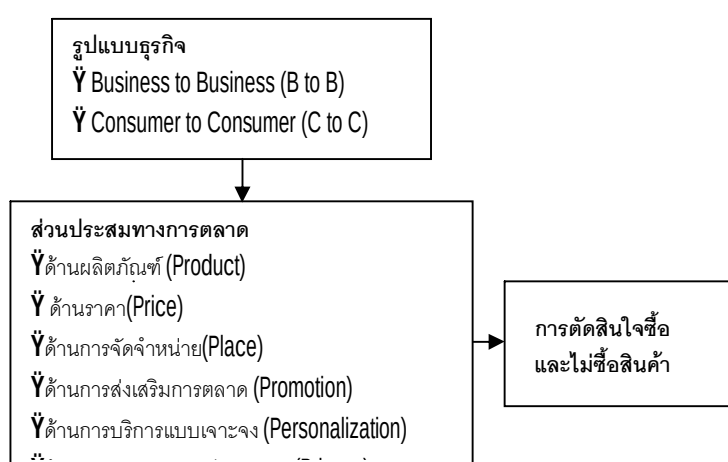
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์กับรูปแบบธุรกิจ ในรูปแบบ ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) และผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to consumer: C2C)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Market place)

สมมติฐานในการวิจัย

1. ศึกษาในรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน
2. ปัจจัยประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการแบบเจาะจง และ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบปัจจัยและพฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากผู้บริโภคต่อเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่นำไปใช้ประกอบการดำเนินธุรกิจด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคบริเวณสยามสแควร์ จากจำนวนประชากร 52,613 คน (ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนของกรุงเทพมหานคร) กำหนดกลุ่มตัวอย่าง Taro Yamane กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกิน 5% ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

เครื่องมือที่ใช้และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม จากการออกแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ต, ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต, สถานที่ในการใช้อินเทอร์เน็ตการรู้จักเว็บไซต์ในการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต, ประวัติการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต, ความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตในอนาคต

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด 6P คือ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านการจัดจำหน่าย, ด้านส่งเสริมทางการตลาด, ด้านการให้บริการแบบเจาะจงและด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวโดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกคำตอบดังนี้ ได้แก่ 5 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด, 4 หมายถึง มีความสำคัญมาก, 3 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง, 2 หมายถึง มีความสำคัญน้อย และ 1 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด (ระพีพรรณ ศรีศรีณกุล. 2555)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม 400 ชุด เพื่อนำไปใช้ในการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS ดังนี้

วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต โดยสถิติร้อยละ

วิเคราะห์ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ โดยสถิติที่ใช้คือค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และโดยแปลผลหาคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ คือ คะแนนระดับการให้ความสำคัญ ได้แก่ คะแนนช่วง 4.51-5.00 ระดับมากที่สุด, คะแนนช่วง 3.51-4.50 ระดับมาก, คะแนนช่วง 2.51-3.00 ระดับปานกลาง, คะแนนช่วง 1.51-2.50 ระดับน้อย และ คะแนนช่วง 1.00-1.50 ระดับน้อยที่สุด (ระพีพรรณ ศรีศรีณกุล. 2555)

นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ อาจารย์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ หลังจากแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามแล้วหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มประชากร จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.908

วิเคราะห์ความแตกต่างของธุรกิจตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วย t -test และวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression)

สรุปผลการวิจัย

เมื่อสำรวจข้อมูลตามแบบแผนการสุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้ง 400 ชุด จากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS และผลการศึกษา ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.5) อายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี (ร้อยละ 48.3) สถานภาพโสด (ร้อยละ 69) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 59.3) ประกอบอาชีพนิสิต/นักศึกษา (ร้อยละ 28.5) และรายได้ปัจจุบันอยู่ในช่วงต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 35.5)

การวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 5 ปี (ร้อยละ 70.5) ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน (ร้อยละ 83.3) บ้านเป็นสถานที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 55.8) ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นที่รู้จักมากที่สุด คือ www.olx.com (ร้อยละ 25.7) สินค้าที่ได้รับความนิยมในเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ สินค้าแฟชั่น (ร้อยละ 28.7) เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างไม่ซื้อสินค้าทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ กลัวการฉ้อโกง เช่น ชำระเงินแล้วไม่ได้รับสินค้าและไม่มีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการ (ร้อยละ 28.4) กลุ่มตัวอย่างรู้จักเว็บไซต์ทาง Facebook (ร้อยละ 27) กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 67.8)

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	($\bar{X}$)	(S.D.)	แปลผลระดับ
สินค้าในแต่ละเว็บไซต์มีรายละเอียดที่ชัดเจน	3.90	0.89	มาก
สินค้าได้รับการรับรองตามมาตรฐาน เช่น ยอมออก.	3.74	0.90	มาก
ข้อมูลสินค้ามีความทันสมัย (Update) อยู่เสมอ	4.33	0.70	มาก
ความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราสินค้า	4.17	0.70	มาก
สินค้านี้มีความหลากหลาย	4.38	0.69	มาก
สินค้านี้มีความทันสมัยและกำลังเป็นที่นิยม	4.28	0.70	มาก
เว็บไซต์มีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล	4.03	0.83	มาก
เว็บไซต์มีการออกแบบการนำเสนออย่างเหมาะสม	4.07	0.81	มาก
หน้าเว็บไซต์มีการประกาศและแจ้งข่าวสาร	3.97	0.78	มาก
รวม	4.08	0.80	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสินค้ามีความหลากหลาย รองลงมาคือ ข้อมูลสินค้ามีความทันสมัย (Update) อยู่เสมอ สินค้ามีความทันสมัยและกำลังเป็นที่นิยมความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราสินค้าเว็บไซต์มีการออกแบบการนำเสนออย่างเหมาะสมเว็บไซต์มีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลหน้าเว็บไซต์มีการประกาศและแจ้งข่าวสารอย่างสม่ำเสมอสินค้าในแต่ละเว็บไซต์มีรายละเอียดที่ชัดเจน เว็บไซต์มีการแสดงที่อยู่ของผู้ขายอย่างชัดเจนและสินค้าได้รับการรับรองตามมาตรฐาน เช่น ออย. มอก. มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านราคา	($\bar{X}$)	(S.D.)	แปลผลระดับ
สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้ากับเว็บไซต์อื่น	3.99	0.84	มาก
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	3.76	1.03	มาก
มีการแสดงราคาไว้อย่างชัดเจน	3.87	1.04	มาก
สินค้ามีราคาถูกกว่าการจำหน่ายในช่องทางอื่น	3.70	0.93	มาก
รวม	3.80	0.93	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้ากับเว็บไซต์อื่น รองลงมาคือ มีการแสดงราคาไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ มีการจำแนกกลุ่มราคาตามกลุ่มลูกค้าและ สินค้าและบริการมีราคาถูกกว่าการจำหน่ายในช่องทางอื่น มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ด้านการการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	($\bar{X}$)	(S.D.)	แปลผลระดับ
ช่องทางการชำระเงินมีทางเลือกที่หลากหลาย, ชัดเจน	3.91	0.82	มาก
มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	3.66	0.92	มาก
มีการรับประกันความปลอดภัยในการจัดส่ง	3.61	1.03	มาก
มีการจัดหมวดหมู่สินค้าที่เหมาะสม	3.76	0.81	มาก
สามารถสอบถามปัญหาได้โดยตรงจากผู้ขาย	3.84	0.85	มาก
มีอัตราค่าบริการจัดส่งสินค้าอย่างเหมาะสม	3.76	0.84	มาก
สามารถสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.61	0.95	มาก
รวม	3.74	5.41	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านช่องทางการชำระเงินมีทางเลือกที่หลากหลาย และชัดเจน รองลงมาคือ สามารถสอบถามปัญหาได้โดยตรงจากผู้ขายมีการจัดหมวดหมู่สินค้าที่เหมาะสมมีอัตราค่าบริการจัดส่งสินค้าอย่างเหมาะสมมีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้ามีการรับประกันความปลอดภัยในการจัดส่ง และสามารถสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	($\bar{X}$)	(S.D.)	แปลผลระดับ
มีข้อวิจารณ์(Review)เกี่ยวกับสินค้าทั้งจากผู้ซื้อและผู้ขาย	3.92	0.80	มาก
มีการโฆษณาสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ต่างๆ	3.92	0.80	มาก
มีการลด แลก แจก แถม เมื่อมีการซื้อสินค้าและบริการ	3.57	0.85	มาก
มีการแจกโค้ดส่วนลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.41	1.02	มาก
มีการส่งข้อความผ่านช่องทางอีเมลล์ หรือ SMS เกี่ยวกับรายการโปรโมชั่นต่างๆ	3.49	0.93	มาก
รวม	3.66	3.70	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านมีข้อวิจารณ์(Review)เกี่ยวกับสินค้าทั้งจากผู้ซื้อและผู้ขาย และมีการโฆษณาสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ต่างๆ รองลงมาคือ มีการลด แลก แจก แถม เมื่อมีการซื้อสินค้าและบริการ มีการแจกโค้ดส่วนลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ และมีการส่งข้อความผ่านช่องทางอีเมลล์หรือSMS เกี่ยวกับรายการโปรโมชั่นต่างๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้บริการแบบเจาะจงที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

