

▶ การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย
ระดับชาติ ครั้งที่ 10 และนานาชาติ ครั้งที่ 5
The Tenth National Symposium and the Fifth
International Symposium

การวิจัย สร้างสรรค์
นวัตกรรม สังคม
และสุขภาวะในยุคโควิด-19

CREATIVITY INNOVATIONS

SOCIAL ORDER
AND WELLBEING IN TIME OF
COVID-19 PANDEMIC
(CISOWCOP)

วันอาทิตย์ 8 พฤษภาคม 2565
เวลา 08:45-16:00 น.

รูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ Zoom





การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 10 และระดับนานาชาติ ครั้งที่ 5
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

“งานวิจัย สร้างสรรค์ นวัตกรรม สังคม และสุขภาวะในยุคโควิด-19”

The Tenth National Symposium and the Fifth International Symposium
Bangkokthonburi University

“Creativity, Innovations, Social Order and Wellbeing in Times of COVID-19
Pandemic” (CISOWCOP)

8 พฤษภาคม 2565

ณ ตึกอธิการ ชั้น 6 มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีร่วมกับ

สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.)	สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย
การกีฬาแห่งประเทศไทย	มหาวิทยาลัยราชชมงคลรัตนโกสินทร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
KENT STATE UNIVERSITY	ENERGIME UNIVERSITY
SHENYANG CONSERVATORY OF MUSIC	UNIVERSITY OF LATVIA
UNIVERSITY OF LATVIA	ENERGIME UNIVESITY
	DISAFA UNIVERSITY

กลุ่มสาขาวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยาย และภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

คำนำ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่เน้นการเพิ่มพูนองค์ความรู้ด้านวิชาการ โดยการส่งเสริมนักวิจัย นักวิชาการ รวมถึงนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาให้เกิดการสร้างและพัฒนา ผลงานวิจัยที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ทั้งในระดับชุมชน และระดับประเทศ ที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์การสร้างเสริมความเข้มแข็งทางวิชาการ และการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาและเผยแพร่ความรู้ รวมทั้งยังเป็นช่องทางที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์และสร้างความร่วมมือในการพัฒนาสหวิทยาการ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จึงจัดให้มีการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10 และระดับนานาชาติ ครั้งที่ 5 ผ่านระบบออนไลน์โดยโปรแกรม Zoom ที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ภายใต้หัวข้อ “งานวิจัย สร้างสรรค์ นวัตกรรม สังคม และสุขภาวะในยุคโควิด-19” ขึ้น ซึ่งการประชุมดังกล่าวนี้ ได้รับความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.), สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์, การกีฬาแห่งประเทศไทย, SHENYANG CONSERVATORY OF MUSIC, KENT STATE UNIVERSITY, ENERGI ME UNIVERSITY, UNIVERSITY OF LATVIA, UNIVERSITY OF LATVIA ENERGI ME UNIVESITY, DISAFA UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีมุ่งหวังว่าการจัดประชุมวิชาการครั้งนี้ จะเป็นโอกาสในการสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาสหวิทยาการหลากหลายสาขาวิชา และนำไปสู่การพัฒนาวิชาการความรู้ที่ดีต่อไปในอนาคต



(รองศาสตราจารย์ ดร.บังอร เป็ญจาธิกุล)

อธิการบดี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

สารบัญ

การนำเสนอผลงานวิจัย	หน้า
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์	
1 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อการเพิ่มผลการปฏิบัติงาน อย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร Factors Affecting Human Resource Development Affecting Effective Performance of Personnel Under Thawiwatthana office, Bangkok ธนาภรณ์ กรองสติปัญญา, กัญฐณา สนเจริญ, เมลิสสา มหาพล, เกศริน เอกธวัชกุล และ ปริญ จรัสอรุณฉาย.....	1
2 ปัจจัยที่มีผลต่อการมีสุขภาพจิตที่ดี Factors Influencing the Good Mental Health สรวงศ์ เศรษฐวัฒนา.....	11
3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม Marketing Factors Affecting Consumers' Choice of 4G Mobile Network in Mueang Maha Sarakham District Maha Sarakham Province พิชัย สารภักดิ์, ประสิทธิ์ ทັນสมัย และวิษณุ อินจะบก.....	22
4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์โดยเน้นปัจจัย ด้านช่องทางการรับสินค้าของประชาชนในเขตจังหวัดราชบุรี Factors influencing The decision in purchasing online via Website: Focusing on channel pick-up store in Ratchburi Province สิทธิพร ไพธีระหง, ชัชวาล วงษ์มะเขาะ, ณัฐยา แก้วน้อย, ธิชาชา บุญเรืองขาว และวราพร วรรณะพันธุ์	37
5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกของนักศึกษา คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี Factors influencing the participation in internal and external activities of Students of the faculty of accounting, Bangkokthonburi University ธิติยา คำนนท์, ดวงกมล ชัยศรีษะ และกมลเดช อร่ามรัตน์ชัย.....	44

สารบัญ

การนำเสนอผลงานวิจัย	หน้า
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์	
6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี Factors Influencing Consumers' Decision to Use Food Delivery Service Via Application in Nonthaburi Province อัญชลี พุทธวงษ์, ณัชชา กริมใจ และณภัทร จันทราภรณ์.....	55
7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับฟังรายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี Factors Influencing Listening Choices Educational radio program in social media format, Facebook, Bangkok Thonburi University radio station of students at Bangkok Thonburi University พนม วรรณศิริ.....	68
8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี Factors Influencing Motivation to Works of Labor in Construction Business Users in Khlong Luang District Pathum, Thani Province พิษณุ ภูพิพัฒน์ภิญโญ, ทิฆัมพร พันลึกเดช.....	80
9 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 Factors Affecting The Operation of Transportation Services in The Epidemic Situation of COVID-19 จิราภรณ์ ทัพวงศ์ ,วรรณลักษณ์ อภินาวิณ ,ชลิตา โปะะมา ภิญญดา ประกอบแก้ว และอมรรรัตน์ สันติสุข.....	94
10 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอมในเขตกรุงเทพมหานคร Factors affection the decision to purchase of Chapayom franchise business in Bangkok บรรณวัฒน์ ดำรงพิริยกิจ, ระเด่น แทนประชา, ฉัตรชนก ธรรมชาติ, ปริญญ จรัสอรุณฉาย และกาญจน์ธนัชญ์ พรหมเอี่ยม	104

สารบัญ

การนำเสนอผลงานวิจัย	หน้า
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์	
11 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ กรณีศึกษาพนักงานของบริษัท พี.เอส. ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด Factor that Affect the Decision Making on Purchasing Products from The Online in STAFF of P.S. FOOD PRODUCT Co.,Ltd พงศ์ธเนศวร์ นวลดี, พชร ธนวงศ์เกษม, ภัทวไลยชญ์ ศรีสัตยกุล, ธิรัต โชตวิสกุล และณญา ศรยุทธเสนี.....	112
12 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร Factors Affecting Decision Making Mobile Banking Kasikorn Bank Public Company Limited Service of Users in Bangkok สุภัทรร วิศัลยาขจรเดช.....	123
13 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ของประชาชนในอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม Factors affecting buying decision Electric Appliance from China of People in Nakhonchaisri District, Nakhonpathom Province สิทธิพร โพธิ์ระหง, วีระศักดิ์ จงเลขา, ศิรชญาณ์ การะเวก, วิริยา ธรณินทร์พานิช และ ศิริมา วิภาตวรรณะ.....	136
14 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล Factors affecting Purchase Decision Vitamin Water of Customers in Bangkok Metropolitan Area นิลิตา สมพิร์วงศ์, มณีกัญญา นากามัทสี.....	144
15 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร Factors Affecting Purchase Decision for Secondhand Cars of People within around Samut Sakhon สรวิชญ์ อรรถพิพัฒน์, มณีกัญญา นากามัทสี.....	157

สารบัญ

การนำเสนอผลงานวิจัย	หน้า
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์	
16 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการผิดนัดชำระหนี้ ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ Factors Affecting to The Credit Default for Debtor of Thai Women Empowerment Funds in Bang Bo District, Samut Prakan Province ทนิตร กิระดิชัยนันท์	172
17 ปัจจัยที่ส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข Impacted Factors Affecting to the Ethics of Personnel Officers' Performance at Thongsook College วีรชัย ประพันธ์พจน์, อลงกต วรกี.....	183
18 ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนในสถานีตำรวจอร วารินชำราบ Factors affecting the People's Attitude toward the Service Delivered by Waribchamrab Provincial Police Station กันดินันท์ จิตระออน, อัครพงศ์ บุญแท้ และรัฐดิพร ชีระจิตร.....	192
19 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป ของผู้บริโภคใน สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร Factors affecting the buying behavior of ready meals of consumers in the situation of Coronavirus Disease 2019 (COVID - 19) in Thawi Watthana District Bangkok รุจิรวัทน์ ลำดาล, นนทิชัย ดวงดารา, พีรวิทย์ ใจสม, น้อม ฉิมคล้าย และวันเพ็ญ เดชเดชา...	202
20 ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากร ในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 Factors Affecting Motivation for Practitioners of The Civil Servants at The Revenue Department in Under the Bangkok Area Revenue Office 30 ชนัดดา แหลมเพ็ชร์, ฉัตรพล มณีกุล.....	209

สารบัญ

การนำเสนอผลงานวิจัย	หน้า
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์	
21 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดสมุทรสาคร Factors in business operations that affect the success of small and medium enterprises (SMEs) in Samut Sakhon Province พนิดา กาลจักร, ปราณี เราย่าง	224
22 ปัจจัยและกระบวนการในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมแบบสถานกางเต็นท์ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตจังหวัดนครปฐม Factors and buying decision processes of Thai tourists in choosing Camping ground in Nakhonprathom Province ฉัญญมน เพชรคอน	235
23 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภท เครื่องครัวในจังหวัดนครปฐม Marketing mix factors influencing on kitchenware purchase decision making process in Nakhonpathom Province ภนต์ รัตนโนภาส, ศิษฐ์ สายธรรม, อาภรณ์ พันธุ์ทอง, ตรุณี หนูนันต์ และณัชชา อิทธิเกษมสุข	242
24 ปัญหาการนำวิธีการระงับข้อพิพาททางเลือกมาใช้กับข้อพิพาททางแพ่ง คดีผู้บริโภค ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค Problem in Applying Alternative Dispute Resolution Methods to Civil Disputes and Cosumer Cases Between Entrepreneurs and Consumers ดำรงเดช ฉัตรมณีเวช	250
25 ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม อาคารชุด ห้างสรรพสินค้า ในอาคารเดียวกัน (Mix Use Project) ใน ประเทศไทย Legal Problems About Real Estate Development Hotel Condominium Plaza in One Building (Mix Use Project) in Thailand ฉันทวรรณเทพ แยมอุทัย	265

สารบัญ

การนำเสนอผลงานวิจัย	หน้า
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์	
26 ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนต่อการ บริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล Legal Issues Related to the Participation of the Community Organization Council to the Administration of the Subdistrict Administrative Organization กฤษณ์รัฐกาญจน์ สามภักดิ์ตรีย์.....	276
27 ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานการณ์ COVID-19 ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี Problem and Guided Development in Professional Practicessi Covid-19 Situation of Early Childhood Education Major Students in the Faculty of Education Bangkokthonburi University สุภารัตน์ เปรมชื่น, มัชฌิมา สืบพงษ์.....	289
28 ปัญหาและอุปสรรคของการเพิ่มรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา เทศบาลเมืองมุกดาหาร Problems and obstacles in increasing the income of local government organizations that are not taxed Case Study Mukdahan Municipality ณัฐพล พรหมวิชา, เอรารัตน์ ทัพพลี, เจริญ ศรีศศลักษณ์ และคำรบ ลีวัฒนิช.....	301
29 ปัญหาหนี้สินของข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี Debt problems of civil servants of the local government organizations in Suphan Buri Province พงษ์พิพัฒน์ มัลลิกะมาลย์, วิริยา ธรณินทร์พานิช, ปาณิสรา ธรรมภิติ, ภรณ์ญา กุลโช และ ดวงพร สุพรรณเพ็ชร.....	309
30 ผลกระทบของวิกฤตการเมืองไทยต่อภูมิรัฐศาสตร์อาเซียนในช่วงปี พ.ศ.2535-2557 The Impact of the political crisis in Thailand on ASEAN Geopolitics during 1992-2014 ก้องภพ น้อยหลบลู.....	316

สารบัญ

การนำเสนอผลงานวิจัย	หน้า
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์	
31 ผลกระทบต่อสังคมไทยกรณีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดิน ของชาวต่างชาติ ภายใต้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุน โดยการ ดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย Impact on Thai Society in the Case of Amendments to the Law relating to Foreign Land Holding under the Measures to Stimulate the Economy and Investment by Attracting High-Potential Foreigners to Thailand พรวิรินทร์ เตโชภาส.....	327
32 ผลของการจัดกิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย The Effect of Storytelling on Social Behavior Development of Young Children's ปาริชาติ พงศ์พรหม.....	337
33 ผลของการใช้กิจกรรมกลุ่มที่มีต่อความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี The Effects of Group Activities on Emotional Quotient of Education Students in Bangkok Thonburi University อัปสรสิริ เอี่ยมประชา, อัญชุลีกร เมืองบุรี	350
34 พฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร Behavior of People Using Electric Bicycles in Bangkok คมสิงห์ วิวัฒนภูษิต, พงษ์เทพ ศรีโสภากิจิต, กวี บุญเลิศวิชัย กาญจนรัตน์ชัย พรหมเอี่ยม และสุธีรา สุทธิวาทนฤพุดิ	360
35 พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้า ในอำเภอ เมืองนครปฐม Buying behavior via E-Commerce Systems of customers in Muang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province กมลพร โรจนรุ่งศศิธร, จันทนา วัฒนกาญจนะ และวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย	369

สารบัญ

การนำเสนอผลงานวิจัย	หน้า
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์	
36 พฤติกรรมการเปิดรับ Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY Exposure behavior Original Content Series via OTT of AIS PLAY ณัฐฉิณี ชูช่วย, ตรีฉัตร ชื่นศิลป์.....	382
37 พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี Communication behavior within the organization: a case study of Bangkok Thonburi University กฤติเดช พุฒวัฒนาภรณ์.....	393
38 พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น กรณีศึกษาโรงเรียน แห่งหนึ่ง ในเขตเทศบาลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา Smoking behavior of secondary A case study of one in Johor Municipality, Mueang, Nakhon Ratchasima สุदारัตน์ ชูพันธ์.....	401
39 พฤติกรรมและแรงจูงใจในการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาด หลักทรัพย์ แห่งประเทศไทยของนักลงทุนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร Investment behaviors and motivations affecting decision-making in the Stock Exchange of Thailand of Thai investors in Bangkok พรปวีณ์ วิศัลยาขจรเดช.....	411
40 พฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร Learning organization behavior of the Mukdahan Provincial Administrative Organization ธัญพร ทารษบุตร.....	422
41 พัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม ของผู้ปกครอง The Result of Parents's Involvement toward Young Children Language Abilities ปิยกานต์ ปานอุไร, ภาวรี สุวรรณรัตน์.....	429

สารบัญ

การนำเสนอผลงานวิจัย	หน้า
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์	
42 เพลงมอญ : กรณีศึกษาดนตรีมอญชุมชนบางกระดี่ Mon's Folk Music : A Case Study of Mon's Folk Music in Bangkradee Community ณอมศรี เพชรคล้าย-แสงทอง.....	438
43 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการประกันชราภาพจากการจ้างงานผู้สูงอายุ ตามกฎหมายประกันสังคม Legal Measures on the Old Age Insurance According to Social Security Law ศุภกิจ ก่อชื่อ.....	451
44 ระดับความเข้าใจของนักศึกษาชาวจีนต่อบทบาทของผู้สื่อความ คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี The level of understanding of Chinese students towards the role of the interpreter Faculty of Music, Bangkok Thonburi University จันทิมาภรณ์ จันทรมณี.....	462
45 ระบบจัดการธุรกิจสปาและฟิตเนส The spa and fitness business management system อภิทัย บำรุงพาณิชย์วาร, พงศกร มาลา, จักรพงษ์ ฤทธิพร, ณัฐฐา มณฑลใหญ่ และณัฐพร มงคลสกุลกิจ.....	472
46 รูปแบบการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจเครื่องประดับทองคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร Model Marketing Performance of Gold Jewelry Business in Bangkok กิตติวงศ์ สิงหเสมานนท์.....	480
47 รูปแบบการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสารในประเทศไทย Model Marketing Performance of Information technology and communication in Thailand เรืองศักดิ์ มีเปี่ยม.....	492

สารบัญ

การนำเสนอผลงานวิจัย	หน้า
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์	
48 รูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย Food Consumption Patterns in The New Normal of High School Students in Prakhanongpittayalai School วนฤดี แสงอันประเสริฐ, ชญาภัทร์ กีอาริโอ	503
49 รูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลตลสาธา จังหวัดนครปฐม The new government management model of Salaya Municipality Nakhon Pathom Province สมภพ ศรีสัมพันธ์, ชูชีพ สุขหมื่น, มุจิตา มากวิจิตร, อำไพพรรณ ชาวสว่าง และ อายุทศ เนติธนากุล	515
50 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อวัตถุมงคลของ ผู้บริโภคในประเทศไทย The Factors of Causal Relationship which Influence to Order a sacred object of Worship for Customer in Thailand สุชาติ ปรัภทยานนท์, ธัญญกร เหมทานนท์, วันดี ยูโส้, สุนันทา สิงห์วัช และสุวิทย์ น้ำแก้ว	526
ภาคผนวก	
คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย ...	537

การนำเสนอผลงาน

กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์

ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อการเพิ่มผลการปฏิบัติงาน
อย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร
Factors Affecting Human Resource Development Affecting Effective
Performance of Personnel Under Thawiwatthana office, Bangkok

ธนาภรณ์ กรองสติปัญญา, กัญฐณา สนเจริญ, เมลิสสา มหาพล,
เกศริน เอกธวัชกุล และปริณ จรัสอรุณฉาย

Thanaporn Kongsatipanya, Kanthana Sonjaroen, Melisa Mahapol,
Kessarín Ektawatkul and Prin Jarusaroonchai

สาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ โทร 0985453548

Branch: Public Administration Faculty of Political Science Tell. 0985453548

e-mail: THANAPORN.1999p@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาบุคคลที่ส่งผลต่อการเพิ่มผลการปฏิบัติงานขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ (3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า (1) ลักษณะส่วนบุคคลทั่วไป พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 35-45 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (2) พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มผลการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = .520) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า เทคนิค วิธีการถ่ายทอดความรู้ ความตั้งใจและความมุ่งมั่นในการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา ผลการปฏิบัติงานของหน้าที่หลักด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตามลำดับ (3) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = .605) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การพัฒนาศักยภาพเพื่อก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น การส่งเสริมความรู้ ทักษะ ในการนำเทคโนโลยี สมัยใหม่มาใช้ในการทำงาน การปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

คำสำคัญ: การพัฒนา, ประสิทธิภาพ

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the personal factors of personnel under Thawi Watthana District, Bangkok (2) to study the factors influencing the development of personnel that affect the efficiency of the organization's performance (3) to study the opinions on the performance of personnel under Thawi Watthana District, Bangkok It is quantitative research. The sample group was personnel under Thawi Watthana District, Bangkok, 250 people, using a specific sample. By using questionnaires as a tool to collect data the statistics used in the analysis were percentage, mean, standard deviation. The results showed that (1) the general personal characteristics found that most of the respondents were female, aged 35-45 years with a bachelor's degree; efficiency of personnel Overall, it was at a high level ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = .520). Intention and commitment to technological advancement Supervisor's support The performance of the main functions of human resource management, respectively; (3) the level of opinion about the efficiency of personnel performance. Overall, it was at a high level ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = .605). Developing potential to advance to a higher position Promoting knowledge and skills in applying technology modern to use in work improvement of operational efficiency, respectively.

Keywords: development, efficiency

บทนำ

การพัฒนาบุคลากรที่ส่งผลต่อการเพิ่มผลการทำงานเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กรก้าวหน้า และมีการเจริญเติบโต ซึ่งไพฑูริย์ สีนลารัตน์ (2525) ได้แบ่งการพัฒนาบุคลากรได้ดังนี้ คือ ประการแรก การ พัฒนาบุคลากรในสายงานบริหาร โดยมีการเพิ่มพูนทักษะการบริหาร ส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน และ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกันในกลุ่มผู้บริหารและองค์กร ซึ่งรูปแบบของการพัฒนาเป็นการจัดประชุมสัมมนา หรือการประชุมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาต่อ การดูงาน/ฝึกงาน/เปลี่ยนงานรูปแบบอื่น ๆ ครอบคลุมการ บรรยายพิเศษเป็นครั้งคราว และการประชุมแก้ปัญหาตนเองภายใน , ประการที่สอง การพัฒนาบุคลากรในสาย วิชาการ จะมุ่งไปที่การเป็นจุดใหญ่ อันได้แก่ งานเอกสารและข้อมูล และงานส่งเสริมความชำนาญในงาน ซึ่ง ประกอบไปด้วย การประชุมสัมมนา/อภิปราย/ฝึกปฏิบัติการ ฯลฯ การให้คำปรึกษาเรื่องการวางแผนการงาน/ เทคนิคการสอน/การประเมินผล การจัดเตรียมอุปกรณ์ และการฝึกอบรมระยะสั้นๆ การฝึกอบรมเพื่อรับ วุฒิบัตรหรือปริญญา โดยรูปแบบวิธีการดำเนินการจัดกิจกรรมการพัฒนาบุคลากร จะต้องให้สอดคล้องและมีความเหมาะสมกับโครงสร้างขององค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานแก่

บุคลากร ซึ่งหลักการและแนวคิดที่สำคัญๆ และเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและสอดคล้องกับนโยบายแผนการดำเนินงาน อันได้แก่กิจกรรมทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านที่หนึ่ง การปฐมนิเทศ ธงชัย สันติวงษ์ (2531) ได้ศึกษาวิจัยและค้นพบว่า การปฐมนิเทศ เป็นกิจกรรมทางด้านการบริหารงานบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการพยายามแนะนำพนักงานใหม่ให้ได้ รู้จักหน่วยงานและให้รู้จักงานในหน้าที่ที่บุคคลนั้นต้องทำตลอดจนรู้จักผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน โดย วิธีการปฐมนิเทศนี้อาจจะมีการกระทำแตกต่างกันที่จะได้รับผลเพียงใดขึ้นอยู่กับความเข้าใจเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์และปัญหาที่ต้องการทำการปฐมนิเทศ ซึ่งหากได้เข้าใจแล้วก็จะช่วยให้มีโอกาสกระทำได้อย่างถูกต้อง , ด้านที่สอง การฝึกอบรม ในส่วนของด้านของการฝึกอบรมนั้น นพพงษ์ บุญจิตราดุล (2527) ได้ทำการศึกษา ค้นคว้าและวิจัย ค้นพบว่า การฝึกอบรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาบุคลากร เป้าหมายของการฝึกอบรมในการ พัฒนาบุคลากรนั้น ก็เพื่อเป็นการแก้ปัญหาการทำงานที่ด้อยประสิทธิภาพ เสริมสร้างสมรรถภาพในการทำงาน เตรียมบุคลากรให้มีความพร้อมที่จะรับตำแหน่งที่สูงขึ้นหรืองานที่จะได้รับมอบหมายในอนาคต และเพื่อสร้าง ความเข้าใจของการสื่อสารสำหรับคนในระดับเดียวกันหรือต่างระดับกันจะทำให้เกิดการประสานงานและ ร่วมมือกันได้ดีขึ้น , ด้านที่สาม การประชุมเชิงปฏิบัติการนั้น ภิญโญ สาร (2517) ได้มีการอธิบายและ ศึกษาวิจัยไว้ซึ่งสรุปได้ว่า ประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) นั้นเป็นการให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฟังการ บรรยายในภาคเช้า ในภาคบ่ายเป็นการฝึกปฏิบัติตามทฤษฎีที่ได้เรียนรู้อย่างเต็มที่ซึ่งเหมือนกับได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎี อย่างเต็มที่ทันทีที่ได้เรียนรู้อย่างใหม่โอกาสจะเข้าใจและจำได้จึงมีมาก , ด้านที่สี่ การสัมมนาทางวิชาการ คำว่า สัมมนา ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 มีความหมายดังนี้ การสัมมนา คือ การประชุม เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็น เพื่อหาข้อสรุปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ผลของการสัมมนาถือว่าเป็นเพียง ข้อเสนอแนะผู้เกี่ยวข้องจะนำไปปฏิบัติตามหรือไม่ก็ได้ โดยสุปราณี ตรีฉัตรภิมุข (2524) ได้ค้นพบจากการ ศึกษาวิจัยว่า การสัมมนา เป็นการอภิปรายเป็นกลุ่มในระหว่างบุคคลที่มีประสบการณ์มาก โดยการแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ส่วนมากหัวข้อสัมมนามักจะได้แก่เรื่องที่ยังไม่เคยเตรียมกันมาก่อน แต่เป็นหัวข้อ สั้นๆเฉพาะที่ควรจะต้องก่อให้เกิดข้อสงสัยหรือให้ความช่วยเหลือในเรื่องสวัสดิการบ้าง ข้อบกพร่องทางการบริหารบ้าง การสัมมนาทางวิชาการส่วนใหญ่เป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ในปัญหาต่าง ๆ มากกว่าที่ จะมุ่งเน้นด้านทฤษฎีหรือหลักการโดยตรง ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 1-3 วัน ผู้เข้าร่วมสัมมนาต้องทำหน้าที่ ร่วมกัน คือ เป็นทั้ง “ผู้รับ” หรือ “ผู้ให้” กล่าวคือ เป็นผู้ฟังความคิดเห็นหรือข้อเท็จจริงจากสมาชิกหรือ วิทยากร และเป็นผู้ให้ความคิดเห็นและข้อเท็จจริงอันจะนำไปสู่การแก้ปัญหาด้วยกัน ผู้เข้าร่วมสัมมนาจึงจะต้อง ใช้วิธีการแก้ปัญหาอย่างถูกต้อง และมีความพยายามสร้างบรรยากาศทางวิชาการและความเป็นกันเองมากที่สุด เป้าหมายที่สำคัญของการสัมมนาบางทีมิได้อยู่ที่การสรุป ข้อเสนอแนะสำหรับการแก้ปัญหาอย่างเดียว หากอยู่ที่ 152 กระบวนการของการสัมมนาด้วยว่า สมาชิกทุกคนได้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา มีการแสดงความคิดเห็นอันจะ เป็นประโยชน์ต่อการแก้ปัญหา มีความคิดใหม่ๆสร้างเสริมให้สมาชิก ดังนั้นการสัมมนาทางวิชาการของ บุคลากรเป็นการจัดให้บุคลากรกลุ่มหนึ่งเข้าประชุมกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ อภิปราย พิจารณา สาระสำคัญและสรุปประเมินผลว่าควรจะแก้ปัญหาอย่างไร , ด้านที่ห้า การส่งเสริมให้บุคลากรได้มี

โอกาสศึกษาต่อ เป็นกิจกรรมที่สำคัญประการหนึ่งในกระบวนการบริหารบุคคลสมัยใหม่ที่เสริมสร้างความรู้ให้กับบุคลากร โดย ภิญญู สาธ (2517) ได้ค้นพบจากงานวิจัยว่า วิธีการพัฒนาบุคลากรระหว่างการทำงาน ปฏิบัติงาน เกี่ยวกับการส่งเสริมให้บุคลากรในการศึกษาต่อไว้ 2 วิธี คือ วิธีแรกให้ไปศึกษาต่อในสถานศึกษา นอกเวลาทำงานหรือใช้เวลาบางส่วนของการทำงานไปรับการศึกษ (Outside courses) เป็นการที่หน่วยงาน อนุญาตให้บุคลากรไปศึกษาวิชาที่หน่วยงานต้องการจากสถานศึกษาในตอนบ่ายหรือค่ำ เช่น การให้ไปเรียน พิมพ์ดีดเพิ่มเติม หรือการเรียนเพิ่มเติมโดยการติดต่อเป็นพิเศษกับสถานศึกษา , วิธีที่สอง ให้ไปศึกษาใหม่หรือ ศึกษาเพิ่มเติม (Retraining or Upgrading) เป็นการเพิ่มคุณวุฒิของบุคลากรให้มีความรู้ดีขึ้นหรือให้ได้รับความรู้ใหม่ เพราะ วิธีทำงานหรือเครื่องมือปฏิบัติงานเปลี่ยนใหม่ การให้ไปศึกษาและดูงานในต่างประเทศก็ จัดเป็นการพัฒนาบุคลากร หน่วยงานต้องหาทางส่งบุคลากรไปศึกษาต่อเพิ่มเติม โดยอาจส่งไปศึกษาต่อทั้งภายในประเทศหรือต่างประเทศก็ได้ , ด้านที่หก การศึกษาดูงานนอกสถานที่ วิวรรณ ธาธาภิญูโชติ (2560) ได้ทำการค้นคว้าซึ่งพบว่า การศึกษาดูงานนอกสถานที่เป็นการไปเรียนรู้จากของจริง เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ จากสถานที่จริงเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรของตนเอง ในภาษาอังกฤษ ใช้คำว่า filed trip หรือ study trip หมายถึง การไปศึกษาจากของจริง หลังจากได้เรียนรู้เรื่องทฤษฎีมาแล้ว ส่วนใหญ่ใช้ filed trip กับนักเรียน นักศึกษา เป็นการไปเปิดหูเปิดตา นอกห้องเรียน และใช้ study trip สำหรับการดูงานของผู้ที่ทำงานแล้ว และ ด้านที่เจ็ด การแต่งตั้งโยกย้ายสับเปลี่ยนหน้าทำการงาน การโอนย้าย ว่าหมายถึง การมอบหน้าที่ใหม่ให้แก่ บุคลากร โดยบุคลากรยังคงได้รับเงินเดือนหรือค่าจ้างเท่าเดิม มีสถานภาพและความรับผิดชอบในงานเท่าเดิม ซึ่งการโอนย้ายเป็นการเปลี่ยนงานในทางราบจากหน้าที่หนึ่งไปยังอีกหน้าที่หนึ่ง จะแตกต่างจากการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งซึ่งเป็นการเปลี่ยนงานในแนวตั้งทั้งในด้านตำแหน่งและความรับผิดชอบ โดยอุทัย หิรัญโต (2531) ได้ทำการศึกษาวิจัยที่ค้นพบและสอดคล้องกันว่าการเลื่อนตำแหน่งฐานะจำเป็นต้องมีอยู่เสมอ ทั้งนี้ เพราะระยะเวลาการทำงานของบุคลากรต้องสิ้นสุดในวาระใดวาระหนึ่ง จึงจำเป็นต้องให้บุคคลอื่นมาดำรง ตำแหน่งนั้นมาแทน กระทำโดยเลื่อนบุคคลที่อยู่ในระดับต่างชั้นมาเรียกว่า “การเลื่อนตำแหน่ง” หรือแต่งตั้ง บุคคลอื่นที่มีฐานะเท่าเทียมกับผู้ที่จะต้องหมดหน้าที่จากตำแหน่งนั้นมาแทนซึ่งเรียกว่า “ย้าย” การเลื่อน ตำแหน่งฐานะแสดงให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าอาชีพ และถือว่าเป็นสิ่งจูงใจอย่างหนึ่งในอันที่จะให้บุคคล พัฒนาตัวเองเพื่อรับผิดชอบในตำแหน่งที่สูงขึ้น ในขณะที่อุทัย หิรัญโต และมนตรี เจนวิทย์การ (2510) ค้น พบว่าการโอนย้ายควรอาศัยหลักการ ดังนี้ หลักการที่หนึ่ง การย้ายข้าราชการภายในองค์กรหรือหน่วยงาน หรือการย้ายไปดำรงตำแหน่งในหน่วยงานอื่น ควรพิจารณาให้ล่องแต่ก่อนว่าเป็นผู้มีคุณสมบัติเหมาะสมกับ องค์กรหรือหน่วยงานที่จะไปดำรงตำแหน่งนั้นหรือไม่เพราะถ้าย้ายไปไม่เหมาะสมแล้ว จะเกิดความเสียหายแก่ ราชการและตัวข้าราชการเอง , หลักการที่สอง การโอนย้าย ควรให้ความเป็นธรรมเสมอหน้ากันโดยพยายาม สับเปลี่ยนกันบ้างในระหว่างผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นที่เจริญกับท้องถิ่นกันดาร ทั้งนี้เพื่อกำจัดคำครหาว่าเลือกที่รักมักที่ ชัง , หลักการที่สาม วิธีการโอนย้ายควรมีความยืดหยุ่น การใช้วิธีใดวิธีหนึ่งย่อมไม่เป็นผลดีเสมอไป , หลักการที่ สี่ การโอนย้ายควรพิจารณาภูมิหลังของผู้นั้น ในเรื่องวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณี

ภาษาพูด สภาพ ครอบครัวและอื่นๆ และ หลักการที่ห้า ควรถามความสมัครใจของบุคลากรถ้าสามารถกระทำได้ จะเห็นได้ว่า การแต่งตั้ง โยกย้าย สับเปลี่ยนหน้าที่การงาน จะเป็นกระบวนการที่สำคัญกระบวนการหนึ่งในการพัฒนา บุคลากร เพื่อเป็นการเปิดโอกาสและส่งเสริมความก้าวหน้า รวมทั้งเป็นการใช้คนให้เหมาะสมกับงานของ 153 องค์กร ทำให้บุคลากรได้รับประสบการณ์รอบรู้ในงานที่กว้างขวางขึ้นและประสบความสำเร็จในอาชีพอันเป็น การเสริมสร้างกำลังใจให้กับบุคลากรวิธีหนึ่งด้วย ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยการพัฒนาบุคคลที่ส่งผลต่อการเพิ่มผลการปฏิบัติงานนั้นมีด้วยกัน หลายปัจจัย เช่น การฝึกอบรม การศึกษาต่อ การไปศึกษาดูงาน การจัดกิจกรรมที่เพิ่มความรู้ อาทิเช่น การจัด ประชุมทางวิชาการ การจัดสัมมนาทางวิชาการ เป็นต้น รวมทั้งการโอน การย้าย ตำแหน่งที่บุคคลสามารถไป ปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี ก็จะช่วยส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีการพัฒนาตนเองที่สามารถเพิ่มผลการ ปฏิบัติงานให้แก่องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาบุคคลที่ส่งผลต่อการเพิ่มผลการปฏิบัติงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human resource development) โดยมีนักวิชาการหลายท่านให้ คำจำกัดความไว้ดังนี้

เนาวรัตน์ พลายน้อย (2527, หน้า 93) ให้ความหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่าเป็น กระบวนการต่อเนืองที่ทำให้คนมีความสมบูรณ์ทั้งกำลังกาย กำลังความคิด มีขีดความสามารถสูงขึ้นในทุกๆ ด้าน อันจะยังประโยชน์ต่อทั้งตนเอง ครอบครัว สังคมและประเทศชาติ โดยเป้าหมายแท้จริงของการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์อยู่ที่การใช้ทรัพยากรมนุษย์ที่พัฒนาแล้วให้ไปปฏิบัติงานหรือภารกิจ เพื่อการพัฒนาประเทศ

แนดเลอร์ (nadler, 1980, หน้า 4-5 อ้างถึงใน เด่นดวง คาดตรง 2544 : 18) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นการดำเนินการให้พนักงานได้ประสบการณ์และเรียนรู้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งในอันที่จะนำมาปรับปรุงความสามารถในการท างานและส่งเสริมความก้าวหน้าของพนักงาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตาม แนวคิดของแนดเลอร์ มิได้หมายถึงเฉพาะการฝึกอบรมเท่านั้น ยังหมายถึงการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่เกิดจาก การจัดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่กำหนดเฉพาะเจาะจง

และได้รับการออกแบบที่จะนำไปสู่ความเป็นไปได้ของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ได้แบ่งกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ

1. การศึกษา หมายถึง กิจกรรมที่มีความมุ่งหมายในการที่จะเสริมสร้างความรู้ความชำนาญ ค่านิยม ทางศีลธรรมและความ เข้าใจที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตอยู่ เพื่อให้ผู้รับการศึกษาสามารถใช้ชีวิตอยู่และ ทำประโยชน์แก่สังคมได้ สำหรับผู้ปฏิบัติงานอยู่แล้วการศึกษา หมายถึง กิจกรรม ด้านการพัฒนาคนที่กำหนดขึ้นเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพ การท างานในภาพรวมของเจ้าหน้าที่ นอกเหนือจากการเน้นเฉพาะ งานที่กำลังทำอยู่ปัจจุบัน

2. การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการปรับเปลี่ยนทัศนคติความรู้และความชำนาญเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่ทำงานอยู่ปัจจุบัน ซึ่งอาจรวมทั้งการเตรียมให้ผู้ปฏิบัติงานที่มีความพร้อมที่จะ เลื่อนขึ้นไปดำรงตำแหน่งสูงขึ้นในงานที่มีลักษณะอย่างเดียวกันด้วย

3. การพัฒนา หมายถึง การทำให้เกิดความ เจริญก้าวหน้าหรือความสำเร็จในการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถทั้งโดยการเรียนรู้ในทางตรงและทางอ้อม และ เรียนรู้จากประสบการณ์หรือการให้คำปรึกษาแนะนำสอนงานหรือโดยวิธีอื่นซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อ ผู้ปฏิบัติงานและต่อองค์กร

สุนันทา มิ่งเจริญพร (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กับผลการดำเนินงานของ องค์กร กรณีศึกษาธนาคารออมสิน ส นักงานใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า ธนาคารออมสิน ส นักงานใหญ่ได้มีการจัด กิจกรรมพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่องในแต่ละเดือนและบุคลากรส่วนใหญ่ก็ได้เข้าร่วมกิจกรรม จึงทำให้ เห็นว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของธนาคารออมสิน ส นักงานใหญ่อยู่ในระดับสูง ทำให้บุคลากรเกิดความรู้ ู้ ทักษะในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น และองค์กรมองว่าบุคลากรเป็นตัวการสำคัญในการขับเคลื่อนให้องค์กรประสบ ความสำเร็จตามที่ตั้งใจไว้

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

Petersen และ Plowman (1953 อ้างถึงใน ฐาปณี สังขวิจิตร, 2562) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน โดยมี การสรุปองค์ประกอบของประสิทธิภาพไว้ 4 ข้อ ดังนี้

1) คุณภาพของงาน (Quality) หมายถึง งานจะต้องมีคุณภาพสูง โดยผู้ผลิตและผู้ใช้จะต้องได้ประโยชน์ที่คุ้มค่า และมีความพึงพอใจ ผลการทำงานจะต้องมีความถูกต้องได้มาตรฐาน รวดเร็ว และก่อให้เกิด ประโยชน์ต่อองค์กรและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ที่มารับบริการ

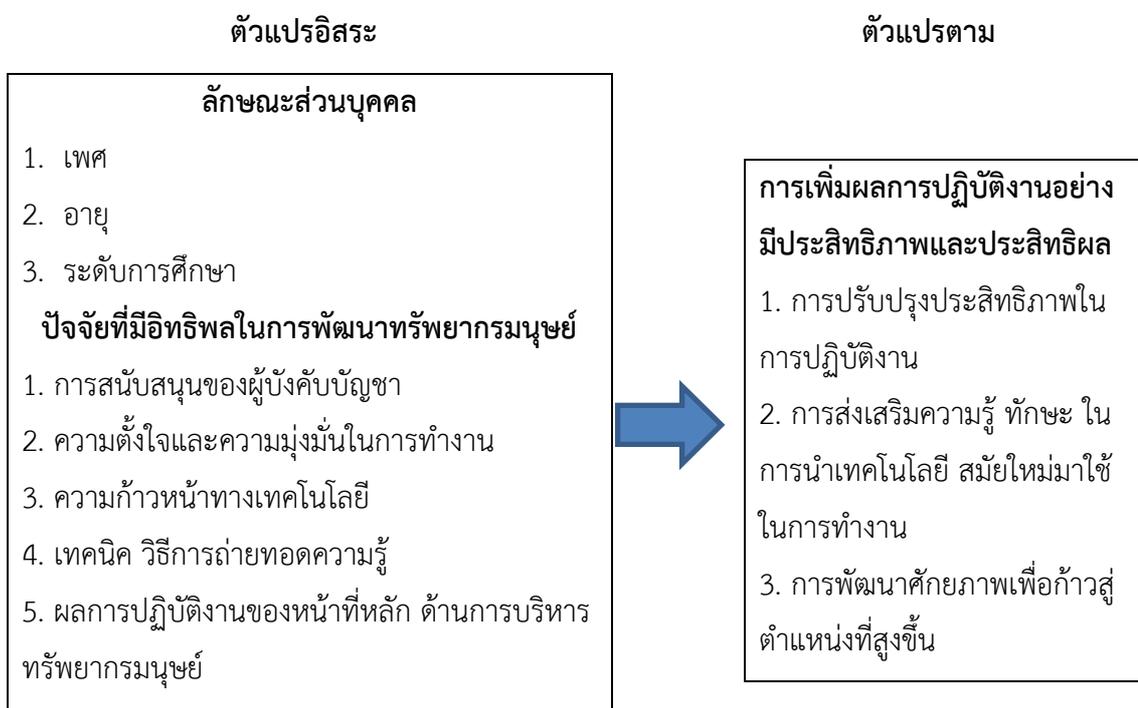
2) ปริมาณงาน (Quantity) หมายถึง งานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามเป้าหมายของหน่วยงาน โดยผลงานที่ปฏิบัติได้นั้นจะต้องมีปริมาณงานที่เหมาะสมตามแผนงานที่ได้กำหนดหรือเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ และควรมีการกำหนดระยะเวลาหรือวางแผนบริหารเวลาเพื่อให้ได้ปริมาณงานตามเป้าหมายที่มีการกำหนดไว้ โดยผลงานที่ออกมาจะต้องสอดคล้องกับอัตรากำลังคนในหน่วยงาน มีการสำรวจวัสดุอุปกรณ์ก่อนใช้ทุกครั้งและมี การเก็บวัสดุอุปกรณ์ไว้ในจำนวนที่เหมาะสม

3) เวลาที่ใช้ในงาน (Time) หมายถึง เวลาที่ต้องใช้ในการดำเนินงานจะต้องมีการกำหนดอย่างเหมาะสมตามลักษณะของงาน มีการพัฒนาเทคนิคการทำงานให้มีความสะดวกและรวดเร็วมาก

ขึ้น ผลงานเสร็จตามกำหนดเมื่อเทียบกับความยากง่ายของงาน ใช้เวลาในการปฏิบัติงานน้อย การส่งมอบตรง ตามกำหนด และพนักงานทำงานถูกต้องรวดเร็ว

4) ค่าใช้จ่าย (Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายของส่วนดำเนินงานทั้งหมดจะต้องมีความเหมาะสมกับงาน โดยจะต้องลงทุนให้น้อยที่สุดและได้ผลกำไรมากที่สุด และประสิทธิภาพในด้านค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน คือ การใช้ทรัพยากรด้าน บุคคลวัสดุ เทคโนโลยี และการเงินที่มีอยู่อย่างประหยัดและคุ้มค่าที่สุด มีการวางแผน ก่อนเริ่มงานเพื่อขจัดความซับซ้อนในการลดต้นทุนของการผลิต นำความรู้จากการฝึกอบรมมาใช้ในงานโดย ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และให้ความร่วมมือในการประหยัดพลังงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน (ที่มา: <https://webportal.bangkok.go.th>) ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง 250 ราย สำหรับการเก็บกลุ่มตัวอย่างใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้เพื่อเก็บรวบรวม ตั้งแต่งเดือน สิงหาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2564 โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษานี้มี 3 ตอน ดังนี้

1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

2. ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาบุคคลที่ส่งผลต่อการเพิ่มผลการปฏิบัติงานขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา ความตั้งใจและความมุ่งมั่นในการทำงาน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เทคนิค วิธีการถ่ายทอดความรู้ ผลการปฏิบัติงานของหน้าที่หลัก ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรสังกัดเขตทวีพัฒนา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ การปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน การส่งเสริมความรู้ ทักษะ ในการนำเทคโนโลยี สมัยใหม่มาใช้ในการทำงาน การพัฒนาศักยภาพเพื่อก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลบุคลากรสังกัดเขตทวีพัฒนา กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 143 คน (ร้อยละ 57.20) อายุ 35-45 ปี จำนวน 75 คน (ร้อยละ 30.00) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 112 คน (44.80)