ปัจจัยการให้บริการแบบเจาะจง	($\bar{X}$)	(S.D.)	แปลผลระดับ
มีระบบตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ	4.14	0.88	มาก
สามารถติดต่อกับผู้ขายได้ตลอดเวลา	3.88	0.78	มาก
มีระบบสมาชิกเพื่อนำเสนอสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการ	3.89	0.72	มาก
มีการสร้างความประทับใจในโอกาสต่างๆ เช่น วันเกิด เทศกาลปีใหม่	3.56	1.06	มาก
รวม	3.87	0.86	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านมีระบบตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อรองลงมาคือ มีระบบสมาชิกเพื่อนำเสนอสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการสามารถติดต่อกับผู้ขายได้ตลอดเวลาและมีการสร้างความประทับใจในโอกาสต่างๆ เช่น วันเกิด, เทศกาลปีใหม่ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	($\bar{X}$)	(S.D.)	แปลผลระดับ
เว็บไซต์มีการรักษาความลับของลูกค้า	3.99	0.71	มาก
มีการแสดงนโยบายการความเป็นส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจนบนหน้าเว็บไซต์	4.17	0.84	มาก
เว็บไซต์ไม่เผยแพร่ข้อมูลลูกค้าก่อนได้รับอนุญาต	4.15	0.84	มาก
เว็บไซต์มีการแจ้งเตือนภัยจากผู้ขายที่กระทำผิด	4.18	0.76	มาก
รวม	4.13	0.79	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านเว็บไซต์มีการแจ้งเตือนภัยจากผู้ขายที่กระทำผิดรองลงมาคือ มีการแสดงนโยบายการความเป็นส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจนบนหน้าเว็บไซต์ไม่เผยแพร่ข้อมูลลูกค้าก่อนได้รับอนุญาตและเว็บไซต์มีการรักษาความลับของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบธุรกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

ส่วนประสมทางการตลาด	B2C		C2C		F	Sig
	($\bar{X}$)	(S.D.)	($\bar{X}$)	(S.D.)		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.04	0.66	3.96	0.25	1.54	0.21
ด้านราคา	4.01	0.68	3.69	0.33	3.19	0.03*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.90	0.73	3.78	0.26	3.66	0.01*
ด้านการส่งเสริมการขาย	3.48	0.38	3.94	0.33	4.11	0.01*
ด้านการบริการแบบเจาะจง	3.87	0.51	3.96	0.69	1.12	0.34
ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	4.04	0.56	4.40	0.39	0.06	0.63