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มผลการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสังกัดเขตทวีพัฒนา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา ความตั้งใจและความมุ่งมั่นในการทำงาน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เทคนิค วิธีการถ่ายทอดความรู้ ผลการปฏิบัติงานของหน้าที่หลัก ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มผลการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสังกัดเขตทวีพัฒนา กรุงเทพมหานคร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มผลการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา	3.64	.526	มาก
ความตั้งใจและความมุ่งมั่นในการทำงาน	3.98	.358	มาก
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	3.71	.544	มาก
เทคนิค วิธีการถ่ายทอดความรู้	4.02	.713	มาก
ผลการปฏิบัติงานของหน้าที่หลัก ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	3.57	.459	มาก
รวม	3.78	.520	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มผลการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสังกัดเขตทวีพัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = .520) เมื่อ

พิจารณารายด้านพบว่า เทคนิค วิธีการถ่ายทอดความรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = .713) รองลงมาคือความตั้งใจและความมุ่งมั่นในการทำงาน ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = .358) รองลงมาคือความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = .544) รองลงมาคือการสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = .526) รองลงมาคือผลการปฏิบัติงานของหน้าที่หลัก ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = .459) เป็นลำดับสุดท้าย

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ การปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน การส่งเสริมความรู้ ทักษะ ในการนำเทคโนโลยี สมัยใหม่มาใช้ในการทำงาน การพัฒนาศักยภาพเพื่อก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิด
การปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	3.86	.742	มาก
การส่งเสริมความรู้ ทักษะ ในการนำเทคโนโลยี สมัยใหม่มาใช้ในการทำงาน	4.11	.453	มาก
การพัฒนาศักยภาพเพื่อก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น	4.23	.621	มาก
รวม	4.06	.605	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = .605) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การพัฒนาศักยภาพเพื่อก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = .453) รองลงมาคือการส่งเสริมความรู้ ทักษะ ในการนำเทคโนโลยี สมัยใหม่มาใช้ในการทำงาน ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = .621) รองลงมาคือการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = .742) เป็นลำดับสุดท้าย

อภิปรายผล

1.ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มผลการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = .520) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า เทคนิค วิธีการถ่ายทอดความรู้ มากที่สุด อาจเป็นเพราะบุคลากรคิดว่าการสื่อสารที่ชัดเจน บุคลากรจะมีทิศทางในการปฏิบัติที่ตรงกันเป็นการเพิ่มผลการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพได้ และมีอิทธิพลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จิตติมา อัครธิตพิงส์ (2556) ที่

กล่าวว่าวิธีการและเทคนิคการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่นำมาใช้ในการพัฒนาสามารถดำเนินการได้หลายวิธี โดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ กลุ่มผู้เข้ารับการพัฒนา ระยะเวลา งบประมาณ การเลือกใช้วิธีการและเทคนิคที่เหมาะสมจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่ต้องการ หรือเสริมสร้างความรู้ ความสามารถทักษะ ทักษะที่ดีต่อการปฏิบัติงานและแก้ไขปัญหาการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรสังกัดเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = .605) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การพัฒนาศักยภาพเพื่อก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ยุทธศักดิ์ ชูประเสริฐ (2563) ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลกู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด โดยพบว่าพนักงานมีแรงจูงใจในระดับมาก ในด้านความสำเร็จในการทำงาน รองลงมาคือด้านลักษณะงานที่ทำ ส่วนด้านการยอมรับนับถืออยู่ในระดับน้อยที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการกำหนดเป้าหมายการทำงานที่ให้เป็นระบบ มีแนวทางที่ชัดเจน การประเมินผลการปฏิบัติงาน
2. ควรมีการศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงาน และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กร เพื่อทราบว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ช่วยให้บุคลากรมีความรัก ความผูกพันกับองค์กร

เอกสารอ้างอิง

- จิตติมา อัครธิตินงค์. (2556). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. ใน เอกสารประกอบการสอนวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ฐาปณี สังขวิจิตร. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 25. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ยุทธศักดิ์ ชูประเสริฐ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลกู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุนันทา เลานันทน์. (2546). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: ชนะการพิมพ์.

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีสุขภาพจิตที่ดี

Factors Influencing the Good Mental Health

สงวงศ์ เศรษฐวัฒนา

Sawong Savahwattana

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยปทุมธานี

Faculty of Business Administration, Patumthani University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อค้นคว้าหาความจริงเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่เอื้ออำนวยต่อการมีสุขภาพจิตที่ดี การวิจัยนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ 1 การได้มาจากเอกสาร หนังสือ และการสังเกตการณ์ ของผู้วิจัย ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ โดยการจำแนกแยกแยะเป็นประเภท การทำข้อมูลให้เป็นระบบระเบียบ

การเอาข้อมูลมาเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน การบรรยายความและการสรุปลงเอย สิ่งที่ค้นพบที่สำคัญได้แก่สิ่งต่อไปนี้ 1.พ่อแม่ควรอบรมบ่มเพาะลูกๆของตนในลักษณะที่เอื้ออำนวยให้เกิดมีสุขภาพจิตที่ดีคือ 2.ประชาชนควรจะมีความรู้ความเข้าใจเรื่องสิ่งที่จะช่วยลดความเครียดและสิ่งที่จะทำให้ความเครียดเกิดขึ้นและ 3.ประชาชนควรจะมีข้อหรือปฏิบัติตนในลักษณะ ต่อไปนี้ 1.การให้คุณค่าแก่ตนเอง 2.การดูแลร่างกายของตน 3.การล้อมรอบด้วยบุคคลที่มีสุขภาพจิตที่ดี 4.การรู้จักให้การช่วยเหลือแก่ผู้อื่น 5.การรู้จักจัดการกับความเครียด 6.การทำใจให้สงบ 7.การตั้งเป้าหมายที่ปฏิบัติได้จริง 8.การทำลายความน่าเชื่อถือให้ลดน้อยถอยลง 9.การหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และยาเสพติดต่างๆ 10.การขอความช่วยเหลือเมื่อมีความจำเป็น

คำสำคัญ: ปัจจัยต่างๆ สุขภาพจิตที่ดี

Abstract

This study was mainly designed to ascertain the factors favorable to the good mental health

The study was qualitative in nature. The needed data were collected from documents, books and observations. All the collected data were analyzed by means of categorizing, synthesizing and describing. The major findings were as follows: (1) Parents should socialize their children in such a way that is conducive to good mental health. (2) People should gain insight into the stress drainers and the stress enhancers. (3) People should get involved into the following things: 1) Value yourself. 2) Take care of your body. 3) Surround yourself with good people. 4) Give yourself.

5) Learn how to deal with stress. 6) Quiet your mind. 7) Set realistic goals. 8) Break up your monotony. 9) Avoid alcohol and other drug.. And 10) seek help if necessary.

Keywords: factors; good mental health.

บทนำ

ความมั่งคั่งในทรัพย์สิน สมบัติ และความสุข ไม่ได้ไปด้วยกันเสมอ มีคนเป็นจำนวนมากที่เป็นผู้ร่ำรวย และมีทรัพย์สินทุกอย่างแต่ก็ไม่ได้มีความสุขในชีวิตเลย เหตุผลที่เป็นเช่นนั้นเป็นเพราะว่าความสำเร็จทางโลก (earthly success) เต็มไปด้วยอันตรายและความวิตกกังวลต่างๆมากมาย ถ้าบุคคลไม่มีองค์ประกอบของความสุข (Elements of happiness) ในตัวเขาเอง เขาก็ไม่อาจจะมีความสุขได้ (Lubbock, 1995) องค์ประกอบของความสุขที่สำคัญอย่างหนึ่งก็คือ การมีความสุขสงบสุขในจิตใจ หรือ การมีสุขภาพจิตที่ดีนั่นเอง กล่าวอีกนัยหนึ่ง ความผาสุกของมนุษย์อยู่ที่จิตใจนั่นเอง ถ้าบุคคลมีจิตใจที่สงบ หรือ มีสุขภาพจิตที่ดี บุคคลก็จะมีความสุขได้ถึงแม้จะไม่มีเงินทอง ข้าวของหรือทรัพย์สินสมบัติมากมายก็ตาม ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงตัดสินใจที่ทำการศึกษาวิจัยในเรื่อง สุขภาพจิตที่ดี โดยเจาะลงไปในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งเสริมให้มีสุขภาพจิตที่ดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. วัตถุประสงค์หลักของการวิจัยนี้ก็คือเพื่อจะค้นหาความจริงว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีสุขภาพจิตที่ดีนั้น ที่สำคัญมีอะไรบ้าง
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการนำสิ่งที่ค้นพบไปใช้ปฏิบัติ เพื่อให้ประชาชนคนไทยมีสุขภาพจิตที่ดี และมีความสุขในชีวิตอย่างแท้จริง

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ(qualitative research) คุณลักษณะที่สำคัญของการวิจัยเชิงคุณภาพมีมากมายหลายอย่าง อาทิเช่น ไม่มีการสร้างค่านิยามขึ้นมาเหมือนการวิจัยเชิงปริมาณ ข้อมูลมีลักษณะเป็นการบรรยายอธิบายความเท่านั้น ความน่าเชื่อถือ หรือ เทียง (reliability) ของข้อมูล ใช้วิธีการอนุมานเอาเองโดยผู้วิจัย ความตรง(validity) ของข้อมูลโดยการตรวจสอบเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง การเลือกตัวอย่างอาศัยการพิริจ พิจารณา (Judgment) ของผู้วิจัยเอง เหล่านี้เป็นต้น สำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยอาศัยข้อมูลมาจาก บทความวิจัย เอกสารและหนังสือวิชาการและ You Tube จำนวนหนึ่ง โดยใช้หลักเกณฑ์ว่า ข้อมูลนั้นทันสมัย ถูกต้อง มีความตรงและความเที่ยงอยู่ในระดับสูง

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างโดยจงใจ หรือ โดยใช้ข้อพิณิจฉัยของตนเอง กล่าวคือ เมื่อเห็นว่าบทความวิจัยใด เอกสารใด หนังสือใดมีเนื้อหาสาระหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจิตก็พยายามเลือกมารวมกันได้ประมาณ 10 รายการ เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกก็คือ จะต้องเป็นรายงานวิจัยที่ดีจะเป็นหนังสือหรือเอกสารที่เป็นทางการและเนื้อหาสาระในยูทูปที่ถ่ายสด

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

กล่าวโดยทั่วไปแล้ว วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ(qualitative research methods) มีไม่น้อยกว่า 15 ชนิด วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจึงหลากหลายมาก สำหรับการวิเคราะห์ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ต่อไปนี้คือ การจำแนกแยกแยะเป็นประเภทต่างๆ การทำข้อมูลหรือเนื้อหาให้เป็นระบบระเบียบการเอาเนื้อหามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน การสังเคราะห์ และการสรุปลงเอย โดยบอกเล่าหรือพรรณนาความ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยก็ทำการวิเคราะห์ในรูปของ การจำแนกแจกแจงเป็นประเภทการทำข้อมูลหรือเนื้อหาให้เป็นระบบ การเอาเนื้อหาเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน การบรรยาย ความและการสรุปลงเอยผลของการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรก เป็นเรื่องของการนำเสนอเกี่ยวกับสิ่งที่เพิ่มความเครียดและสิ่งที่ช่วยลด ความเครียด กลุ่มที่สอง เป็นเรื่องเกี่ยวกับการปฏิบัติตนทั่วไปเพื่อส่งเสริมให้มีสุขภาพจิตที่ดี กลุ่มที่สาม เป็นเรื่องวิธีการอบรมบ่มเพาะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยเด็ก เพื่อให้กลายเป็นผู้ใหญ่ที่มีสุขภาพจิตที่ดี ถ้าบุคคลมีสุขภาพจิตที่ดีในวัยเด็ก โอกาสที่เป็นผู้ใหญ่ที่มีสุขภาพจิตที่ดีจะมีสูงเพราะว่าสิ่งที่บ่มเพาะในวัยเด็กจะติดยาวนาน ตามที่ ชิกมัน พรอยด์ เคยกล่าวไว้ ในเรื่อง que เพิ่มความเครียด และสิ่งที่ลดความเครียดมีดังนี้สิ่งที่ช่วยเพิ่ม **ความเครียด** ได้แก่สิ่งต่อไปนี้กาแฟ (caffeine) การไม่ออกกำลังกาย การชอบโต้เถียงหรือทะเลาะกับผู้อื่น การชอบขัดจังหวะ การตื่นเต้นกับสิ่งใดมากเกินไป การมีน้ำหนักเกินพอดีการมีหมายกำหนดการในแต่ละวันมากเกินไป การกล่าวคำว่า "es" ในลักษณะที่ฝืนความรู้สึก การไม่ใช้เวลาไปเล่นสนุกสนาน การใช้จ่ายเสพติด การวิตกกังวลเป็นประจำการวิเคราะห์หอะไรมากเกินไป การพยายามเปลี่ยนนิสัยผู้อื่น การพยายามเอาใจผู้อื่นเกินเหตุ การมีความรู้สึกกระวนกระวายใจอยู่ตลอดเวลา การใช้ชีวิตแบบไร้ความหมายและการชอบทำงานคั่งค้างหรือไม่สำเร็จ ส่วนสิ่งที่ช่วยลด ความเครียดหรือช่วยเพิ่มพลังงานให้แก่เราได้แก่สิ่งต่อไปนี้ การรู้จักพูดความจริง การมีเวลาเล่นกับเด็กๆ การเป็นคนซื่อสัตย์ ทำอะไรไม่คั่งค้าง ชอบอ่านหนังสือดีๆ รักษาความมั่นใจสัญญาต่อตัวเองการเป็นคนรู้บุญคุณของผู้อื่น การรู้จักสวดมนต์ไหว้พระเป็นประจำสม่ำเสมอหรือการนั่งสมาธิ การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย การรับประทานอาหารเสริมบางอย่าง การมีเวลาสนุกสนานกับเพื่อนๆ การมองโลกในแง่ดี การมีความเชื่อหรือศรัทธาในคำสอนของศาสนา การรู้จักบุญคุณของผู้ที่เคยช่วยเหลือเรา การพยายามพึ่งตัวเองให้มากที่สุด เมื่อทำงานใดก็พยายามทำให้แล้วเสร็จ การยอมปล่อย

วางสิ่งที่ไม่อาจจะควบคุมได้ ใช้เวลาออกกำลังกายเป็นประจำ การนวดร่างกาย การรู้จักประหยัดเงิน ไว้ใช้ในยามจำเป็น และการเฉลิมฉลองในโอกาสพิเศษต่างๆในเรื่องการปฏิบัติตนทั่วไปเพื่อให้มีสุขภาพจิตที่ดี มีคังต่อไป (University of Health Service, 2021)

1. การให้คุณค่าแก่ตัวเอง

การปฏิบัติต่อตัวเองด้วยความกรุณาและเคารพและหลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์ตัวเองใช้เวลาทำงานอดิเรก และทำโปรแกรมต่างๆที่ตัวเองชื่นชอบเป็นการเดินรำ การปลูกต้นไม้ในสวนและการเล่นเครื่องดนตรีบางอย่าง เป็นต้น

2. การดูแลร่างกายของตนเอง

พึงระลึกว่า "จิตใจที่ดีอยู่ในร่างกายที่แข็งแรง" เพราะฉะนั้นต้องดูแลตัวเองให้อยู่ในสภาพที่แข็งแรงเพื่อจะได้นำไปสู่การมีสุขภาพจิตที่ดี ในการที่จะให้มีร่างกายแข็งแรงได้นั้นควรจะได้รับประทานอาหารที่มีประโยชน์ หลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ ดื่มน้ำให้มากๆ ออกกำลังกายสม่ำเสมอ และพักผ่อนนอนหลับให้เพียงพอ

3. การห้อมล้อมด้วยบุคคลที่ดีที่มีสุขภาพจิตที่ดี

พยายามเลี่ยงการปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่มีการมึนงงหรือบุคคลที่ชอบอารมณ์ ถ้าเราไปปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่ใช้อารมณ์กับเราบ่อยๆอารมณ์ของเราจะเสียไปด้วยมันเป็นสิ่งที่ติดกันได้ (Contagious) พยายามเกี่ยวข้องกับบุคคลที่ให้กำลังใจแก่เรา บุคคลที่ไม่ชอบการซุบซิบนินทาใคร พยายามแสวงหาสมาชิกของครอบครัวและเครือข่ายติดต่อทั้งหมดทั้งเพื่อนฝูงที่ให้การสนับสนุนปกป้องคุ้มครองเรา นอกจากนี้ควรระวังแสวงหากิจกรรมต่างๆที่ท่านสามารถจะได้พบคนดีตามสถานที่ต่างๆเช่น สโมสร ชั้นเรียนและกลุ่มสนับสนุนอื่นๆ

4. การรู้จักให้ความช่วยเหลือผู้อื่น

มีสุขภาพจิตของจีน กล่าวไว้ว่า "ถ้าท่านอยากมีความสุข 1 ชั่วโมง ให้นอนงีบ ถ้าให้มีความสุข 1 วัน ให้ไปตกปลา ถ้าให้มีความสุข เดือน ให้แต่งงาน ถ้าให้มีความสุข 1 ปี ให้รับมรดกจากพ่อแม่ ถ้าให้มีความสุขตลอดชีวิตให้ช่วยเหลือผู้อื่นเพราะการช่วยเหลือผู้อื่นก็ดีเพราะการรู้จักทำงานอาสาสมัครก็ดี และการทำบุญสุทานก็ดี จะช่วยให้เรามีความสุข และสุขภาพจิตที่ดี

5. รู้จักวิธีการจัดการกับความเครียด

ในชีวิตของมนุษย์ท่านจะชอบหรือไม่ก็ตามท่านจะต้องพบกับความเครียดอย่างเลี่ยงไม่พ้น ท่านจึงจำเป็นต้องรู้วิธีการจัดการกับความเครียด เช่น การเล่นไทเก๊ก การออกกำลังกาย การออกไปเดินเล่น การเล่นกับสัตว์เลี้ยง การดูการแสดงที่ให้อารมณ์ขันแก่เราและการหัวเราะในสิ่งที่ขำขัน สิ่งเหล่านี้จะช่วยลดความเครียดลงได้ระดับหนึ่ง ที่จริงคำสอนของศาสนาเกี่ยวกับการปฏิบัติเพื่อลดความเครียดเพื่อลดความโกรธเกลียดก็มีมากมาย สมควรที่เราจะรับฟังและนำไปปฏิบัติ

6. การทำใจให้สงบ

การทำใจให้สงบที่ดีมากๆก็ได้แก่ การนั่งสมาธิ การสวดมนต์ไหว้พระ การละหมาด การวิจยมากมายระบุน การนั่งสมาธิและการสวดมนต์จะช่วยทำให้จิตสงบและมีชีวิตที่ยืนยาวอีกด้วยการไม่ติดยึดกับสิ่งใดมากเกินไป ก็ช่วยทำให้ใจสงบได้ศาสนาพุทธจึงสอนไม่ให้ติดยึดกับสิ่งใดมากเกินไปเพราะ

การติดขัดกับสิ่งใดมากเกินไป เมื่อสิ่งที่ติดขัดหรือคาดหวังไม่เกิดขึ้นทำให้เรารู้สึกเป็นทุกข์และเศร้าเสียใจ การติดขัดมากจะทำให้เสียใจหรือเป็นทุกข์มาก การดำเนินชีวิตในสายกลาง(middle path) น่าจะเหมาะสมที่สุด

7. การตั้งเป้าหมายที่ปฏิบัติได้จริง

ไม่ว่าจะเป็นเป้าหมายทางวิชาการทางวิชาชีพหรือ เป้าหมายส่วนตัวควรจะต้องตั้งไว้ในระดับที่ปฏิบัติได้จริง พยายามเขียนขั้นตอนต่างๆที่จำเป็นต่อการทำให้เป้าหมายนั้นบรรลุ ตั้งเป้าหมายสูงได้ แต่จะต้องเป็นเป้าหมายที่สามารถจะบรรลุได้จริงและ อย่าพยายามมีหมากำหนดการในลักษณะที่แออัดยัดเยียดหรือแน่นขนัด ถ้าทำให้แต่ละขั้นตอนของเป้าหมายบรรลุผลสำเร็จ ท่านจะเกิดมีความรู้สึกมีความสำเร็จ(a success of accomplishmen)และมีความรู้สึกที่ว่าตัวเองมีค่าความสุขใจและความพอใจจะเกิดขึ้นนั่นเท่ากับว่า ท่านได้ปฏิบัติตนในลักษณะที่ส่งเสริม

8. การทำลายความน่าเบื่อให้ลดน้อยถอยลง

โดยธรรมชาติของมนุษย์มนุษย์ต้องการความหลากหลาย(nced for variety) เพราะฉะนั้นไม่ควรจะทำอะไร ในลักษณะที่จำเจหรือซ้ำซาก การจะมีการปรับเปลี่ยนไปบ้างเพื่อบรรเทาความเบื่อหน่ายลง เช่น เปลี่ยนไปเป็นเดินเล่นบ้าง ไปดูภาพยนตร์บ้าง เปลี่ยนภัตตาคารที่เรารับประทานอาหารบ้างเป็นต้นสุขภาพจิต

9. หลีกเลี่ยงการตีมือตีเท้าที่มีแอลกอฮอล์และยาเสพติดต่างๆ

คนบางคนใช้เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หรือ ยาเสพติดบางอย่างเพื่อบรรเทาความเครียดหรือความเศร้าโศกเสียใจ แต่ที่จริงแล้ว ในท้ายที่สุด สิ่งเหล่านี้จะทำลายสุขภาพจิตของเราให้เลวร้ายลงไปอีกจึงจำเป็นที่จะต้องหลีกเลี่ยงโดยเด็ดขาด

10. ขอความช่วยเหลือเมื่อมีความจำเป็น

การขอความช่วยเหลือถือว่าเป็นจุดแข็งไม่ใช่จุดอ่อนแต่อย่างใด ถ้าเรามีปัญหาสุขภาพจิตเช่นมีความเครียดเรื้อรังและมีความรู้สึกซึมเศร้าเป็นประจำควรจะไปขอความช่วยเหลือจิตแพทย์หรือในกรณีของสังคมไทยซึ่งคนไทยส่วนใหญ่ไม่นับถือ ศาสนาพุทธ ควรจะไปขอความช่วยเหลือจากพระสงฆ์ที่บวชเรียนมายาวนานก็ได้ในกรณีที่มีปัญหาสุขภาพจิตไม่รุนแรงอาจจะถือ โอกาสไประบาย(Talk out) กับผู้ที่เรารักหรือนับถือก็ได้ ความทุกข์ทางใจก็สามารถบรรเทาเบาบางลงได้เช่นกัน

ความมั่นคงทางจิตใจ

ปัญหาอันแรกที่เราควรพิจารณา ก็คือ ที่เรียกว่า "สุขภาพจิตดี" หรือ "การมีความมั่นคงทางจิตใจ" ของบุคคลนั้นคืออะไร นักวิชาการเป็นจำนวนมาก พยายามจะหาเกณฑ์ ที่จะใช้วัดความมั่นคงทางจิตใจ หรือสุขภาพจิตในที่สุดปรากฏว่าเกณฑ์(criteria)ที่คิดค้น โดยจาโฮดา(Jahoda 1963)ถูกยอมรับกัน และนำไปใช้อย่างกว้างขวาง จาโฮดา อธิบายว่า ในการที่จะต้องตัดสินใจว่า ใครมีสุขภาพจิตดี หรือมีความมั่นคงทางจิตจิตใจดีหรือไม่เพียงใดนั้น สามารถจะอาศัยเกณฑ์ 3 ประการดังนี้

(1) ขนาดของความมากน้อยในการเข้าใจตนเอง อันนี้หมายถึงว่า บุคคลมีความเข้าใจแรงจูงใจ แรงขับความมุ่งปรารถนา และความต้องการของตนได้ดีเพียงไร

(2) บุคคลได้มีสำนึกแห่งตน(self-realization) หรือบรรลุการแห่งตน(self actualization) มากน้อยเพียงไร อันนี้หมายถึงว่า บุคคลสามารถจะมองเห็นได้อย่างถูกต้องตรงไปตรงมาเพียงไร บุคคลได้บรรลุความสำเร็จในสิ่งที่ตนต้องการหรือมุ่งหวังเพียงใด

(3) บุคคลมีบุคลิกภาพที่มีบูรณาการเพียงใด นั่นคือบุคคลที่มีบุคลิกภาพในลักษณะที่มีความสมดุลหรือไม่ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือบุคคลมีความยืดหยุ่นต่อการตอบสนองต่อความตึงเครียดต่างๆ หรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความตึงเครียดต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยไม่ทำให้การควบคุมทางอารมณ์ต้องสูญเสียไป

สาเหตุสำคัญบางประการของโรคจิตหรือความไม่มั่นคงทางจิตใจ

สาเหตุที่ทำให้มนุษย์เราเป็นโรคจิตก็ดี ไม่มีความมั่นคงทางจิตใจก็ดี มีมากมายหลายประการที่สำคัญมีดังนี้

1. ความตึงเครียด

โดยปกติแล้วมนุษย์เราจะได้รับสิ่งกระตุ้น(stimuli)อยู่ตลอดเวลาทีเดียว สิ่งกระตุ้นบางอย่างมีลักษณะในทางที่จะทำให้ความสมดุลของเราสูญเสียไปได้ ภาวะความตึงเครียดจะคงอยู่ต่อไปเรื่อยๆ จนกว่าจะมีการปรับตัวบางอย่างเพื่อให้สิ่งกระตุ้นที่สร้างความรำคาญให้แก่เรานั้นบรรเทาเบาบางลงไป บุคคลที่มีสุขภาพจิตดี มักจะเป็นผู้ที่มีความสามารถพิเศษ ในการที่จัดการกับสิ่งเร้าดังกล่าว ในที่สุดบุคคลก็จะกลับไปสู่ภาวะสมดุลตามเดิม แต่อย่างไรก็ดี มีบุคคลเป็นจำนวนไม่น้อยที่พ่ายแพ้ต่อภาวะความตึงเครียดทั้งหลาย กล่าวคือไม่สามารถจะจัดการกับภาวะความตึงเครียดได้ บางทีในขณะที่เพียรพยายาม จะแก้ปัญหาความตึงเครียด อันหนึ่งกลับก่อให้เกิดความตึงเครียดอีกอันหนึ่ง การที่บุคคลไม่อาจจะจัดการกับความตึงเครียดได้ ทำให้การตอบสนองของบุคคลออกมาในรูป "ผิดปกติ" นั่นก็คือการนำไปสู่ความผิดปกติทางจิตใจนั่นเอง

2. ความแข็งแกร่งและความอ่อนแอของอีโก้ (ego)

มนุษย์แต่ละคนมีแบบลักษณะของการมองสิ่งคุกคามต่างๆ ทางอารมณ์และเผชิญกับสิ่งคุกคามเหล่านั้นไม่เหมือนกัน แบบลักษณะจะเป็นอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับหลายสิ่งหลายอย่าง อาทิเช่น ลักษณะทางชีวภาพของบุคคล ลักษณะการอบรมบ่มเพาะ ตลอดจนประสบการณ์ในวัยต้นของชีวิตที่บุคคลได้รับมาเป็นต้น บุคคลแต่ละคนจึงมีระดับของความทนทานต่อสิ่งคุกคามต่างๆ ไม่เท่าเทียมกัน ความทนทานต่อสิ่งคุกคาม เรียกตามภาษาจิตวิทยาว่า "ความแข็งแกร่งของอีโก้"(ego strength) บางคนอาจจะมีความแข็งแกร่งของอีโก้ในระดับสูง จึงสามารถทนทานต่อความตึงเครียดต่างๆ ได้ดีกว่า ในขณะที่บางคนมีความแข็งแกร่งของอีโก้ในระดับต่ำ จึงมักจะพ่ายแพ้ต่อภาวะความตึงเครียดต่างๆ ในชีวิตได้ง่าย และมีโอกาสที่จะเป็นโรคจิตได้

3. ปัจจัยทางด้านกรรมพันธุ์

ศักยภาพในการพัฒนาทางด้านร่างกายก็ดี ทางด้านจิตใจก็ดี ถูกกำหนดโดยยีนส์ (genes) สิ่งแวดล้อมหรือการฝึกอบรมบ่มเพาะมีอิทธิพลอย่างมากในการที่จะทำให้ศักยภาพนั้นได้บรรลุเป้าหมายหรือไม่ ถึงแม้ว่าศักยภาพของมนุษย์อาจจะได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ ก็ตามขีดจำกัดของ

ความเจริญงอกงาม หรือพัฒนาทางค่านิยมหรือสุขภาพจิต ส่วนหนึ่งก็ถูกจำกัดมาแล้ว ตั้งแต่เกิดทีเดียว อย่างไรก็ตามไม่ได้หมายความว่า โรคจิตเป็นสิ่งที่ถูกถ่ายทอดทางกรรมพันธุ์แต่ประการใด (นอกจากความบกพร่องของจิตบางชนิด ที่ถ่ายทอดทางกรรมพันธุ์ได้) แต่กรรมพันธุ์เป็นผู้ให้แนวโน้ม (predisposition) ของการเป็นโรคจิตเท่านั้น ตัวอย่างเช่นโรคสคิซอพรีเนีย (schizophrenia) มีแนวโน้มที่จะเกิดกับบุคคลที่เกิดจากพ่อแม่ที่มียีนส์ด้อย (recessive genes) ทั้งคู่ และโรคนี้จะไม่ปรากฏให้เห็นนอกจากว่า บุคคลนั้นได้ประสบกับความตึงเครียดทางร่างกาย และจิตใจมากเป็นพิเศษ

4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

กล่าวโดยทั่วไปแล้ว พฤติกรรมทั้งหลายของมนุษย์มีจุดมุ่งไปที่เป้าหมาย และตัวที่กระตุ้นให้มนุษย์ทำกิจกรรมต่างๆ ก็คือ แรงจูงใจหรือความต้องการ (needs) นั่นเอง ผู้ที่อธิบายในเรื่องความต้องการของมนุษย์ที่ชัดเจนที่สุดเห็นจะได้แก่มาสโลว์ (Maslow, 1954) มาสโลว์ได้จัดลำดับของความต้องการของมนุษย์ไว้ตามความสำคัญระดับด้วยกันคือ (1) ความต้องการทางด้านสรีระ (physiological needs) ความต้องการประเภทนี้ได้แก่ อาหาร น้ำ การพักผ่อนนอนหลับ ฯลฯ ซึ่งเป็นความต้องการที่สำคัญเป็นอันดับแรกต่อความอยู่รอดของมนุษย์ (2) ความต้องการความปลอดภัยหรือความมั่นคง (security) ความต้องการประเภทนี้ได้แก่ ความปรารถนาที่จะให้ร่างกายและจิตใจปลอดภัยจากสิ่งคุกคามทั้งปวงนั่นเอง (3) ความต้องการที่จะมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ (belongingness) อันได้แก่ ความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม รวมทั้งต้องการความรักและความอบอุ่นจากผู้อื่น (4) ความต้องการความเคารพในตนเอง (self-esteem) อันได้แก่ความรู้สึกว่าตนเป็นผู้ที่มีค่ามีประโยชน์และมีความสำคัญ ตลอดจนความรู้สึกภูมิใจในตนเอง (5) ความต้องการทางด้านสัจการแห่งตน (self realization) ความต้องการนี้เป็นความต้องการขั้นสุดท้ายกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ความต้องการขั้นพื้นฐาน ประเภทอื่นๆ จะต้องได้รับการตอบสนองเสียก่อนความต้องการชนิดนี้จึงจะได้รับการตอบสนองอย่างจริงจังได้ ความต้องการประเภทนี้ เป็นเรื่องของความเพียรพยายาม ที่จะให้ความมุ่งปรารถนาและเป้าหมายในชีวิตของตนได้ประสบความสำเร็จหรือเกิดขึ้นได้จริง จึงต้องอาศัยเวลาพอสมควรและไม่อาจจะรับการตอบสนองในทันทีทันใดได้ มาสโลว์จึงจัดความต้องการประเภทนี้ให้อยู่ในระดับหลังสุด มาสโลว์ มีความเชื่อมั่นว่าบุคคลที่ได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานต่างๆ อย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยเด็กจะสร้างภูมิคุ้มกันได้ในวัยผู้ใหญ่ นั่นคือทำให้เป็นผู้ใหญ่ที่มีความต้านทานต่อความตึงเครียดและวิกฤตต่างๆ ในชีวิตได้ดี ส่วนผู้ที่ไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานในวัยเด็กอย่างครบถ้วน จะไม่สามารถต่อสู้กับความตึงเครียดในชีวิตได้ดี หรือไม่มีภูมิคุ้มกันต่อความตึงเครียดที่แข็งแกร่งพอ จึงมีปัญหาด้านการปรับตัว และมี โอกาสที่จะเป็น โรคจิตได้ง่ายกว่า

5. ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะอย่างยิ่ง สิ่งแวดล้อมทางสังคมและทางวัฒนธรรม ที่บุคคลเติบโตมา หรือได้รับการอบรมบ่มเพาะมา มีผลต่อสุขภาพจิตของบุคคลอย่างมากทีเดียว เช่น เด็กที่มีพ่อแม่อยู่ในชั้นกลางของสังคมอเมริกัน พ่อแม่จะอบรมเลี้ยงดูในลักษณะที่เคร่งครัด และเข้มงวดกว่าเด็กที่เกิดในครอบครัวชั้นต่ำ ยิ่งไปกว่านั้น พ่อแม่ที่อยู่ในชั้นกลางก็มักตั้งความมุ่งปรารถนาหรือสร้างความคาดหวัง

ให้กับบุตรของตนในระดับที่สูงกว่ามาก บางทีเกินความสามารถของเด็กที่จะก้าวไปถึงได้ ในบางกรณี ความคาดหวังที่ดี ข้อเรียกร้องต้องการต่างๆที่จะให้บุตร ของตนบรรลุก็ดีกระทำในวัยที่เด็กยังมีอายุน้อยเกินไป จึงเท่ากับเป็นการสร้างความคุกคามและแรงผลักดันให้แก่เด็กโดยไม่จำเป็นนั่นเอง เด็กที่อยู่ภายใต้สภาวะการณ์เช่นนั้น มีโอกาสที่จะรู้สึกคับข้องใจ(frustrated)และอึดอัดใจมากกว่าเด็กที่อยู่ในขั้นต่ำของสังคม โอกาสที่จะเป็นโรคจิตจึงมีมากกว่าในขณะเดียวกัน เด็กไม่ว่าจะอยู่ในขั้นใดของสังคม ถ้าเติบโตภายใต้บรรยากาศของการทะเลาะเบาะแว้ง ระหว่างพ่อแม่ตลอดเวลาเด็กคนนั้นก็ไม้อาจจะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ หรือสุขภาพจิตที่ดีได้เช่นกัน ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมจึงถือได้ว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญอันหนึ่งที่จะกำหนดลักษณะสุขภาพจิตของบุคคลลักษณะการอบรมบ่มเพาะที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพจิตที่ดีเนื่องจากสุขภาพจิตของมนุษย์จะเป็นอย่างไรนั้น ส่วนหนึ่งถูกกำหนดโดยกรรมพันธุ์ดังที่กล่าวแล้ว อย่างไรก็ตาม เมื่อเด็กเกิดมาแล้ว ถ้าพ่อแม่ให้การอบรมบ่มเพาะหรือให้การอบรมเลี้ยงดูในลักษณะที่ถูกต้องก็อาจจะช่วยให้เด็กกลายเป็นผู้ใหญ่ที่มีสุขภาพจิตที่ดีได้ ยิ่งถ้าเด็กมีกรรมพันธุ์ที่ดีด้วยแล้ว การอบรมบ่มเพาะที่ถูกต้อง จะช่วยทำให้สุขภาพจิตของเด็กสมบูรณ์ได้อย่างไม่ต้องสงสัยหลักในการอบรมบ่มเพาะที่มีส่วนช่วยส่งเสริมสุขภาพจิตที่ดี กล่าวโดยสรุปมีดังนี้

1. ในการอบรมบ่มเพาะเด็กควรจะทำภายใต้บรรยากาศของความรักและความอบอุ่น
พ่อแม่ควรจะให้เด็กเติบโตภายใต้บรรยากาศของความรัก หากพ่อแม่จะทะเลาะกันเองบ้าง ก็ควรจะไม่ให้เด็กเห็น โดยเด็ดขาด การที่เด็กได้รับการเลี้ยงดูภายใต้บรรยากาศของความรัก ทำให้เด็กมีความซาบซึ้งในความรัก ซึ่งจะส่งผลทำให้เด็กรักคนอื่นเป็น และไม่มองโลกในแง่ร้ายเมื่อเติบโตขึ้น ก็จะกลายเป็นผู้ใหญ่ที่สามารถปรับตัวได้และไม่มีปัญหาโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาทางด้านจิตใจในทางตรงกันข้ามถ้าพ่อแม่ทะเลาะเบาะแว้งกันตลอดเวลาที่ดี และไม่สามารถจะให้ความรักแก่เด็กได้อย่างเต็มที่ที่ดี เด็กจะกลายเป็นผู้ใหญ่มีปัญหา เป็นผู้ใหญ่ที่ไม่ไว้วางใจผู้อื่นและรักผู้อื่นไม่เป็น ก็จะมีปัญหาด้านการปรับตัว ตลอดจนไม่มีภูมิคุ้มกันต่อความตึงเครียดที่เผชิญในชีวิต ทำให้พ่ายแพ้ต่อปัญหาชีวิตได้ง่าย

2. ในการอบรมบ่มเพาะควรจะมียึดถือเอาตัวเด็กเป็นสำคัญอันนี้หมายความว่า ในการที่พ่อแม่จะอบรมสั่งสอนเด็กในเรื่องใดๆก็ตาม ต้องดูกาลเทศะเหมือนกัน ที่สำคัญที่สุดก็คือ จะต้องมีความเข้าใจดีว่า เด็กในวัยนั้นมีความต้องการ มีความสนใจอะไร ตลอดจนมีความพร้อมมากน้อยขนาดไหน การที่พ่อแม่พยายามขัดแย้งทุกสิ่งทุกอย่างให้เด็กโดยทำตามความต้องการของพ่อแม่ฝ่ายเดียวนั้น เท่ากับเป็นการทำลายสุขภาพจิตของเด็กนั่นเอง อย่างไรก็ตาม พ่อแม่ก็ไม่ถึงกับต้องเอาใจเด็กหรือกระทำในลักษณะที่เป็นการให้ความคุ้มครองปกป้องเด็กมากเกินไป(over-protective) เพราะการทำเช่นนั้นทำให้เด็กช่วยตัวเองไม่ได้และไม่คิดต่อสู้กับปัญหาต่างๆ ตลอดจนเท่ากับสร้างความอ่อนแอ ทางด้านจิตใจให้เกิดขึ้น

3. ในการให้รางวัลและลงโทษเด็กควรจะใช้สัญลักษณ์มากกว่าใช้วัตถุในการอบรมบ่มเพาะ
นั้น พฤติกรรมใดที่เราเห็นว่าเป็นพฤติกรรมที่ดีและน่าพึงปรารถนา พ่อแม่ก็ควรให้รางวัลในรูปของการใช้คำพูดยกย่องชมเชยหรือแสดงท่าทีพอใจมากกว่าที่จะให้เป็นข้าวของ ในขณะเดียวกัน ถ้าจะลงโทษเด็กก็ควรจะทำหน้าที่ด้วยคำพูดหรือแสดงท่าทีที่ไม่พอใจมากกว่าที่จะใช้ไม้เรียว ในการใช้ไม้เรียวนั้น

พยายามใช้ให้น้อยที่สุด และใช้ในกรณีที่จำเป็นจริงๆเท่านั้น ถึงแม้ว่า ไม่เร็วจะช่วยแก้ไขพฤติกรรมของเด็กได้ผลทันใจก็ตาม แต่พึงระลึกว่าไม่เร็วเป็นตัวทำลายสุขภาพจิตของเด็กอย่างยิ่งและเป็นการสร้างรอยประทับใจที่ไม่ดีกับเด็กไปตลอดชีวิตทีเดียว จึงต้องพยายามเลี้ยงแม่แต่การใช้มือหุบตีเด็กแรงๆก็ควรจะเลี้ยงเช่นกันเพราะไม่เป็นการส่งเสริมสุขภาพจิตของเด็กแต่ประการใด

4. ในการอบรมบ่มเพาะควรจะให้เด็กมีความเป็นอิสระและเป็นตัวของตัวเอง พ่อสมควรเด็กก็เช่นเดียวกันกับผู้ใหญ่ ต้องการความเป็นอิสระ และความเป็นตัวของตัวเองเพราะฉะนั้น พ่อแม่ไม่ควรข่มขู่บังคับให้เด็กต้องเชื่อฟังและคล้อยตามพ่อแม่อย่างไม่ลืมหูลืมตา ควรเปิดโอกาสให้เด็กได้ถามไถ่และซักไซ้ไถ่เลี้ยงได้เหมือนกัน ในการสื่อสารระหว่างพ่อแม่กับเด็ก จึงควรจะเป็นไปในรูปของการสื่อสารสองทางมากกว่าทางเดียว นั่นคือ เมื่อพ่อแม่สั่งสอนเด็ก เด็กก็มีสิทธิที่จะเข้าร่วมในการซักถามและโต้แย้งในบางเรื่องได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กโต การให้ความอิสระแก่เด็กก็ดี การให้เด็กมีความเป็นตัวของตัวเองก็ดี นอกจากจะเป็นการส่งเสริมสุขภาพจิตของเด็กแล้ว ยังจะเป็นการส่งเสริมให้เด็กโตเป็นผู้ใหญ่ ที่รักความเป็นประชาธิปไตยอีกด้วย เด็กที่พ่อแม่อบรมบ่มเพาะโดยการบีบบังคับมากเกินไปนั้น ทำให้เด็กเห็นอำนาจเป็นสิ่งสำคัญและเมื่อโตขึ้นก็จะพยายามใช้อำนาจไปบีบบังคับผู้อื่นต่อไป ซึ่งเท่ากับทำตนเป็นผู้เผด็จการนั่นเอง

5. การไม่ตั้งความหวังกับเด็กในเรื่องต่างๆสูงเกินไป พ่อแม่ไม่ควรจะตั้งความหวังกับเด็กมากเกินไป จนเกินความสามารถของเด็กตลอดจนไม่ตั้งความหวังในบางเรื่องที่เร็วเกินไปก่อนที่เด็กจะมีความพร้อม การที่พ่อแม่ตั้งความหวังสูงเกินไปจนเด็กไม่อาจปฏิบัติได้นั้น เท่ากับให้เด็กเกิดความขัดข้องใจ และรู้สึกอึดอัดใจ ถ้าสถานะของจิตใจอยู่ในลักษณะนี้นานๆเข้าก็อาจจะทำให้เกิดความสูญเสียความเป็นระเบียบทางด้านบุคลิกภาพของเด็กได้ (John, 1954) หรือทำให้การปรับตัวของเด็กเป็นไปในลักษณะผิดปกติ ในขณะที่เดียวกัน พ่อแม่ก็ไม่ควรจะโอนอ่อนผ่อนปรน(permissive) ต่อเด็กมากเกินไป ซึ่งอาจจะทำให้เด็กปฏิเสธไม่ยอมสร้างความสำเร็จหรือสร้างความสมหวังใดๆ ให้แก่พ่อแม่ก็ได้ในสังคมไทยเรามีพ่อแม่เป็นจำนวนไม่น้อยที่พยายามตั้งความหวังให้กับบุตรของตนสูงเกินไปหรือไม่ก็ต้องการให้บุตรของตนประสบความสำเร็จเหมือนพ่อแม่ แต่ในที่สุด เด็กกลายเป็นเด็กที่เสียคนไปเลย รวมทั้งการ สูญเสียสุขภาพจิต ด้วยเหตุนี้พ่อแม่จึงควรตั้งความคาดหวังให้เหมาะสมกับความพร้อมและความสามารถของเด็กดีกว่า