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 6 พบว่า จากตารางพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 3 ด้านนี้มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขายตามลำดับซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ารูปแบบของธุรกิจกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 3 ด้านนี้มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แสดงถึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคของตลาดทั้งสองรูปแบบและพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

สมการถดถอยโลจิสติก ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้สมการการถดถอยดังนี้ $Y = -1.05place - 1.05 + 0.695promotion$ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มี 2 ตัวแปร ที่มีความสำคัญ ได้แก่ ค่าสมการของตัวแปร $place = -1.05$ ซึ่งมีค่า $sig = 0.000 < 0.05$ และค่าสมการถดถอยของตัวแปร $promotion = 0.695$ มีค่า $sig = 0.005 < 0.05$ แสดงว่าส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้ช่วยเพิ่มโอกาสให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากผลการวิเคราะห์ด้านพบว่า การส่งเสริมการขาย (promotion) ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าสูงกว่า มีโอกาสถึง 2.004 เท่า

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตใช้อินเตอร์เน็ตทุกวัน โดยบ้านเป็นสถานที่นิยมใช้อินเตอร์เน็ตมากที่สุดซึ่งตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ คือ www.olx.com และ www.lazada.com ส่วนมากสินค้าที่ได้รับความสนใจในเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ สินค้าแฟชั่นและเครื่องสำอางค์ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว และอาหารเสริมเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซื้อสินค้าทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เนื่องจากกลัวการฉ้อโกง (ชำระเงินแล้วไม่ได้รับสินค้า) และไม่มีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการ รองลงมา คือ ปัญหาการไม่เห็นสินค้าก่อนการสั่งซื้อหรือจอง อันดับสาม คือ ได้รับสินค้าล่าช้า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการขายส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าในรูปแบบธุรกิจ แบบธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) และผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to consumer: C2C) ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในมุมมองของผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของ ชลลดา เจริญลาภ และสุวภัทร เกตสม (2554) การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมทางการตลาด และด้านการส่งเสริมการขาย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคมากที่สุด

ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค จะให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการขาย (promotion) มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพร ชุ่มสกุล (2554) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ**ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย**

จากผลการวิจัยเห็นได้ว่าร้านค้าออนไลน์ควรพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังในการซื้อสินค้ามากที่สุด ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของสินค้าให้มีความหลากหลายให้ข้อมูลสินค้ามีความทันสมัย (update) อยู่เสมอ ปัจจัยด้านราคา ในเรื่องของความสามารถเทียบราคาสินค้ากับเว็บไซต์อื่นได้ และมีการแสดงราคาไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง มีการจำแนกกลุ่มราคาตามกลุ่มลูกค้า และสินค้ามีราคาถูกกว่าช่องทางจำหน่ายในช่องทางอื่น ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องของช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายและชัดเจนสามารถสอบถามปัญหาได้โดยตรงจากผู้ขาย มีการจัดหมวดหมู่สินค้าให้เหมาะสมและมีอัตราค่าบริการการจัดส่งสินค้าอย่างเหมาะสม ในด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของเครื่องมือวิจารณ์ (review) เกี่ยวกับสินค้าทั้งจากผู้ซื้อและผู้ขาย มีการจัดหมวดหมู่สินค้าให้เหมาะสมและมีอัตราค่าบริการการจัดส่งสินค้าอย่างเหมาะสมและมีอัตราค่าบริการการจัดส่งสินค้าอย่างเหมาะสม ในด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของเครื่องมือวิจารณ์ (review) เกี่ยวกับสินค้าทั้งจากผู้ซื้อและผู้ขาย มีการโฆษณาสินค้าออนไลน์ต่างๆ และมีการลด แลก แจก แถม เมื่อมีการซื้อสินค้า ในด้านปัจจัยการให้บริการแบบเจาะจง ในเรื่องของเครื่องมือตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ มีระบบสมาชิกเพื่อนำเสนอสินค้า ที่สอดคล้องกับความต้องการและสามารถติดต่อกับผู้ขายได้ตลอดเวลา ในด้านปัจจัยการรักษาความเป็นส่วนตัว ในเรื่องของเว็บไซต์มีการแจ้งเตือนภัยจากผู้ขายที่กระทำความผิด และมีการแสดงนโยบายความเป็นส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจนบนหน้าเว็บไซต์ เว็บไซต์ไม่เผยแพร่ข้อมูลลูกค้าก่อนได้รับอนุญาต ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการขาย (promotion) ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเพื่อเป็นแนวทางเพื่อวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อจูงใจและสร้างฐานลูกค้าเพื่อผลกำไรให้กับองค์กรในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาบริเวณสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร ในครั้งต่อไปนั้นสามารถนำผลสรุปงานวิจัยไปขยายผลเพื่อให้ได้ปัจจัยเชิงลึกที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคเช่นการสัมภาษณ์ผู้บริโภคเพิ่มเติมเพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแบบสอบถามซึ่งผลการวิเคราะห์ดังกล่าวจะทำให้ผู้วิจัยทราบถึงปัจจัยเชิงลึกและปัจจัยแอบแฝงที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างแท้จริง
2. ด้านกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยควรศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่อื่น ควรเพิ่มการศึกษาในการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อเพิ่มการสุ่มข้อมูลเชิงลึก