6. ในการอบรมบ่มเพาะ พ่อแม่ควรจะมีบทบาทสำคัญที่สุด ไม่ควรจะให้ผู้อื่นทำ หน้าที่แทนในการอบรมบ่มเพาะหรือการเลี้ยงดูบุตรนั้น พ่อแม่นั้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งมารดา เป็นผู้ที่มีความสำคัญมากเป็นพิเศษ ถ้าเป็นไปได้ไม่ควรจะให้ใคร ทำหน้าที่แทนโดยเด็ดขาด ทั้งนี้เพราะว่า อ้อมอกมารดาเป็นสถานที่ที่เด็กมีความอบอุ่นมากที่สุด ยิ่งถ้ามารดาสามารถเลี้ยงบุตรด้วยน้ำนมมารดา(breast feeding) แทนที่จะเลี้ยงด้วยนมผงจากขวด (bottle feeding) ด้วยแล้วจะเป็นการดียิ่งเพราะนอกจากจะทำให้เด็กมีภูมิคุ้มกันโรคภัยไข้เจ็บต่างๆได้ดีแล้ว ยังช่วยส่งเสริมให้เด็กมีสุขภาพจิตที่ดีอีกด้วยในการกระตุ้นให้เด็กอยากรู้อยากเห็นที่ดีในการส่งเสริมให้เด็กได้มีการพัฒนาทางด้านต่างๆ (ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้านร่างกายหรืออารมณ์) ก็ดี ดูเหมือนว่า จะไม่มีใครทำได้ดีและ

ทำอย่างบริสุทธิ์ใจเหมือนพ่อแม่ พ่อแม่จึงไม่ควรจะมอบหน้าที่ในการอบรมบ่มเพาะเด็กให้แก่ผู้ใด โดยเด็ดขาด ยกเว้นเสียแต่ว่าพ่อแม่เป็นพ่อแม่ของครอบครัวที่มีปัญหา

7. ในการอบรมบ่มเพาะ ควรจะให้มีคสอคล้องต้องกันในทุกๆองค์กรที่ทำ หน้าที่อบรมบ่มเพาะองค์กรต่างๆที่ทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะ(socializing agents)บุรุษหลานของเรานั้นไม่ได้มีอยู่เฉพาะพ่อแม่หรือครอบครัวเท่านั้น องค์กรอื่นๆอีกมากมายก็ทำหน้าที่นี้เช่นกัน เช่นกลุ่มเพื่อนเล่น (peer groups) โรงเรียนและสื่อสารมวลชน(วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ) เป็นต้น ถ้าพ่อแม่ต้องการที่จะให้สิ่งที่ตนอบรมบ่มเพาะคงอยู่ พ่อแม่ก็ควรที่จะควบคุมให้เด็กได้ปะทะกับองค์กรอื่นๆที่ให้การอบรมบ่มเพาะในแนวเดียวกัน เช่นไม่ควรจะส่งเด็ก ไปเรียนในโรงเรียนที่ครูอาจารย์ไม่มีความรู้ ไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับจิตวิทยาเด็ก ไม่ส่งเสริมให้เด็กดูภาพยนตร์ที่เขย่าขวัญเด็ก หรือสร้างรอยประทับใจที่ไม่ดีกับเด็ก ตลอดจนไม่ส่งเสริมให้บุรุษหลานของตน คบค้าสมาคมกับเพื่อนๆ ที่ชอบชมขวัญและรังแกผู้อื่น เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. พ่อแม่ควรจะให้การอบรมบ่มเพาะแก่ลูกๆของตนในลักษณะที่เอื้อต่อการมีสุขภาพจิตที่ดีตลอดชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การอบรมบ่มเพาะในวัยเด็กมีความสำคัญมากเป็นพิเศษ เพราะสิ่งที่ปลูกฝังในวัยเด็กจะติดแน่นยากจะเปลี่ยนไปได้ในภายหลัง
2. ควรจะส่งเสริมให้สถาบันทางศาสนาได้แนะนำสั่งสอนประชาชนในเรื่องการปฏิบัติตนในลักษณะที่ทำให้จิตใจมีความสงบหรือมีสุขภาพจิตที่ดี
3. ในปัจจุบันนี้สถาบันการศึกษา ควรจะให้ความสำคัญในเรื่อง EQ ด้วยนอกเหนือจากเรื่อง IQ แต่ถ้าจะให้สมบูรณ์จริง โรงเรียนระดับประถมศึกษาควรจะส่งเสริมให้นักเรียนมีความเจริญเติบโตหรือพัฒนาอย่างเต็มที่ใน 5 ด้านต่อไปนี้คือ physical growth, mental growth, emotional growth, social growth and ethical growth.

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. ในอนาคตควรมีการวิจัยเชิงปริมาณประกอบด้วย เพื่อให้เนื้อหาสาระมีความตรงไปตรงมาถูกต้องแม่นยำขึ้นและมีลักษณะเป็นอัตวิสัยมากขึ้นหรือทำให้ความเป็นอัตวิสัยมีน้อยลง
2. เนื่องจากคนส่วนใหญ่ทำงานจึงควรทำการวิจัยเกี่ยวกับสุขภาพในที่ทำงานด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการส่งเสริมสุขภาพจิตในที่ทำงาน(mental health in the workplace)
3. ควรจะศึกษาเกี่ยวกับว่า จะมีวิธีการแก้ไขอย่างไร ถ้าสุขภาพจิตมีผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- Berg,Bruce(2001).**Qualitative Research Methods for the Social Science**. Boston:
Allyn And Bacon
- John, Edward B. et al. (1954). **Health for Effective Living**, New york, NY: Mc grow-Hill.
- Johoda, Marie(1963). "Mental Health", In Deutsch Albert. **The Encyclopedia of
MentalHealth** New York : Franklin Watts.
- Lubbook,john(1995).**The Use of life London**:Macmillan and Co.
- Maslow,Abraham(1954). **Motivation and Personality**.New York,NY: Haper & Row
Publisher.
- Plaster,Eric(2007). **The 100 Year Lifestyle**.Avon, MA : an F+W Publication Company.
- <https://www.who.int/activities/promoting-mental-health> Activities(2021).**Promoting Mental Health** University of
Health Service(2021)

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

Marketing Factors Affecting Consumers' Choice of 4G Mobile Network in Mueang Maha Sarakham District Maha Sarakham Province

พิชัย สารภักดิ์¹, ประสิทธิ์ ทันสมัย² และวิษณุ อินจะบก³

Pichai Sarapugdi¹, Prasit Tansamai² and Witsanu Injabok³

¹สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์, โทร.084-600-9103

¹Management, Faculty of Business Administration, Phanomwan College of Technology Tel. 084-600-9103

²สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์, โทร. 044-955121

²Accounting, Faculty of Business Administration, Phanomwan College of Technology Tel. 044-955121

สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์, โทร. 044-955121

³Information System, Faculty of Business Administration, Phanomwan College of Technology Tel. 044-955121

e-mail : Chai2202@hotmail.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของบุคคลที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภค 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภค 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่การแจกแจงความถี่ การคำนวณค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที (t-test) และค่าเอฟ (F-test) แบบ One -way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.75 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 62.25 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.20 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.50 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 46.20 มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.50 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภค พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.23) และรายด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ (\bar{X} =4.32) ด้านการส่งเสริมตลาด (\bar{X} =4.30) ด้านราคา (\bar{X} =4.26) ด้านผลิตภัณฑ์ (\bar{X} =4.24) ด้านบุคคล (\bar{X} =4.23) ด้านทางกายภาพ (\bar{X} =4.32) และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสด (\bar{X} =4.09)

การเปรียบเทียบและการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภค การเปรียบเทียบ จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน พบว่าอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าที (t-test) จำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 และตามสถานภาพ พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 และการทดสอบค่าเอฟ (F-test) โดยใช้ค่าความแปรปรวน (Analysis of Variance) แบบ One way ANOVA ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 และอาชีพ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 แต่ถ้าพบมีความคิดเห็นแตกต่างกันจึงต้องหารายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe)

คำสำคัญ: ปัจจัยทางการตลาด, การเลือกใช้เครือข่าย, โทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G

Abstract

Objectives of the research 1) To study the basic information of people about the marketing factors affecting the choice of 4G mobile network services of consumers; 2) To study the marketing factors affecting the selection of the network service 3) To compare the marketing factors affecting the choice of 4G mobile phone network service of consumers classified by gender, status, age, education level, occupation and monthly income. A sample of 400 people was randomly sampled accidental sampling using a questionnaire. The statistic used to analyze the data was the frequency distribution. Calculating percentage, mean, standard deviation Hypothesis testing with t-test and F-test using one-way ANOVA

The results showed that:

The sample respondents were female, accounted for (50.75%), single status, representing (62.25 %), were under 20 years old, representing (44.20%), educational level below a bachelor's degree accounting for (67.50%) , working as students/students accounted for (46.20%) , with income less than 10,000 baht, or (61.50%), respectively.

The analysis of marketing factors affecting consumers' choice of 4G mobile network revealed that the overall level was at a high level ($\bar{x} = 4.23$) and the aspects were process ($\bar{x} = 4.32$), marketing promotion. ($\bar{x} = 4.30$), Price ($\bar{x} = 4.26$), Product ($\bar{x} = 4.24$), Person ($\bar{x} = 4.23$), Physical ($\bar{x} = 4.32$), and Live Channel ($\bar{x} = 4.09$)

Comparison and hypothesis testing of market factors affecting choice comparison and hypothesis testing on marketing factors affecting consumers' choice of 4G mobile network. Comparison and classified by gender, age, status, educational level, occupation, monthly income. found to be at a high level and the hypothesis testing results using t-test values classified by sex were found to be different. with statistical significance at the confidence level 0.05 and according to the status, it was found that there was a difference statistically significant at the confidence level 0.01 and F-test by using one-way ANOVA analysis of variance such as age, education level and income were found to be different. statistically significant. At the confidence level of 0.01 and occupation, there was no difference. statistically significant at a confidence level of 0.05, but if there are differences of opinion, the pair must be matched by Scheffe's method.

Keywords: Marketing factors, network selection, 4G mobile phones

บทนำ

ปัจจุบันระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เช่น มีการใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงาน ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูล หรือรับ – ส่งข้อมูลระหว่างกัน และเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงเรียกได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต โดยสามารถสังเกตเห็นได้จากพฤติกรรมของมนุษย์ในขณะนี้ส่วนใหญ่ใช้เวลาไปกับเทคโนโลยีเครือข่ายสังคมออนไลน์ จึงส่งผลให้ในขณะนี้เทคโนโลยีและระบบโทรคมนาคม ในปัจจุบันมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีเพิ่มมากขึ้นและเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ และด้วยจำนวนผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการขยายตัวเป็นจำนวนมากหากเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา

จากการเติบโตของธุรกิจที่เพิ่มขึ้นนี้มีอัตราการเพิ่มขึ้นที่ลดลงจากประมาณ 11% ในปี พ.ศ. 2545 เหลือเพียง 5% ในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2558 แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีแนวโน้มว่าอัตราการเติบโตของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังคงสูงขึ้นเรื่อย ๆ ต่อไป เนื่องจากตลาดในธุรกิจให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นตลาดที่มีผู้เล่นน้อยราย (Oligopoly) และค่อนข้างมีระดับการผูกขาดของความเป็นเจ้าของที่ครอบครองคลื่นความถี่โครงข่าย หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น (ที่มา : ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม. (2558). สรุปรูปภาพรวมอุตสาหกรรมโทรคมนาคม 2558. สืบค้นจาก <http://goo.gl/ASAjml>.)

ในปี 2558 ตลาดการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยถูกควบคุมโดยผู้ประกอบการรายใหญ่เพียง 3 ราย โดยมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันมากถึง 99 เปอร์เซ็นต์ โดยมีผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 2G แบ่งเป็นเลขหมายในเครือข่าย AIS จำนวน 23 ล้านเลขหมาย

เครือข่าย DTAC 20 ล้านเลขหมาย และเครือข่าย TRUE MOVE 7.8 ล้านเลขหมายส่วนยอด ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G และ 4G แบ่งเป็นเลขหมายเครือข่าย AWN คลื่น 2.1 GHz จำนวน 19 ล้านเลขหมาย เลขหมายในเครือข่าย DTN คลื่น 2.1 GHz 10.6 ล้านเลขหมาย รวมทั้งเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G และ 4G ของกลุ่ม TRUE อีกจำนวน 13.3 ล้านเลขหมาย โดยเป็นเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ REAL MOVE คลื่น 850 MHz จำนวน 10 ล้านเลขหมาย และเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ RF ระบบ 3G และ 4G คลื่น 2.1 GHz อีกจำนวน 3.3 ล้านเลขหมาย

จากการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะเห็นได้ว่า ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เกิดขึ้น เพื่อต้องการรักษาฐานผู้บริโภคเดิมของตนเอาไว้ รวมทั้งการเพิ่มส่วนที่แบ่งจำนวนผู้บริโภค พร้อมทั้งต้องการหาผู้บริโภครายใหม่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยมุ่งศึกษาไปที่ประเด็นคุณภาพการให้บริการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นไว้วางใจและคุณค่าตราสินค้า ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาในประเด็นนี้จะทำให้ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการคุณภาพการให้บริการได้อย่างเหมาะสม และสามารถดึงเอาประสิทธิภาพของบุคลากรออกมาใช้ให้เกิดผลได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ เชื่อมั่นไว้วางใจ และรับรู้ถึงคุณค่าของตราสินค้า อันจะนำไปสู่การเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในอนาคตได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของบุคคลที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

สมมติฐานของการวิจัย

1. ประชากรที่มีเพศ, สถานภาพ อายุ, ระดับการศึกษา , อาชีพ และรายได้ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานของบุคคลที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

2. ทำให้ทราบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

3. ทำให้ทราบข้อเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตาม เพศ, สถานภาพ อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้ต่อเดือน อยู่ในระดับมาก

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม คอทเลอร์, ฟิลิป (Kotler, Philip, 1997) จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ด้านการส่งเสริมตลาด 5. ด้านบุคคล 6. ด้านกระบวนการ 7.ด้านลักษณะทางกายภาพ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 79,317 คน ระบบสถิติทางการทะเบียน จาก http://stat.dopa.go.th./stst/ststnew/upstst_age_disp.php (เข้าดูวันที่ 20 พฤษภาคม 2563) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1970 : 725 และ ยุทธ ไกยวรรณ, (2532 : 79) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีระดับความเชื่อมั่น 95 % และมีความคลาดเคลื่อนได้ 5 % (บุญชม ศรีสะอาด, 2532: 38) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 388 คน

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

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{79,317}{1+79,317(0.05)^2}$$

$$= 397.993 \text{ คน}$$

ดังนั้น จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ 398 คน

n หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N หมายถึง ขนาดของประชากร

e หมายถึง ความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดให้ e = 0.05

ผู้วิจัยขอเก็บแบบสอบถามเพิ่มจำนวน 12 ฉบับ รวมเป็น 400 ฉบับ

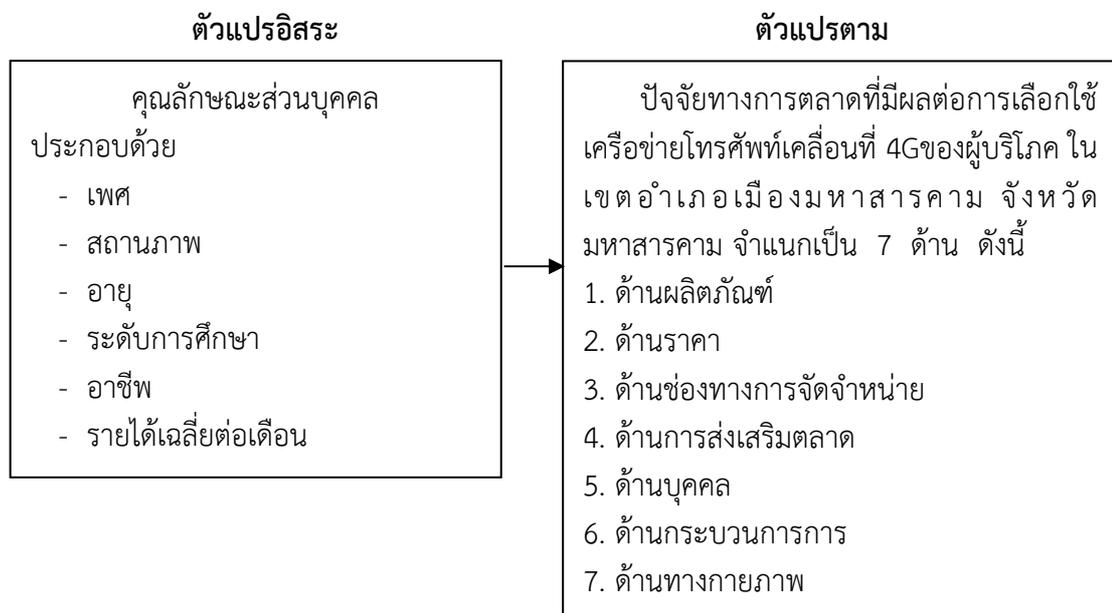
3. ขอบเขตด้านตัวแปร โดยมีการกำหนดการศึกษาตัวแปรต่างๆ เป็น 2 ประเภท คือ

3.1 ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (Independent variables) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้หลัก 7 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ด้านการส่งเสริมตลาด 5. ด้านบุคคล 6. ด้านกระบวนการ 7.ด้านลักษณะทางกายภาพ

กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการศึกษาแนวความคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ โดยใช้กรอบแนวคิด 7 ด้าน ตามแนวคิดของ คอตเลอร์,ฟิลิป (Kotler, Philip.,1997)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นประชาชนที่เลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 79,317 คนระบบสถิติทางทหารเบียน จาก http://stat.dopa.go.th/stst/ststnew/upstst_age_disp.php (เข้าดูวันที่ 20 พฤษภาคม 2563) การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง(Sample) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1970 p,125) ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, (2544 : 79) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีระดับความเชื่อมั่น 95 % และมีความคลาดเคลื่อนได้ 5 % (บุญชม ศรีสะอาด, 2532: 38) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง

แบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 388 คน ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามเพิ่มอีก 12 รวมเป็น 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษานอกสถานที่และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาจัดทำแบบสอบถามการวิจัย ซึ่งมีลักษณะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบรายการ (Checklist) ประกอบด้วยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่อง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

แหล่งข้อมูลการวิจัยครั้งนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้มาจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จากประชาชนที่เลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม และการสัมภาษณ์

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารตำราวิทยานิพนธ์หรือสารนิพนธ์ ภาคนิพนธ์ หนังสือรายงานวิจัยจากห้องสมุด และจากอินเทอร์เน็ต

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. เตรียมแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาและได้นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาจำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนากับข้อมูลทั่วไปและตัวแปรตามเพื่ออธิบายผล
2. ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม กัลยา วาณิชย์บุญ (2548). โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การวิเคราะห์ทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้ค่าที (t-test) และการทดสอบค่าเอฟ (F-test) Analysis of Variance แบบ One way ANOVA แต่ถ้าพบมีความคิดเห็นแตกต่างกันจึงต้องหารายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) ต่อไป

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พอสรุปได้ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.75 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 62.25 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.20 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.50 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 46.20 มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.50 ตามลำดับ

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ดังตาราง

ข้อที่	ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม	ระดับความคิดเห็น			
		\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1.	ด้านผลิตภัณฑ์	4.24	0.55	มาก	4
2.	ด้านราคา	4.26	0.63	มาก	3
3.	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.09	0.64	มาก	7
4.	ด้านการส่งเสริมตลาด	4.30	0.55	มาก	2
5.	ด้านบุคคล	4.23	0.58	มาก	5
6.	ด้านกระบวนการ	4.32	0.63	มาก	1
7.	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.17	0.52	มาก	6
รวม		4.23	0.39	มาก	

จากตาราง การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากลำดับแรกถึงลำดับสุดท้าย ได้แก่ ด้านกระบวนการ ($\bar{X}=4.32$) ด้านการส่งเสริมตลาด ($\bar{X}=4.30$) ด้านราคา ($\bar{X}=4.26$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.24$) ด้านบุคคล ($\bar{X}=4.23$) ด้านทางกายภาพ ($\bar{X}=4.32$) และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสุด ($\bar{X}=4.09$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามข้อคำถามแต่ละด้านเป็นดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) และพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อจากลำดับแรกถึงลำดับสุดท้าย ได้แก่

ผู้ให้บริการเครือข่าย 4G เป็นที่ยอมรับในการใช้งานจากลูกค้า ($\bar{X}=4.39$) ผู้ให้บริการเครือข่าย 4G เป็นตราสินค้าที่ถูกใช้งานโดยบุคคลที่เป็นที่รู้จักดี ($\bar{X}=4.33$) ผู้ให้บริการเครือข่าย 4G เป็นตราสินค้าที่ได้รับความนิยมจากลูกค้า ($\bar{X}=4.31$) สัญญาครอบคลุมพื้นที่ที่ต้องการใช้งานด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.30$) คุณภาพความแรงของสัญญาณ ($\bar{X}=4.25$) ระบบเครือข่ายมีภาพลักษณ์ที่ดีน่าเชื่อถือ ($\bar{X}=4.23$) ผู้ให้บริการเครือข่าย 4G เป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง ($\bar{X}=4.19$) และคุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=4.08$) ตามลำดับ

2.2 ด้านราคา จากการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.26$) และพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อจากลำดับแรกถึงลำดับสุดท้าย ได้แก่ การคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายรายเดือน ($\bar{X}=4.31$) การคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายรายปี ($\bar{X}=4.30$) การคิดค่าบริการแบบจ่ายก่อนแล้วค่อยเปิดใช้บริการได้ (Prepaid) ($\bar{X}=4.29$) การคิดค่าบริการแบบจ่ายตามขนาดของข้อมูลที่ Download จริง ($\bar{X}=4.15$) ตามลำดับ

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09$) และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อจากลำดับแรกถึงลำดับสุดท้าย ได้แก่ ศูนย์บริการหรือ Shop ($\bar{X}=4.27$) ห้างสรรพสินค้า ($\bar{X}=4.07$) ร้านค้าทั่วไป ($\bar{X}=4.04$) และร้านสะดวกซื้อ ($\bar{X}=3.99$) ตามลำดับ