เอกสารอ้างอิง

- ชลลดา เจริญลาภ และสุภัทรา เกตสม. (2554).การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์”กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร. จุลินพนธ์ปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ.
- ทีมงานวิชาการ บริษัท ซอฟต์แวร์ ปาร์ค จำกัด. (2543). พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B to C (ภาคปฏิบัติ). พระนครศรีอยุธยา: บริษัทซอฟต์แวร์ ปาร์ค จำกัด.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2556). E-Commerce และ Online Marketing. กรุงเทพฯ: บริษัทโปรวิชั่น จำกัด.

วิลาวรรณ วนดุรงค์วรรณ. (2546). E-Commerce เรียนรู้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภาคทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: บริษัทเอ.อาร์.บีซิเนส เพรส จำกัด.

สุภาพร ชุ่มสกุล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อิทธิวัฒน์ รัตนพองบุ๋ และสวรรณ ธีระภัทรา. (2555). E-Marketingการตลาดอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิศิต์กรู๊ป.

NBUT010: การเข้าถึงและการใช้อุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารของเยาวชนวัยก่อน 6 ปี
ในเขตพื้นที่ต่างจังหวัด

ACCESSING AND USE OF TECHNOLOGY EQUIPMENT AND COMMUNICATION OF YOUTH BEFORE SIX YEARS OLD IN PROVINCIAL AREA

ชุติมา เกตุษา¹ วฤตดา พิพัฒน์กุล²

¹ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

² สาขาบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

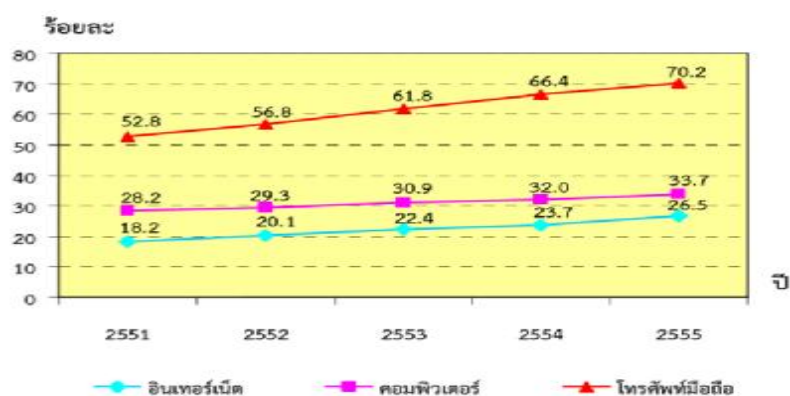
บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเข้าถึงอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและศึกษาลักษณะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยทำการศึกษาในเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 6 ปี ที่อาศัยอยู่ในต่างจังหวัด การวิเคราะห์ข้อมูลทำการวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเบื้องต้นคือ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย การศึกษาในครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีการเข้าถึงอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนใหญ่สามารถใช้อุปกรณ์ได้เมื่ออยากเล่น 46% พัฒนาทักษะ 17% อีกทั้งยังมีโอกาสเข้าถึงหน้าเว็บที่ไม่เหมาะสมอีกด้วย

คำสำคัญ: อุปกรณ์ด้านเทคโนโลยี, การสื่อสาร

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันเป็นอย่างยิ่งอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารมีราคาที่ถูกลงเป็นอย่างมากเนื่องจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วรวมถึงการแข่งขันทางด้านการตลาดของผู้ผลิตสินค้าประเภทนี้ทำให้การเข้าถึงเทคโนโลยีรวมถึงอุปกรณ์เป็นเรื่องที่ประชากรส่วนใหญ่สามารถทำได้ จากการสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2555 (THE 2012 INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY SURVEY IN HOUSEHOLD) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (National Statistical Office Ministry of Information and Communication Technology) ได้สำรวจประชากรที่มีอายุ 6 ปี ขึ้นไปที่มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2555 แต่ไม่ได้ทำการสำรวจประชากรที่มีอายุต่ำกว่า 6 ปี ลงมา



ภาพประกอบ 1 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปี ขึ้นไป ที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ พ.ศ. 2551-2555

ในปัจจุบันสามารถสังเกตเห็นได้ว่าเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 6 ปี มีการเข้าถึงอุปกรณ์เหล่านี้ เช่น computer cell phone tablet ฯลฯ ด้วยเช่นกัน การศึกษาในเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 6 ปี สามารถทำให้นำข้อมูลที่ได้ไปให้ในด้านต่าง เช่น การพัฒนาทักษะ ด้านสุขภาพ ต่อไป นอกจากนี้ สถาบันกุมารแพทย์แห่งอเมริกาและสมาคมกุมารแพทย์แห่งแคนาดา ทารกอายุ 0-2 ปี ไม่ควรที่จะสัมผัสกับเทคโนโลยีใดๆ เด็กอายุ 3-5 ปี ควรจำกัดให้ใช้ได้เพียงวันละ 1 ชม. และเด็กอายุ 6-8 ปี ควรจำกัดให้ใช้ได้เพียงวันละ 2 ชม. เด็กและเยาวชนได้รับการแนะนำเรื่องการใช้เทคโนโลยีซึ่งมีความรุนแรงและบ่อยครั้งมีผลกระทบต่อสุขภาพจิต อุปกรณ์มือถือ (โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เกมอิเล็กทรอนิกส์) สามารถเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยีเหล่านี้เพิ่มขึ้นมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเด็กเล็ก (ชาญวิทย์ พรนภดล. 2558)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมุ่งศึกษาการศึกษาการเข้าถึงอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและ ลักษณะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 6 ปี ในพื้นที่ต่างจังหวัด เพื่อเป็นข้อมูลให้กับทางผู้ปกครอง และหน่วยงานเอกชน และภาครัฐเพื่อความรู้เพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม และประโยชน์ที่จะเกิดกับอนาคตของชาติสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการเข้าถึงอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของเยาวชนวัยก่อน 6 ปี ในเขตพื้นที่ต่างจังหวัด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ครั้วเรือนในจังหวัดชลบุรี อำเภอพนัสนิคม ตำบลบางหัก ซึ่งมีจำนวนครั้วเรือนทั้งสิ้น 291 ครั้วเรือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2553)

กลุ่มตัวอย่าง ได้มาจากการใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงครั้วเรือนที่มีประชากรอายุต่ำกว่า 6 ปี ในจังหวัดชลบุรี ซึ่งได้มาทั้งสิ้นจำนวน 100 ครั้วเรือน