2.4 ด้านการส่งเสริมตลาด จากการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.30$) และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อจากลำดับแรกถึงลำดับสุดท้าย ได้แก่ โปรโมชั่นหรือแพ็คเกจหลากหลายให้เลือก ($\bar{X}=4.48$) มีบริการเสริมที่เหมาะสมกับการใช้งาน ($\bar{X}=4.30$) มีการจัดของแถมให้ลูกค้าเป็นบางช่วงเวลา ($\bar{X}=4.27$) มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ($\bar{X}=4.23$) และมีการใช้บริการเครือข่ายในการค้นหาสถานที่สำคัญ ๆ ($\bar{X}=4.22$) ตามลำดับ

2.5 ด้านบุคคลจากการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.23$) และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อจากลำดับแรกถึงลำดับสุดท้าย ได้แก่ พนักงานต้อนรับพูดจาไพเราะ อ่อนหวาน กล่าวทักทายลูกค้า ($\bar{X}=4.36$) พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ สี่หน้าท่าทางมีแรงดึงดูดลูกค้าเข้ารับบริการ ($\bar{X}=4.30$) ผู้ให้บริการส่งเสริมการริเริ่มสร้างความรู้สึกร่วมมิตรกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญ ผู้ให้บริการจัดเตรียมพนักงานไว้คอยช่วยเหลือลูกค้าและให้คำแนะนำเมื่อลูกค้าร้องขอได้ตลอดเวลา ($\bar{X}=4.29$) การแต่งตัวของพนักงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{X}=4.28$) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการเป็นอย่างยิ่ง ($\bar{X}=4.23$) การต้อนรับของพนักงานในศูนย์บริการให้ความเป็นกันเอง ($\bar{X}=4.22$) ให้บริการได้นำข้อมูลที่ได้รับจากลูกค้าทั้งหมดมาพัฒนาปรับปรุงเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

($\bar{X}=4.21$) ให้บริการมีการจัดทำสินค้า/สำหรับลูกค้าพิเศษเป็นเฉพาะบุคคลที่มีระยะเวลาการใช้บริการมายาวนาน ($\bar{X}=4.16$) ผู้ให้บริการส่งเสริมการริเริ่มสร้างความรู้สึกเป็นมิตรกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญ ($\bar{X}=4.15$) พนักงานบริการรวดเร็วทันใจ ($\bar{X}=4.11$) ตามลำดับ

2.6 ด้านกระบวนการ จากการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.32$) และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อจากลำดับแรกถึงลำดับสุดท้าย ได้แก่ การลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทาง อินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=4.38$) การบริการแจ้งข่าวสารของระบบเครือข่ายรวดเร็ว ($\bar{X}=4.35$) เจ้าหน้าที่ Call Center ให้ข้อมูลชัดเจน ($\bar{X}=4.33$) มีศูนย์บริการให้เลือกมากมายสะดวก ($\bar{X}=4.32$) และ การชำระค่าบริการมีหลายช่องให้เลือก ($\bar{X}=4.27$) ตามลำดับ

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อจากลำดับแรกถึงลำดับสุดท้าย ได้แก่ มีสื่อประชาสัมพันธ์อย่างเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X}=4.27$) สื่อประชาสัมพันธ์ของเครือข่าย ($\bar{X}=4.20$) มีการสร้างบริการเสริมใหม่ๆ มาเพิ่มเติมงาน ($\bar{X}=4.15$) ฟรีเซิร์ฟเวอร์ที่ใช้ในการโฆษณา ($\bar{X}=4.13$) และมีการโฆษณาออนไลน์งาน ($\bar{X}=4.12$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมาก และถ้าพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.24$) โดยให้ความสำคัญในเรื่องผู้ให้บริการเครือข่าย 4G เป็นที่ยอมรับในการใช้งานจากลูกค้าน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก ผู้ให้บริการเครือข่าย 4G เป็นตราสินค้าที่ถูกใช้งานโดยบุคคลที่เป็นที่รู้จักดี ผู้ให้บริการเครือข่าย 4G เป็นตราสินค้าที่ได้รับความนิยมจากลูกค้า สัญญาณครอบคลุมพื้นที่ที่ต้องการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรชัย กฤษฏาวารกุล (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร. การศึกษาพบว่า สินค้ามีมาตรฐานและตราสินค้าต้องเป็นที่น่าเชื่อถือและจดจำได้ง่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของกรรกรต มธรรพวงษ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทคของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าภาพลักษณ์ขององค์กรมีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์ใจ ทองพุทธา. (2561) .ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือระบบแอนดรอยด์ของประชากรในเขตตำบลวังโรงใหญ่ อำเภอสีกี้ว จังหวัดนครราชสีมา เรื่อง ตราสินค้าทำให้ผู้ใช้มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่น น่าเชื่อถือ

2. ด้านราคา พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.26$) โดยให้ความสำคัญในเรื่องการคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายรายเดือน เป็นอันดับแรก การคิดค่าบริการแบบเหมาจ่ายรายปี การคิดค่าบริการแบบจ่ายก่อนแล้วค่อยเปิดใช้บริการได้ (Prepaid) การคิดค่าบริการแบบจ่ายตามขนาดของข้อมูลที่ Download จริง ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของกรกรต มธูรพงษ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทคของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม อัตราค่าบริการไม่สูงเมื่อเทียบกับรายอื่นสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้สรุปเกี่ยวกับราคา หมายถึงมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกในรูปแบบของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ดังนั้นลูกค้าจะทำการเปรียบเทียบมูลค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา หากมูลค่า C ของผลิตภัณฑ์สูงกว่าหรือเหมาะสมกับราคาก็จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.26$) โดยให้ความสำคัญในเรื่องศูนย์บริการหรือ Shop เป็นอันดับแรก ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าทั่วไป และร้านสะดวกซื้อตามลำดับสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้สรุปเกี่ยวกับการบริการ การคัดเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจบริการซึ่งมีความสำคัญมาก ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการต่อกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของกรกรต มธูรพงษ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทคของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า มีศูนย์หรือ Dtac shop มีเพียงพอต่อความต้องการในการใช้บริการ

4. ด้านการส่งเสริมตลาด พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.30$) โดยให้ความสำคัญในเรื่องโปรโมชั่นหรือแพ็คเกจหลากหลายให้เลือกเป็นอันดับแรก มีบริการเสริมที่เหมาะสมกับการใช้งาน มีการจัดของแถมให้ลูกค้าเป็นบางช่วงเวลา มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และมีการให้บริการเครือข่ายในการค้นหาสถานที่สำคัญ ๆ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของกรกรต มธูรพงษ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทคของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ามีโปรโมชั่นที่ถูกใจครอบคลุมทุกเพศทุกวัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขญา อภาภักดิ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า มีการส่งเสริมทางการตลาด เช่น การให้ส่วนลด การจัดโปรโมชั่นต่างๆ

5. ด้านบุคคล พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.23$) โดยให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานต้อนรับพูดจาไพเราะ อ่อนหวาน กล่าวทักทายลูกค้าเป็นอันดับแรก พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ สีสหน้าท่าทางมีแรงดึงดูดลูกค้าเข้ารับบริการ ผู้ให้บริการส่งเสริมการริเริ่มสร้างความรู้สึกรักเป็นมิตรกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญ ผู้ให้บริการจัดเตรียมพนักงานไว้คอยช่วยเหลือลูกค้าและให้คำแนะนำเมื่อลูกค้าร้องขอได้ตลอดเวลา การแต่งตัวของพนักงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของกรกรต มธูรพงษ์ (2560)

ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทคของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ามีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย พุดจาสุภาพ มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาวุฒิ สังข์ทอง (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของนักเรียน/นักศึกษาในตำบลมหาชัย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร การศึกษาพบว่า พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและพุดจาดีใช้ถ้อยคำเหมาะสม

6. ด้านกระบวนการ พบว่าผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.32$) โดยให้ความสำคัญในเรื่องการลงทะเบียนการใช้งานและชำระค่าบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรก การบริการแจ้งข่าวสารของระบบเครือข่ายรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ Call Center ให้ข้อมูลชัดเจน มีศูนย์บริการให้เลือกมากมายสะดวก และการชำระค่าบริการมีหลายช่องให้เลือก ตามลำดับสอดคล้องกับงานวิจัยของกรกรต มธูรพงษ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทคของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ามีขั้นตอนบริการที่ชัดเจน ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน และสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวถึงผู้ชายหรือพนักงานให้บริการ ถ้ามีผู้ชายหรือตัวแทนจำหน่ายหลายราย ผู้บริโภคจะเลือกรายได้ขึ้นอยู่กับบริการที่ผู้ชายเสนอหรือความรู้จักคุ้นเคยว่ามีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.17$) โดยให้ความสำคัญในเรื่องมีสื่อประชาสัมพันธ์อย่างเห็นได้ชัดเจน เป็นอันดับแรก สื่อประชาสัมพันธ์ของเครือข่าย การสร้างบริการเสริมใหม่ๆ มาเพิ่มเติม มีฟรีเซ็นเตอร์ที่ใช้ในการโฆษณา และละมีการโฆษณาออนไลน์ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกรกรต มธูรพงษ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทคของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ศูนย์บริการมีความสวยงาม สะอาด นำใช้บริการ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของธนาวุฒิ สังข์ทอง (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของนักเรียน/นักศึกษาในตำบลมหาชัย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร การศึกษาพบว่า อากาศในร้านเย็นสบายติดแอร์หรือพัดลมและมีการถ่ายเทอากาศได้ดี

8. ผลการเปรียบเทียบและการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ด้านการส่งเสริมตลาด 5. ด้านบุคคล 6. ด้านกระบวนการ 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน และผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ค่าที (t-test) จำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 จำแนกตามสถานภาพ พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

และการทดสอบค่าเอฟ (F-test) โดยใช้ค่าความแปรปรวน (Analysis of Variance) แบบ One way ANOVA ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 และอาชีพ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 แต่ถ้าพบมีความคิดเห็นแตกต่างกันจึงต้องหารายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม นี้ ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแนะแนวทางจากผลการวิจัย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ควรมีการปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือเครือข่ายอยู่เสมอไม่ว่าจะเป็นในรูปของรูปลักษณ์ คุณภาพ ให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่ เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาให้มีความสะดวกและรวดเร็วในการเลือกใช้เครือข่าย โดยมีสัญญาณครอบคลุมทุกพื้นที่ และคุณภาพความแรงของสัญญาณทั่วทุกพื้นที่ในการเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ตได้

2. ด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ควรมีการสำรวจเครือข่ายของโทรศัพท์ในแต่ละเครือข่ายว่ามีสัญญาณเป็นอย่างไรและคุณสมบัติแตกต่างกัน มากน้อยเพียงใด เพื่อนำมาเป็นตัวกำหนดราคาที่เหมาะสมไม่ให้สูงมากนัก เพื่อดึงดูดใจให้ผู้บริโภคหันมาเลือกใช้เครือข่ายเพิ่มมากขึ้น และการให้บริการแก่ผู้บริโภค และการคิดราคาที่เป็นธรรมแก่ผู้ใช้บริการ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่า ควรมีการตกแต่งศูนย์การให้บริการให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้บริการเครือข่าย มีการจัดวางสินค้าอย่าง เป็นระเบียบ จัดให้มีศูนย์บริการหรือ Shop กระจายอยู่ทั่วไปเพื่อให้บริการอย่างรวดเร็ว

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ควรมีการทำรายการส่งเสริมการขายร่วมกับเจ้าของเครือข่ายต่าง ๆ ด้วยการจัดโปรโมชั่นส่วนลดเมื่อใช้โปรโมชั่นค่าบริการรายเดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี นอกจากนี้ควรมีการรับประกันสินค้า ด้วยการเปลี่ยนโทรศัพท์ตัวใหม่ให้หากเครื่องเกิดปัญหา เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจให้ผู้บริโภคใช้บริการเครือข่ายและตัดสินใจซื้อได้ง่ายยิ่งขึ้น มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และมีการให้บริการเครือข่ายในการค้นหาสถานที่สำคัญ ๆ

5. ด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ควรฝึกอบรมพนักงานให้มีจิตสำนึกในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า มีอัธยาศัย ที่ดี มีความเอาใจใส่เป็นกันเอง พุดจาสุภาพ อ่อนน้อมกับลูกค้า และสามารถตอบปัญหาข้อสงสัย หรือแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าได้ เพื่อสร้างความประทับใจในการให้บริการแก่ผู้บริโภค.ในการเลือกใช้เครือข่าย พนักงานให้การบริการที่รวดเร็วทันใจและสร้างความรู้สึกเป็นมิตรกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ควรจัดลำดับขั้นตอนการซื้อสินค้าให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่ายและไม่ยุ่งยากไม่รอนานจนเกินไป มีการให้บริการหลายช่องทาง และสร้างความ

เชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าในการให้บริการหรือขาย โดยพยายามไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ควรทำความสะอาดภายในร้านและบริเวณร้านให้ดูสะอาด มีการโฆษณาออนไลน์ มีการให้บริการเสริม มีการตกแต่งร้านที่สะอาด เพื่อให้ลูกค้าค้นหาสินค้าได้ง่าย ตลอดจนสร้างแรงดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้าให้ ลูกค้าจดจำได้ง่าย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาโอกาสและอุปสรรคทางการตลาดของธุรกิจโทรศัพท์มือถือเครือข่าย 4G เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น
2. ในการศึกษาความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายต่าง ๆ ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ
3. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษา เปรียบเทียบการใช้เครือข่ายอื่น

เอกสารอ้างอิง

- กรกรต มธรุพจน์.(2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายดีแทคของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล** .การค้นคว้าอิสระ,หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- กัลยา วานิชย์. (2548). **หลักสถิติ.พิมพ์ครั้งที่ 8.**กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนาวุฒิ สังข์ทอง.(2533). **การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของนักเรียนและนักศึกษาในตำบลมหาชัย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ**. การศึกษาในรายวิชา 761427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญชม ศรีสะอาด.(2532) **การวิจัยเบื้องต้น**. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม:ภาควิชาสถิติพื้นฐานการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พิมพ์ใจ ทองพุทรา. (2561) **ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือระบบแอนดรอยด์ของประชากรในเขตตำบลวังโรงใหญ่ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ภาคนิพนธ์ ปริญญาตรี, วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ นครราชสีมา**.
- ยุทธพงษ์ กัยวรรณ.(2543). **พื้นฐานการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- วีรชัย กฤษฏาวารกุล.(2557). **การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟนในกรุงเทพมหานคร**. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สาขาบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.(2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์มและไซแท็กซ์ จำกัด
- _____.(2546). **กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

สุขญา อภาภักทร . (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่ม คนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Kotler, Philip.(1997). **Marketing management : analysis,planning,implementation andcontrol** (9th ed). Upper Saddle River,New Jersey:Prentice-hall, Inc,.

Yamane. Taro. . (1970). **Statistics: An Introductory Analysis**. Third editio. Newyork: Harpe and Row Publication.

ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจไตรมาสไตรมาส. (2558). **สรุปภาพรวมอุตสาหกรรมไตรมาสไตรมาส 2558**. สืบค้นจาก <http://goo.gl/ASAjml>.) ระบบสถิติประชากรในเขตอำเภอเมือง มหาสารคาม จาก http://stat.dopa.go.th./stst/ststnew/upstst_age_disp.php (เข้าดู วันที่ 20 พฤษภาคม 2563)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์สินค้าออนไลน์โดยเน้นปัจจัย ด้านช่องทางการรับสินค้าของประชาชนในเขตจังหวัดราชบุรี

Factors influencing The decision in purchasing online via Website: Focusing on channel pick-up store in Ratchburi Province

สิทธิพร โพธิ์ระหง¹, ชัชวาล วงษ์มะเขาะ², ณัฐยา แก้วนุ้ย³,

ธิชาชา บุญเรืองขาว⁴ และวารพร วรณะพันธ์⁵

Sitthiporn Porahong¹, Chachawal Wongmasor², Nathaya Kaewnuy³,

Thichacha Boon reuungkhaw⁴ and Waraporn Woranaphan

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 086-6102216

¹ Bachelor of Business Administration, Program in Management, Faculty of Business Administration,
Bangkokthonburi University, Tel 086-6102216

²หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 086-6102216

² Bachelor of Business Administration, Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University, Tel 090-2992811

³หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 086-6102216

³ Bachelor of Business Administration, Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University, Tel 091-9321073

^{4,5}หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 086-6102216

^{4,5} Bachelor of Business Administration, Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University, Tel 086-3613255

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องดังต่อไปนี้ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า 3) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกช่องทางการรับสินค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์สินค้าออนไลน์โดยเน้นปัจจัยด้านช่องทางการรับสินค้าของกลุ่มตัวอย่างในเขตจังหวัดราชบุรี ครั้งนี้ คือ ผู้ซื้อสินค้าจำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคจากการทำการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย 8 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางออนไลน์โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยประสิทธิภาพของเว็บไซต์และการนำเสนอสินค้า, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ปัจจัยความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty), ปัจจัยด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และราคา, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และการให้ข้อมูลข่าวสาร โปรโมชัน, ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และการให้บริการส่วนบุคคล, ปัจจัยการรับรู้ถึง

แบรนด์ (Brand Awareness) และปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ของสินค้าและการต่อราคาตามลำดับ สำหรับปัจจัยประชากรศาสตร์ (ปัจจัยส่วนบุคคล) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางออนไลน์ พบว่ามีเพียงปัจจัยประชากรศาสตร์เดียว คือ การศึกษาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางออนไลน์ เป็นเพราะกลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีจะมีความรู้ ความคุ้นเคยในการซื้อสินค้าออนไลน์มากกว่า รวมถึงกลุ่มนี้น่าจะมีความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานเว็บไซต์ประเภทตลาดออนไลน์ เป็นอย่างดี จึงมีความเชื่อถือในระบบ ด้านความปลอดภัย ความสะดวก และความสามารถในระบบงานอย่างมาก ประกอบกับการใช้งานเพื่อซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางออนไลน์ ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีความรู้ในระดับหนึ่งในการเข้าใช้งานเว็บไซต์ การสมัครสมาชิก การชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ การใช้งานเทคโนโลยีเช่น โทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลที่เกิดขึ้นที่ว่ายิ่งมีระดับการศึกษาที่สูงจะมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางออนไลน์สูงขึ้น

คำสำคัญ : สินค้าออนไลน์, การตัดสินใจซื้อ, ช่องทางการรับสินค้า

Abstract

This research aimed 1) Study Factors influencing purchasing behavior online 2) To study The relationship between personal factors and the factors that influence purchases 3) To study Factors influencing the selection of Channel Pick up Product. The subjects were 400 buyers which had answered to the questionnaire. To bring The research finding solutions and its findings will contribute to the strategy of doing business properly By collecting questionnaires Tool storage The data is analyzed by a computer program SPSS finished with descriptive statistic describe the frequency values, percentage, average, and standard deviation values.

The study showed that :

The research revealed that there are 8 factors affecting consumers buying decision ranking from the most to least affected in the following: efficiency of website and product 's presenting, Product overview, Brand Loyalty, Product's diversity and price, promotion and information, Consumer's privacy information, Brand Awareness and Product privilege and price negotiation Moreover, from demographic analysis such sex, age, Marital Status, Education, Occupation and Income shows that only factor that effect on consumer buying decision is educational level, consumer who has bachelor degree and higher is more likely to use internet and computer. Consumers have certain experienced in using the internet as tools to their daily life such buying product, searching, and financial transaction.