2. ระยะเวลา 3 เดือน

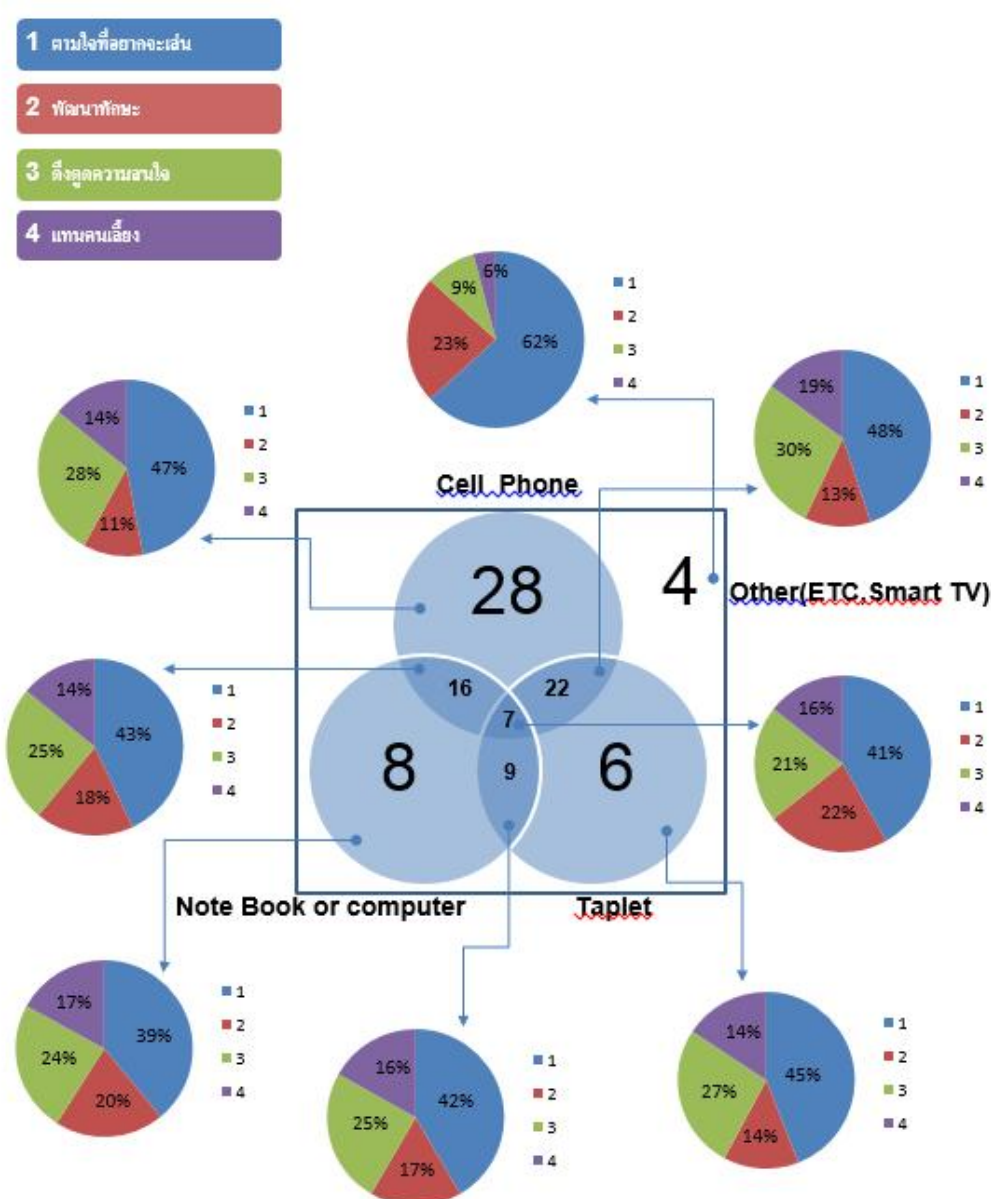
3. สถานที่ จังหวัดชลบุรี

4. เครื่องมือและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

4.1 แบบสอบถามด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้เชี่ยวชาญสาขาจิตวิทยา ผู้เชี่ยวชาญสาขาพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานด้านชุมชนสัมพันธ์ เป็นผู้ปรับปรุงให้เหมาะสม

4.2 ใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติเบื้องต้น ร้อยละ อัตราส่วน การประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ทางด้านสถิติ

ผลการวิจัย



ภาพประกอบ 2 สรุปผลการวิจัย

บทสรุป

ผลจากการที่เข้าไปศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีการเข้าถึงอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีทั้งที่เข้าถึงได้เพียงชนิดเดียวและมากกว่าหนึ่งชนิด มีการนำไปใช้เมื่ออยากจะเล่นมากที่สุดเฉลี่ย 46% พัฒนาทักษะเฉลี่ย 17% ดึงดูดความสนใจเฉลี่ย 24% แทนคนเลี้ยงเฉลี่ย 15% และเห็นได้ว่าตัวอย่างที่เข้าถึงโน้ตบุ๊กหรือคอมพิวเตอร์หรือเข้าถึงโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กหรือคอมพิวเตอร์และแท็บเล็ตหรืออุปกรณ์ชนิดอื่นๆ นำมาใช้เพื่อพัฒนาทักษะมากกว่าการเข้าถึงอุปกรณ์อย่างอื่นที่มีการเข้าถึงโดยมีค่าเฉลี่ยที่ 22% ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอุปกรณ์ของเล่นมากกว่าที่จะตั้งใจนำมาเพื่อการพัฒนาทักษะรวมถึงใช้เพื่อดึงดูดหรือเบี่ยงเบนความสนใจและใช้แทนคนเลี้ยงอีกด้วย และส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไม่ได้มีการป้องกันการเข้าถึงเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตของเด็กตั้งแต่อายุน้อย ดังนั้นพ่อแม่และครูจึงควรใส่ใจในการใช้เทคโนโลยีของเด็กเล็กเป็นพิเศษ เทคโนโลยีมีข้อดีอยู่หลายประการ และอยู่ในวัยที่เด็กจะฝึกฝนการใช้งานได้ เทคโนโลยีสามารถช่วยพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของเด็กได้ อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีไม่ได้เข้ามาแทนที่วิธีการสอนเด็ก เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสอนของครูให้ดีขึ้นเมื่อเทียบกับสมัยก่อน และเป็นสื่อกลางที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้ หากรู้จักใช้เทคโนโลยีในทางที่เกิดประโยชน์

เอกสารอ้างอิง

- ชาญวิทย์ พรนภดล. (2558, ธันวาคม). เหตุผล 10 ประการที่ทำไมจึงควรห้ามเด็กอายุต่ำกว่า 12 ปี เล่นมือถือ. สืบค้นจาก <http://www1.si.mahidol.ac.th/Healtygamer/information/story/79795>.
- พนิดา ชาดยาภา. (2559). เทคโนโลยีกับเด็กปฐมวัยในศตวรรษที่ 21. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 6(2): 151-162.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2553, ธันวาคม). จำนวนประชากรและบ้าน จำแนกเป็นรายอำเภอและรายตำบล จังหวัดชลบุรี ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2553. สืบค้นจาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/districtList/S010107/th/12.htm>.
- สำนักสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). สำนักรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน พ.ศ. 2555. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Brown, L. L. (2011, May). When to Introduce Your Child to a Smartphone or Tablet. PBS parents. Retrieve from <http://www.pbs.org/parents/childrenandmedia/article-when-introduce-child-smartphone-tablet.html>.



มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
NORTH BANGKOK UNIVERSITY

● **วิทยาเขตสะพานใหม่**
6/999 ซ.พหลโยธิน 52 ถ.พหลโยธิน แขวงคลองถนน เขตสายไหม
กรุงเทพฯ 10220 Tel. 0-2972-7200 Fax. 0-2972-7751

● **วิทยาเขตรังสิต**
59 ถ.รังสิต-นครนายก (คลอง 3) อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12130
Tel. 0-2533-1000 Fax. 0-2533-1020

www.northbkk.ac.th