Most intermediate users learn about the online security, protection, and its convenience of the Internet. In addition, users need to have the knowledge and understanding of how to go through buying process or member registration method on the internet as well according to the survey

Keyword : online shopping, buying decision, channel pick up product

บทนำ

ปัจจุบันสภาพของผู้คนในสังคมมีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้เพราะสภาพแวดล้อมของชีวิตมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา วิธีการดำรงชีวิตก็ต้องเปลี่ยนไปตามสภาพใหม่ที่เกิดขึ้น สิ่งสำคัญที่แทบทุกประเทศในปัจจุบันล้วนต้องการสร้างเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้ซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ จึงมีการพัฒนาและสร้างองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ ขึ้นมาทำให้ความได้เปรียบในเรื่องทรัพยากรทางธรรมชาติถูกแทนที่ด้วยความได้เปรียบในด้านเทคโนโลยี กล่าวคือ ในปัจจุบันประเทศที่เป็นเจ้าของเทคโนโลยีสามารถสร้างความเจริญมั่งคั่งในทางเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากความจำเป็นต่าง ๆ ในด้านการดำรงชีวิตของคนที่ยังพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น เทคโนโลยีที่มีความสำคัญอย่างมาก และเติบโตอย่างรวดเร็วมาโดยตลอด คือ เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงติดต่อสื่อสารข้อมูลไปได้ทั่วโลก เป็นสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ที่มีการสื่อสารด้วยภาพ เสียง และข้อความ ผ่านเครื่องมือที่รองรับอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ประมาณ 5 แสนราย ขณะที่คนไทยมีการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่า 23 ล้านคน และคาดว่าในปี 2562 -2564 มูลค่าตลาดรวมธุรกิจอีคอมเมิร์ซในส่วนของซื้อขายตรงไปยังผู้บริโภค (C2C) จะมีมูลค่ามากถึง 1.82 แสนล้านบาท (ผู้จัดการออนไลน์,2562)ควรมีการมุ่งเน้นในการเป็นจุดรับสินค้าออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในปัจจุบัน

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบัน ทำให้รูปแบบการขายและกลยุทธ์การตลาดในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) มีอัตราสูงขึ้นทั่วโลกนั้นดึงดูดความสนใจของนักลงทุนบริษัทและผู้บริโภคมากขึ้นเช่นกันพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามาเปลี่ยนเศรษฐกิจและวิธีการทำธุรกิจสิ่งนี้ผลักดันให้บริษัทต่าง ๆ ต้องหาหนทางใหม่ในการขยายตลาด โดยการปรับสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด รวมไปถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอย่าง E-service. Rust and Kannan (2002) ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จของบริษัทนั้นขึ้นอยู่กับความคุ้มครองเน็ตให้กลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดการบริการที่ดีขึ้นสามารถส่งเสริมและเพิ่มความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภคได้ ดังนั้นบริษัทที่ต้องตระหนักถึงมุมมองของลูกค้าและสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุด

นอกจากนี้การทำ การค้าแบบเดิม ร้านค้านั้น ๆ จะเป็นที่ยึดและสามารถเข้าถึงได้เพียงลูกค้าในพื้นที่เท่านั้น แต่ในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำ ธุรกิจการค้า หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ซึ่งเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางการค้าระหว่างผู้ค้ากับกลุ่มลูกค้า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กำลังเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง เนื่องจากมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าเป็นการทำการค้าที่ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งยังเป็นการทำการค้าที่ไร้พรมแดน ไม่มีขีดจำกัดของเวลาและสถานที่ ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงและรวดเร็ว ผู้ประกอบการในประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังจะเห็นได้จากร้านค้าออนไลน์ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และหลากหลายธุรกิจในประเทศไทยที่หันมาใช้ช่องทาง ออนไลน์ ในการทำการค้า

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านออนไลน์โดยเน้นปัจจัยด้านช่องทางทางการรับสินค้าของประชาชนในเขตจังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าผ่านออนไลน์โดยเน้นปัจจัยด้านช่องทางทางการรับสินค้าของประชาชนในเขตจังหวัดราชบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกช่องทางทางการรับสินค้าของประชาชนในเขตจังหวัดราชบุรี

การดำเนินการวิจัย

วิจัยนี้เป็นเป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้ การศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่พำนักอาศัยอยู่ในจังหวัดราชบุรี ได้มาโดยหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ทาโร่ ยามาเน่ ซึ่งใช้ความเชื่อมั่น 95 % ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างของประชากรแบบบังเอิญ ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากการสำรวจประชากรทั้งหมดใน จังหวัดราชบุรีจำนวน 841,768 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง พ.ศ. 2564)

ผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง "ศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ โดยมุ่งเน้นด้านการรับสินค้าในเขตจังหวัดราชบุรี" สรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการสรุปผลแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ถึงร้อยละ 63.3 และผู้ซื้อส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 25-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.3 การศึกษาปริญญาตรี โดย คิดเป็นร้อยละ 50 พนักงานบริษัทเอกชน โดย คิดเป็นร้อยละ 50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15001-40000 โดย คิดเป็นร้อยละ 66.7 ส่วนใหญ่มีสถานภาพ

โสด โดย คิดเป็นร้อยละ 53.3 ปัจจัยสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คือปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็ว เป็นส่วนใหญ่ โดย คิดเป็นร้อยละ 56.6 มีการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เป็นต้น

จากการศึกษาพิจารณาจากยอดการซื้อต่อครั้งพบว่า สินค้าด้านเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เป็นสินค้าที่มีการซื้อเป็นอันดับหนึ่ง โดยปัญหาหลักที่ผู้ซื้อสินค้าผ่านออนไลน์พบ คือในด้าน ไม่มีศูนย์กลางการรับสินค้าที่ใกล้บ้าน ถึงร้อยละ 50 ช่องทางการชำระเงินโดยส่วนใหญ่โดยการโอนเงินผ่านบัญชีผู้ขาย และให้จัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์ ซึ่งล่าช้าต่อการรับสินค้า เป็นต้น

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าช่องทางการชำระเงินที่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุด คือช่องทางบัตรเครดิตและ Cash on delivery ชำระเงินปลายทาง คิดเป็นร้อยละ 30 เท่ากันเพราะกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือกลุ่มวัยทำงานซึ่งบางท่านสะดวกชำระผ่านบัตรเครดิต บางกรณี ชำระ ณ จุดรับสินค้าเพราะไม่สะดวกในการโอนเข้าบัญชีผู้ขายโดยตรง รวมถึง ช่องทางหลักที่ควรใช้ในการส่งสินค้าของผู้ให้บริการ ควรมีการตั้งศูนย์รับสินค้า หรือ Pick up store คิดเป็นร้อยละ 43.3 เพราะสะดวกมากกว่าการจัดส่งทางไปรษณีย์เพราะล่าช้า และนโยบายด้านการเปลี่ยนคืนสินค้าตรงกับความต้องการมากที่สุด คือเมื่อสินค้าสูญหาย หรือ ชำรุดระหว่างจัดส่งผู้ขายคืนเงินภายใน 24 ชั่วโมง ร้อยละ 66.7

3. การวิเคราะห์การให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อมากที่สุดการเปรียบเทียบรูปแบบการให้บริการ โดยผู้กรอกแบบสอบถามเลือกรูปแบบที่ต้องการ สรุปได้ว่าร้อยละ 66.7 มุ่งเน้นในด้านจุดบริการรับสินค้า เพราะ สามารถตอบสนองความต้องการในด้านความรวดเร็วและสะดวกสบาย มากกว่าช่องทางการจัดส่งรวมถึงในด้านการตรวจสอบการจัดส่งได้ ลูกค้ำพึงพอใจถึง ร้อยละ 60

4. ความสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า จะเห็นว่าเพศมีความสำคัญกับความถี่ในการซื้อสินค้าออนไลน์โดยเพศหญิงเป็นเพศที่ซื้อสินค้าออนไลน์โดยเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย โดยมีความสนใจซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือนอย่างมากกว่าเดือนละหนึ่งครั้ง และรายได้และช่องทางการชำระเงินมีความสัมพันธ์กันดังเช่น ผู้มีรายได้ ปานกลางขึ้นไป จำนวน 240 ราย เลือกช่องทางการชำระผ่านบัตรเครดิต ถึงร้อยละ 63 เป็นส่วนใหญ่ และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทจะเลือกช่องทางการชำระเงินผ่านธนาคาร หรือตัวแทน เป็นต้น

5. การวิเคราะห์การให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อมากที่สุดการเปรียบเทียบรูปแบบการให้บริการ โดยผู้กรอกแบบสอบถามเลือกรูปแบบที่ต้องการ สรุปได้ว่าร้อยละ 66.7 มุ่งเน้นในด้านจุดบริการรับสินค้า เพราะ สามารถตอบสนองความต้องการในด้านความรวดเร็วและสะดวกสบาย มากกว่าช่องทางการจัดส่งรวมถึงในด้านการตรวจสอบการจัดส่งได้ ลูกค้ำพึงพอใจถึง ร้อยละ 60

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ขายสินค้าออนไลน์ควรมุ่งเน้นด้านจุดรับสินค้ามากยิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน
2. ควรเน้นกลยุทธ์ “ข้อป่งาย รับผิดชอบต่อ” เพื่อเป็นจุดขาย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่เคยซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลหรือแบบกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลต่างๆ มาปรับปรุงและใช้พัฒนาธุรกิจร้านค้าในสังคมออนไลน์ต่อไป
2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรหาปัจจัยเพิ่มเติมที่สามารถส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา สามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขปัญหาและทำให้ธุรกิจออนไลน์วางแผนกลยุทธ์ทางการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- จิราภรณ์ เลิศจิระจรัส. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เดชา ล้วนโค. (2544). ทศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทัศนิตา เชื้อเขียว. (2550). พฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉัตรพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ(2545) พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ต ผู้จัดการออนไลน์,การเจริญเติบโตของตลาดออนไลน์ในประเทศไทย, www.manageronline.com, สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2564
- พูนศิริ วัฒนภูมิ. (2554). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
- มัลลิกา บุญนาค. (2548). สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันรักษ์ มิ่งมณี นาคิน. (2552). หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ภาสกร สุวรรณนิมิต. (2553). ทศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อ. ภาคนิพนธ์หลักสูตรเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. (2552). **การบริหารการตลาด.**

กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

มานพ ชัยสวัสดิถานนท์. (2555). **การศึกษารูปแบบตลาดสดตามความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย**

กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะกรรมการจัดการ
ทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

Rust; & Kannan. (2002). **E-service: New Directions in Theory and Practice**, New York:
Armonk.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกของนักศึกษา
คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Factors influencing the participation in internal and external
activities of Students of the faculty of accounting,
Bangkokthonburi University

ธิติยา คำนนท์¹, ดวงกมล ชัยศรีษะ² และกมลเดช อร่ามรัตนชัย³

Thitiya Khumnon¹, Duangkamol Chaiseesa² and Kamoldej Aramrattanachi³

¹ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 080-619-7562

¹ Faculty of Accounting Bangkokthonburi University, 080-619-7562

² คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 098-472-5671

² Faculty of Accounting Bangkokthonburi University, 098-472-5671

³ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 089-558-1884

³ Faculty of Accounting Bangkokthonburi University, 089-558-1884

e-mail: ¹Thitiya.ch@hotmail.com, ²Duangkmol.dc@gmail.com, ³kamoldej@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของนักศึกษาทั้งภายในและภายนอกของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำนวน 361 คน ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า (1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.08, S.D. = 0.46) ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ด้านความสัมพันธ์ภาพระหว่างนักศึกษา กับเพื่อน ด้านสถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในกิจกรรม ด้านบุคลากรเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม ด้านการจัดกิจกรรมการดำเนินงาน ตามลำดับ (2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับชั้น ลักษณะพฤติกรรม บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม ช่วงเวลาที่นักศึกษาสนใจเข้าร่วมกิจกรรม ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม แตกต่างกันไป ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอก ที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม ได้แก่ ด้านการจัดกิจกรรมการดำเนินงาน ด้านบุคลากรเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม ด้านความสัมพันธ์ภาพระหว่างนักศึกษา กับเพื่อน ด้านสถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในกิจกรรม แตกต่างกันไป ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอก แตกต่างกันไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

คำสำคัญ : อิทธิพล, กิจกรรมภายใน, กิจกรรมภายนอก

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the level of factors influencing the participation of internal and external students of the Faculty of Accounting students. Bangkokthonburi University (2) to study the factors affecting the students' participation in internal and external activities of the accounting students. Bangkokthonburi University. The research model is quantitative research. The sample group was students of the Faculty of Accounting. Bangkokthonburi University, a total of 361 people, used a purposive sampling group using questionnaires as a tool to collect data. The statistics used in the analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, ANOVA, and Pearson's correlation coefficient.

The results of the research found that (1) factors influencing participation in activities At a high level ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.46) The most influential factor is The relationship between students and friends in terms of location, equipment and facilities in activities Personnel officers involved in organizing activities in terms of organizing activities, respectively. (2) Personal factors such as gender, class level, behavioral characteristics. The person who influenced the decision to participate in the event The period when students are interested in participating in the activity The frequency of participation in different activities affects the need to participate in both internal and external activities. that is no different As for the factors influencing participation, including the management of operational activities. Personnel officers involved in organizing activities The relationship between students and friends The location, equipment and facilities in the activities were different, resulting in the need to participate in both internal and external activities significantly different at the .05.

Keywords: influence, Internal activities, External activities

บทนำ

มนุษย์สัมพันธ์ ช่วยทำให้มนุษย์มาอยู่ร่วมกันเป็นสังคม ไม่ว่าจะสังคมขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ แต่ละคนที่มาอยู่ร่วมกันนั้น ต่างก็มีความแตกต่างกัน (Individual) ความแตกต่างกันในเรื่อง ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ เจตคติ รสนิยม ความคิดเห็น เขาวนปัญญา เป็นต้น แต่ถ้าทุกคนสามารถ ร่วมใจกัน ระดมความแตกต่างเหล่านี้ แล้วนำมาสร้างสรรค์ ให้เกิดสิ่งที่ดีใหม่ ๆ ขึ้นในสังคม ก็จะ ก่อให้เกิดเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

มนุษย์สัมพันธ์จึงสำคัญมาก ตั้งแต่หน่วยสังคมเล็กที่สุด คือ ครอบครัวไปจนถึง หน่วยสังคม ที่ ใหญ่ที่สุด คือ สมคมโลกและการสร้างมนุษย์สัมพันธ์ให้เกิดขึ้นในสถานศึกษาได้นั้น จะต้องมีกิจกรรม

ร่วมกัน ดังนั้น กิจกรรมนักศึกษาจึงเป็นกระบวนการทางการศึกษาที่มหาวิทยาลัยจะต้องจัดให้มีขึ้น เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้รู้จักสนิทสนม ปรีกษาหารือ ร่วมกันทำกิจกรรมกับเพื่อนๆ ที่ต่างคณะ เพื่อให้นักศึกษาได้ช่วยเหลือกันทางด้านวิชาการ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาของนักศึกษา โดยจะมี อาจารย์ประจำชมรมนักศึกษาคอยแนะนำและให้คำปรึกษา เพื่อให้การดำเนินการจัดกิจกรรมของ นักศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเดินไปในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม ในการจัดกิจกรรม ให้นักศึกษาซึ่งเป็นการสนับสนุนและเป็นการส่งเสริมให้นักศึกษามีแรงกระตุ้นให้รู้จักคิด ซึ่งในการ จัดกิจกรรมนั้นยังสามารถที่จะเป็นแนวให้รู้จักการสร้างสรรค์กิจกรรมดีๆ ที่เป็นประโยชน์ให้กับสังคม แล้วยังเป็นการได้ยังประสบการณ์ที่เกิดจากการทำกิจกรรมต่างๆอีกด้วย

ดังนั้นการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของนักศึกษา คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ทั้ง กิจกรรมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ก็ย่อมมีความสำคัญเช่นเดียวกัน เนื่องจากจะเป็นตัว ผลักดันให้การดำเนินงานของสถานศึกษาก้าวไปสู่คุณภาพและมาตรฐานตามนโยบายของแต่ละ สถานศึกษาและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ แม้กิจกรรมจะ ไม่ได้บังคับอยู่ในหลักสูตร แต่สถานศึกษาก็ได้กำหนดให้นักศึกษาต้องเข้าร่วมกิจกรรม จึงสามารถทำ เรื่องจบได้ อย่างไรก็ตามในสถานการณ์ช่วงนี้ มีโรคติดต่อระบาด จึงไม่สามารถจัดกิจกรรมได้ แต่ทาง คณะบัญชียังให้ความสนใจที่จะศึกษา เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของอาจารย์ฝ่ายกิจการนักศึกษา ดังนั้นแล้วผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในกิจกรรม ทั้งภายในและภายนอกของนักศึกษา และเพื่อเป็นข้อมูลแนวทางในการวางแผนบริหารจัดการด้าน กิจกรรมของคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของนักศึกษาทั้งภายในและภายนอก ของนักศึกษาคณะบัญชีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในกิจกรรมทั้งภายในและ ภายนอก ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

สมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในกิจกรรมทั้ง ภายในและภายนอกของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี แตกต่างกัน
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมของ นักศึกษาในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีสัมพันธภาพระหว่างบุคคล

สัมพันธภาพระหว่างบุคคล เป็นผลรวมของการปฏิบัติและการกระทำระหว่างบุคคลซึ่ง เกิดจากการที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ได้มีส่วนร่วมในการติดต่อสื่อสารหรือทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน โดยใช้ความอดทนความรักใช้ ความเข้าใจอันดี และการให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดการยอมรับในการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมโดย อิวานส์ (อมรพรรณ ประจันต-วนิชย์.2550:28; อ้างอิงจาก Evans.1996: Online) อธิบายทฤษฎีสัมพันธภาพระหว่างบุคคล ของ ชูลิแวน ผู้ซึ่งศึกษาพฤติกรรมในการอยู่ร่วมกันของบุคคลว่าพฤติกรรมและบุคลิกภาพของมนุษย์เป็นผลมาจากสัมพันธภาพระหว่างบุคคล บุคคลไม่สามารถแยกความสัมพันธ์ของตนกับบุคคลอื่นได้เลย ตั้งแต่เกิดจนตาย ซึ่ง ชูลิแวน เชื่อว่าทฤษฎีสัมพันธภาพระหว่างบุคคลของเขาเกิดจากความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ 2 ประการคือ 1) ความต้องการความพึงพอใจ(Satisfaction) เป็นความต้องการทาง สรีรวิทยา เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ เป็นต้น และ 2) ความต้องการความ มั่นคง (Security) เป็นความต้องการด้านจิตสังคมรวมถึงความสุขสบายใจ การมีความคิด มีค่านิยมอยู่ ในกรอบที่สังคมยอมรับสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ อยู่ที่สัมพันธภาพระหว่างบุคคล โดยที่บุคคลจะได้รับความ อุ่นใจเพราะมีเพื่อน

ประเภทและลักษณะของการจัดกิจกรรมนักศึกษา

สุชาญ โภคิน (2546: 40 - 41) ได้สรุป ประเภทกิจกรรม พัฒนานักศึกษา เพื่อให้นักศึกษามี ความคิดริเริ่มและความคิดสร้างสรรค์

1. กิจกรรมด้านพัฒนาความคิดและการระดมสมอง เพื่อทำให้นักศึกษารู้จัก
2. กิจกรรมด้านภาษา การเข้าค่ายภาษาอังกฤษนับว่าสำคัญมาก เพราะปัจจุบันนี้ ภาษาอังกฤษมีความจำเป็นมากในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ หรือนักศึกษาทุกคนน่าจะต้องมีภาษาที่สองในชีวิต ซึ่งอาจจะเป็นภาษาเยอรมัน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาฝรั่งเศส ฯลฯ ก็ได้
3. กิจกรรมด้านการฝึกการแก้ปัญหาและตัดสินใจ เพราะในฐานที่จะต้องเป็นผู้นำกลุ่มในอนาคตหรือแม้แต่จะเป็นหัวหน้าหรือผู้บริหารความรู้พื้นฐานในเรื่องนี้นับว่าจำเป็นมาก เพราะจะต้องสามารถนำไปปฏิบัติได้ในการทำงาน
4. กิจกรรมด้านการส่งเสริมคุณภาพ รายการแข่งขันกับตลาดโลกของธุรกิจและอุตสาหกรรม นั้น ปัจจุบันนี้มีการพูดถึงเรื่องของ ISO 9000 กันมาก นั่นก็คือ ระบบคุณภาพมาตรฐาน ซึ่งนักศึกษา รุ่นใหม่จะต้องเรียนรู้และมีความเข้าใจ เพราะเป็นคุณภาพมาตรฐานที่ทั่วโลกยอมรับ องค์กร/ หรือสถานประกอบการใดไม่มีใบรับรองมาตรฐาน (ISO 9000 Certificate) ก็จะถูกกีดกันทางการค้า ไม่สามารถที่จะส่งออกไปขายในตลาดโลกได้ และยังรวมถึงคุณภาพมาตรฐานในการให้บริการด้วย
5. กิจกรรมด้านการทำงานเป็นทีม ปัจจุบันหลายองค์กร/ สถานประกอบการนิยมจัดกิจกรรม อย่างหนึ่งที่เรียกว่ากิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์จุดประสงค์ คือ ต้องการให้รู้จักการทำงานเป็นทีม ให้รู้จักการ ร่วมมือและการประสานงานที่ดี มีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบร่วมกันมีความสัมพันธ์กัน โดยมี จุดประสงค์หรือความคาดหวังร่วมกันเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ

6. กิจกรรมด้านเกมการจัดการ เป็นการทำกิจกรรมกลุ่มในลักษณะหลายรูปแบบ เช่น มีการฝึกเรื่องของการอภิปรายแบบกลุ่ม กิจกรรม 5 ส. การแสดงบทบาทสมมติ ซึ่งล้วนแล้วแต่ช่วยสร้างประสบการณ์และพื้นฐานความรู้ให้มีทักษะทางการจัดการได้เป็นอย่างดี

7. กิจกรรมด้านการสร้างจิตสำนึกในความปลอดภัยในการทำงาน โดยเฉพาะในปัจจุบันนี้ ได้มีอนุกรมมาตรฐานความปลอดภัย คลื่นที่เรียกว่า ISO 9000 มาบังคับใช้ทั่วโลก ถ้านักศึกษาไม่มีความเข้าใจหรือเคยร่วมกิจกรรมประเภทนี้เลย เวลาเข้าไปทำงานในองค์กร/ สถานประกอบการที่ทันสมัย ก็อาจจะเกิดปัญหาได้ จึงควรมีการจัดกิจกรรมด้านนี้ด้วย

8. กิจกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพราะยังมีอนุกรมระบบมาตรฐานโลกอีกตัวหนึ่ง คือ ISO 14000 ที่เน้นในเรื่องของสิ่งแวดล้อมทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ฝุ่นละออง การใช้สารเคมี ความร้อน เสียง แสง การสิ้นสละเทือน การควบคุม และขจัดมลพิษต่างๆ ฯลฯ ไม่ใช่เน้นเฉพาะเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ และการอนุรักษ์สัตว์ป่าเท่านั้น จึงนับว่าเป็นกิจกรรมที่มีความหลากหลายกว้างขวางมาก

9. กิจกรรมด้านการพัฒนาจิตใจหรือสุขภาพจิต โดยการจัดกิจกรรมประเภทนี้ อาจจัดในรูปแบบโครงการ เช่น บวชบ้นติตเพื่อความเป็นบ้นติต ซึ่งผลที่ได้รับจากการจัดโครงการนี้ทำให้ผู้ที่ผ่านกิจกรรมนี้มีคุณธรรม และมีความรู้กว้างขวางขึ้น สามารถเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติได้

10. กิจกรรมด้านมนุษยสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่ช่วยให้คนรู้จักการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ หลักของการทำงานร่วมกับผู้อื่น หลักของการปรับตัวให้เข้ากับหมู่คณะหรือสังคมได้ รวมทั้งเมื่อออกไปทำงานแล้วยังสามารถไปช่วยจัดกิจกรรมส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ให้กับองค์กร สถานประกอบการต่างๆ ได้อีกด้วย

แนวทางการจัดกิจกรรมนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

จิตรัตน์ บุญนุษ (2543) ได้กล่าวถึงการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อนักศึกษาที่ให้นักศึกษาได้รับประโยชน์ต่างๆ ดังนี้

1. ด้านวิชาการและสติปัญญา กิจกรรมนักศึกษาเป็นส่วนเสริมและสนับสนุนการเรียนในชั้นเรียน การจัดกิจกรรมได้ดีก็จะสามารถนำเอาความรู้จากชั้นเรียนมาประยุกต์กับสภาพแวดล้อมรอบชั้นเรียนได้

2. ด้านสังคม กิจกรรมนักศึกษาช่วยสอน และฝึกทักษะพิเศษในการติดต่อกันในสังคม ช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจถึงอิทธิพลและแรงผลักดันของสังคมและวัฒนธรรม ทำให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีในการเข้าสังคมได้มากขึ้น ดังนั้น กิจกรรมจึงเป็นห้องปฏิบัติการที่มีค่าอย่างยิ่งของคนในสังคม

3. ด้านการอยู่ร่วมกัน กิจกรรมช่วยให้นักศึกษาได้มีปฏิสัมพันธ์กันเอง ช่วยให้นักศึกษาทำงานร่วมกัน อยู่ร่วมกัน ประชุมร่วมกัน ประสานงานและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ฝึกการรับผิดชอบในการทำงานกลุ่ม

4. ด้านพัฒนาการในตัวนักศึกษา กิจกรรมเป็นสิ่งที่ช่วยงานในด้านพัฒนาการของนักศึกษาให้บรรลุผลจากการที่ทราบลักษณะและภูมิหลังของนักศึกษาเกี่ยวกับความสนใจ สุขภาพร่างกาย และ

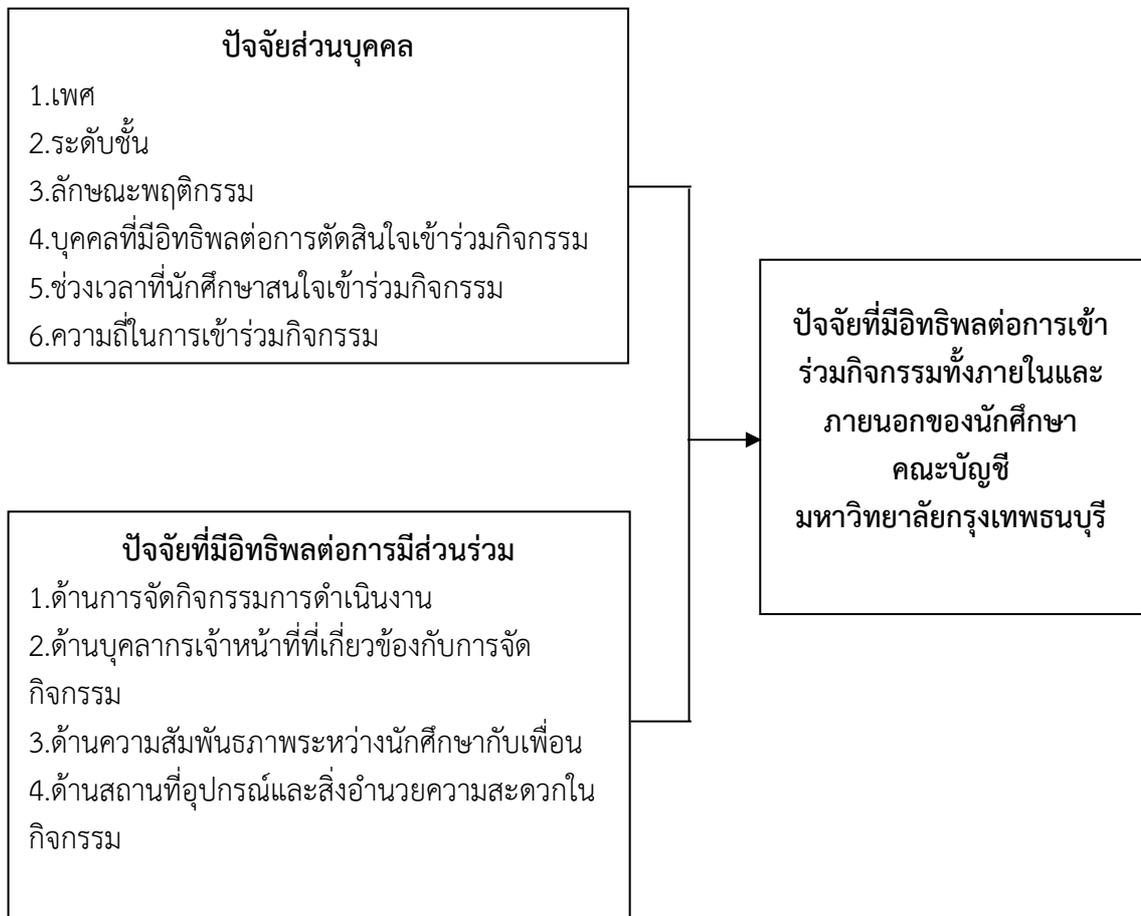
พื้นฐานทางสังคม ก็สามารถที่จะจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับการพัฒนาของนักศึกษาในแต่ละชั้นได้ เป็นการช่วยให้นักศึกษาปรับตัวฝึกฝนตัวเองเพื่อชีวิตในอนาคต

5. ฝึกการเป็นผู้นำและการใช้ชีวิตในระบบประชาธิปไตย กิจกรรมช่วยเตรียมนักศึกษา เพื่อการมีชีวิตในสังคม และได้เรียนรู้การเป็นพลเมืองดี มีโอกาสพัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี

6. เกิดความรักสถาบันและรักการให้บริการชุมชน กิจกรรมเปิดโอกาสให้เกิดการรวมตัวกัน เป็นเอกภาพในสถาบัน ช่วยให้นักศึกษาได้รู้จักการมีส่วนร่วมกับสถาบันชุมชนที่ตนอยู่ด้วยและนำไปสู่ การให้ของสังคม

7. ระบบพลังของนักศึกษา กิจกรรมช่วยให้นักศึกษาได้ใช้เวลาว่างไปในทางที่สร้างสรรค์โดย อาจารย์และผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับกิจกรรมนั้นด้วย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำนวน 361 คน ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 361 ราย ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของนักศึกษาทั้งภายในและภายนอก ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2564 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2565 โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มี 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ ระดับชั้น ลักษณะพฤติกรรม บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม ช่วงเวลาที่นักศึกษาสนใจเข้าร่วมกิจกรรม ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย กรุงเทพธนบุรี ได้แก่ ด้านการจัดกิจกรรมการดำเนินงาน ด้านบุคลากรเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม ด้านความสัมพันธ์ภาพระหว่างนักศึกษาด้วยกัน เพื่อน ด้านสถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในกิจกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอก ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่

2.1 สถิติทดสอบแบบ t-test

2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance or ANOVA)

2.3 วิธีการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

อธิบายถึงสิ่งที่ได้จากการศึกษาหรือวิจัย ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล และการแสดงผลการทดสอบสมมติฐาน และการวิจารณ์ผลการวิจัย ซึ่งการรายงานผลการวิจัยและการวิจารณ์นั้น ควรยึดวัตถุประสงค์ และสมมติฐานของการวิจัยเป็นหลัก เพื่อชี้ให้เห็นว่าผลการวิจัยได้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างไรบ้างและสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้หรือไม่อย่างไร โดยเสนอหลักฐานข้อมูลอย่างเป็นระเบียบและเข้าใจง่าย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 361 คน พบว่าส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 87.53 เป็นเพศชาย ร้อยละ 12.47

ระดับชั้น ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 361 คน พบว่าส่วนใหญ่อยู่ ชั้นปี 2 ร้อยละ 31.03 ชั้นปี 1 ร้อยละ 27.42 ชั้นปี 3 ร้อยละ 26.59 ชั้นปี 4 ร้อยละ 14.96 ตามลำดับ

บุคลิกภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 361 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นประเภทสายกลาง ร้อยละ 65.93 ประเภทเก็บตัว ร้อยละ 20.78 ประเภทแสดงตัว ร้อยละ 13.29 ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 361 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพื่อน ร้อยละ 60.39 อาจารย์ผู้ดูแลกิจกรรม ร้อยละ 30.75 และผู้ปกครอง ร้อยละ 8.86 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่นักศึกษาสนใจเข้าร่วมกิจกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 361 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นช่วงเวลา 16.00น. - 19.00น. ร้อยละ 51.80 ช่วงเวลา 13.00น. - 16.00น. ร้อยละ 26.04 และช่วงเวลา 09.00น.-12.00น. ร้อยละ 22.16 ตามลำดับ

ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 361 คน พบว่าส่วนใหญ่จัดกิจกรรม 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 42.38 จัดกิจกรรม 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 32.41 จัดกิจกรรม 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 25.21 ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกของนักศึกษาคณะบัญชีมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษา กับเพื่อน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.53$, S.D. = 0.46) ด้านสถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในกิจกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.29) ด้านบุคลากรเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.74) ด้านการจัดกิจกรรมการดำเนินงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.47$, S.D. = 0.38) ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมของนักศึกษา ในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอก ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ใช้วิธีการทดสอบด้วยการแจกแจงแบบ t-test และใช้การวิเคราะห์แบบ ANOVA

ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยส่วนตัว เพศของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอก ที่ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนระดับชั้น ลักษณะพฤติกรรม บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม ช่วงเวลาที่นักศึกษาสนใจเข้าร่วมกิจกรรม ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอก ที่ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอก ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ธนบุรี แตกต่างกัน พบว่า

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ค่า นัยสำคัญทางสถิติ (Sig.)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอก แตกต่างกัน	
			ยอมรับ	ปฏิเสธ
ด้านการจัดกิจกรรมการดำเนินงาน	.379	.000	✓	
ด้านบุคลากรเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม	.543	.000	✓	
ด้านความสัมพันธ์ภาพระหว่างนักศึกษาด้วยกัน	.326	.000	✓	
ด้านสถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในกิจกรรม	.588	.000	✓	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทุกด้าน ได้แก่ ด้านการจัดกิจกรรมการดำเนินงาน ด้านบุคลากรเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม ด้านความสัมพันธ์ภาพระหว่างนักศึกษาด้วยกัน ด้านสถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในกิจกรรม ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอก ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .05

อภิปรายผล

1.ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกของนักศึกษาคณะบัญชีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.46) ด้านที่มากที่สุด คือ ด้านความสัมพันธ์ภาพระหว่างนักศึกษาด้วยกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เพื่อนมักจะชักชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมเสมอ มีความสนิทสนมกัน เข้ากับเพื่อนได้ทุกคน ได้รับการยอมรับจากเพื่อน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย อมรเทพ สีนวนสูง (2559) และสอดคล้องกับ ศักดา ตั้งตระกูล วราพร บัวพรม และปรานทิพย์ เสยกระโทก (2560) ที่ นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการร่วมกิจกรรมโดยรวม และรายด้าน

ระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ มหาวิทยาลัยมีนโยบายสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่ครอบคลุมกิจกรรมทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านกีฬา ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านวิชาการ และด้านบำเพ็ญประโยชน์ เพื่อให้ให้นักศึกษาได้มีโอกาสในการทำกิจกรรมตามความถนัดและความสนใจ เพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้และความพร้อมในทุกๆด้าน เพื่อให้ได้เป็นไปตามคุณลักษณะ บัณฑิตที่พึงประสงค์ของสถาบัน สอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ที่มุ่งให้ความสำคัญกับการที่ผู้เรียนจะมีเวลาพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในห้องเรียนอย่างเหมาะสมกับผู้เรียนแต่ละระดับ ช่วงชั้น ส่งเสริมการพัฒนาการดำเนินชีวิต และจิตอาสาต่อการพัฒนา

2. ปัจจัยส่วนตัว เพศ ระดับชั้น ลักษณะพฤติกรรม บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม ช่วงเวลาที่นักศึกษาสนใจเข้าร่วมกิจกรรม ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอก ที่ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ โชติมา แก้วทอง (2561) ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัยของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน นิสิตมีส่วนร่วมกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัยในภาพรวม ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 1.68$, S.D. = .53) และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศมีผลต่อการมีส่วนร่วมกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทุกด้าน ได้แก่ ด้านการจัดกิจกรรมการดำเนินงาน ด้านบุคลากรเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม ด้านความสัมพันธ์ภาพระหว่างนักศึกษากับเพื่อน ด้านสถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในกิจกรรม ส่งผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งภายในและภายนอก ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 อาจเป็นเพราะความคาดหวังต่อกิจกรรมของนักศึกษาแต่ละคนไม่เท่ากัน จึงทำให้มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัชณี ภูสุวรรณ (2557) การบริหารแบบมีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจกรรมนักศึกษา กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า 1) การบริหารแบบมีส่วนร่วม อยู่ในระดับมาก 2) การดำเนินกิจกรรมนักศึกษา กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อยู่ในระดับมาก และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจกรรมนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยความสัมพันธ์ทิศทางบวกในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยทำให้ได้ทราบถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมภายในและภายนอก ครั้งนี้จะนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางการวางแผนบริหารจัดการด้านกิจกรรมของคณะบัญชี และนำเสนอต่อสำนักกิจกรรมนักศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการวางแผนและนโยบายต่างๆเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกของมหาวิทยาลัยต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กว้างขึ้น ควรศึกษากลุ่มประชากรทุกคณะ ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี และควรรักษาในด้านกิจกรรมที่นักศึกษาสนใจ และเหตุผลในที่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งกิจกรรมภายในและภายนอก

เอกสารอ้างอิง

- โชติมา แก้วทอง. (2561). **ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัยของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา.**
- จิตรรัตน์ บุญสุข. (2543). **การพัฒนากิจกรรมนิสิตนักศึกษา. กรุงเทพฯ : ทบวงมหาวิทยาลัย.**
- รัชนี้ ภูสุวรรณ์. (2557). **การบริหารแบบมีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจกรรมนักศึกษา กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ในวิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.**
- ศักดิ์ดา ตั้งตระกูล, วราพร บัวพรม และ ปรางทิพย์ เสยกระโทก. (2560). **ทัศนคติของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม. ในรายงานสืบเนื่องการประชุมสัมมนาวิชาการ. การนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 17. พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.**
- สุชาญ โกลสิน. (2546). **การปรับตัวของครูอาจารย์ในยุคไฮเทค, วารสารวิชาการ. 12(24) : 53-64.**
- อมรพรรณ ประจันตวนิชย์. (2550). **ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานและปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของ บุคลากรในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปริญญาโทปริญญาการศึกษา มหาบัณฑิต (สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.**
- อมรเทพ สีนวนสูง. (2559). **ความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. Veridian E-Journal สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ.**

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี

Factors Influencing Consumers' Decision to Use Food Delivery Service Via Application in Nonthaburi Province

อัญชลี พุทรวงษ์¹, ณัชชา กริมใจ² และนภัทร จันทรารมณ³

Achalee Puttawong¹, Natcha Krimjai² and Napat Chantararome³

¹นักศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี e-mail: anchalee.tuktuk27@gmail.com

Graduate Student in Master of Business Administration, Bangkokthonburi University.,

²⁻³อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Lecturer, Master of Business Administration Program, Bangkokthonburi University.,

¹e-mail: anchalee.tuktuk27@gmail.com, ²⁻³bkkthon.natcha@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี (2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ และ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี

รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรคือ ผู้มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ที่อยู่อาศัยทำงาน หรือกำลังศึกษาในจังหวัดนนทบุรี ที่เคยใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ที่อยู่อาศัยทำงาน หรือกำลังศึกษาในจังหวัดนนทบุรี ที่เคยใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน จำนวน 405 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ Independent-Sample t-Test สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และ สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า (1) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ใช้แอปพลิเคชันแกร็บ (Grab) ส่งอาหารเดลิเวอรี่บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.68 ความถี่ในการส่งอาหารเดลิเวอรี่ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 58.03 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 101-200 บาทในการส่งอาหารเดลิเวอรี่ต่อ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.07 ประเภทอาหารที่ส่งเดลิเวอรี่ คือ อาหารไทย คิดเป็นร้อยละ 83.71 และมีเอากลางวันมีการส่งอาหารเดลิเวอรี่บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.08 (2) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคใน

จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และอาชีพ (3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา

คำสำคัญ: แอปพลิเคชัน บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่

Abstract

The objectives of this research: (1) To study the behavior of consumers in Nonthaburi Province using food ordering service via application (2) To study the demographic factors influencing consumers' decision to order food delivery service via application in Nonthaburi Province. Classified by demographic characteristics such as gender, age, monthly income, Education level and career and (3) To study the factors of marketing mix (7Ps) that influence the decision to use food ordering service via application of consumers in Nonthaburi Province

This research is quantitative research. The population is people aged 18 years and over, living, working or studying in Nonthaburi Province. who used to order food delivery through the application. The sample group was People aged 18 years and over, residing, working or studying in Nonthaburi Province 405 people who used to order food delivery through the application. Use a specific randomization method. by using questionnaires as a tool to collect data. The statistics used in the analysis were frequency distribution tables, percentage values, arithmetic mean, standard deviation, Independent-Sample t-Test, One-Way ANOVA and Regression Analysis.

Major Findings: (1) Information about the behavior of using the delivery service through the application of consumers in Nonthaburi Province. Use Grab app to order food delivery most often. accounted for 45.68%. The frequency of ordering food delivery 3-4 times a week. accounted for 58.03%. Average cost of 101-200 baht for one delivery order, equivalent to 54.07%. The type of food ordered for delivery is Thai food, accounting for 83.71% and Lunch is the most frequently ordered delivery, accounted for 53.08%. (2) Demographic factors influencing consumers' decision to order food delivery service via application in Nonthaburi province include sex, age, income and occupation. (3) Marketing mix factors (7Ps) influencing consumers' decision to order food delivery service via application in Nonthaburi Province are place, product and price.

Keywords: Application, Food delivery service

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจการจัดส่งอาหารไปยังที่พัก มีการพัฒนาอย่างมากซึ่งมีผลมาจากการที่ผู้บริโภคคนไทยที่มีพฤติกรรมการบริโภคที่ชอบความสะดวกสบาย จึงนิยมสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้น ซึ่งแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน (Smart Phone) สามารถเชื่อมต่อข้อมูลและให้บริการด้านต่างๆ ซึ่งได้เพิ่มความสามารถให้กับโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน (Smart Phone) และยิ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งานในต่างๆรวมถึงการสั่งอาหารออนไลน์ ที่มีแนวโน้มเลือกใช้ใช้บริการจัดส่งอาหาร (Delivery) เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ แต่เดิมนั้นการบริการจัดส่งอาหาร มีเฉพาะร้านอาหารเช่น Pizza Company และ KFC ที่เป็นธุรกิจฟาสต์ฟู้ด และมีการให้บริการส่งถึงบ้าน (Home Delivery) เป็นบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการบริโภคได้เป็นอย่างดีและเป็นที่ยอมรับใช้กันอย่างแพร่หลาย เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

ประกอบกับสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศ ที่เห็นได้ว่า จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวันมีจำนวนมาก ทำให้ภาครัฐมีมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด โดยมีมาตรการความปลอดภัยสำหรับการให้บริการของร้านอาหารที่เข้มงวด มีการจำกัดจำนวนลูกค้าที่นั่งบริโภคภายในร้าน และในช่วงที่แพร่ระบาดอย่างหนัก ภาครัฐออกมาตรการเข้มงวดไม่ให้ลูกค้านั่งบริโภคที่ร้าน ลูกค้าต้องซื้อกลับบ้านเท่านั้น ส่งผลให้บริการจัดส่งอาหารเดลิเวอรีกลายเป็นช่องทางสร้างรายได้หลักของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร นอกจากนี้ ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารเดลิเวอรีหลายรายได้เร่งทำการตลาด มีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดและยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดส่ง เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านอาหาร และดึงดูดผู้บริโภครายใหม่ให้เข้ามาทดลองใช้งานในแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันของตน และเพิ่มความถี่ในการใช้งานของผู้บริโภครายเดิม

ไทยโพสต์ (2564) ได้ให้ข้อมูลว่า ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ทั้งปี 2564 ปริมาณการสั่งอาหารจัดส่งที่บ้านน่าจะมีจำนวนไม่น้อยกว่า 120 ล้านครั้ง หรือเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่าตัว เมื่อเทียบกับช่วงก่อนโควิด-19 ในปี 2562 ที่มีจำนวนประมาณ 35-45 ล้านครั้ง ซึ่งวิถีการใช้ชีวิตประจำวันท่ามกลางการระบาดของโควิด-19 ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการจัดส่งอาหารไปยังที่พัก โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้สรุปการเปลี่ยนแปลงเทรนด์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่น่าสนใจ ดังนี้ ระดับราคาเฉลี่ยต่อครั้งที่สั่งลดลงร้อยละ 20-25 จากปีก่อน จากปัจจัยด้านกำลังซื้อและการแข่งขันโปรโมชั่นของผู้ประกอบการ โดยผู้บริโภคหันมาสั่งอาหารในระดับราคาที่สอดคล้องกับกำลังซื้อ

จากการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารที่ต้องแข่งขันกันมากในปัจจุบัน ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารแต่ละรายต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้า แต่ละร้านต้องมีการจัดทำโปรโมชั่นราคาพิเศษ มีการปรับรูปแบบของเมนูอาหาร เพื่อให้ตรงใจลูกค้าตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มากที่สุด และจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ความนิยมในการสั่งอาหารเดลิเวอรีได้เพิ่มขึ้นมาก มีการขยายพื้นที่การส่งอาหารออกไปสู่บริเวณกรุงเทพฯ รอบนอก และพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างกรุงเทพฯ-ปริมณฑลมากขึ้น สอดรับกับการปรับรูปแบบการทำงานของภาคธุรกิจมาเป็น Work from home ที่รัฐบาลได้มีมาตรการล็อกดาวน์ มีการเว้นระยะห่างทางสังคม ลดการเดินทาง คนต้องอยู่บ้าน ธุรกิจต้องปรับตัวให้พนักงานทำงานจากที่บ้าน ซึ่งจะเห็นว่า หลังจากการระบาดของโควิด-19 ในเดือนเมษายน 2564 พบว่าผู้บริโภคทั้งในเขตกรุงเทพฯ

และปริมาณลดลง ได้หันมาสั่งอาหารบริเวณใกล้ที่พักมากขึ้น ส่งผลให้ระยะทางเฉลี่ยในการจัดส่งอาหารลดลง ทำให้ผู้บริการแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารเดลิเวอรี่ได้ปรับมาทำการตลาดร่วมกับพาร์ทเนอร์ ทั้งร้านอาหารและผู้จัดส่งอาหารในบริเวณดังกล่าวมากยิ่งขึ้น

โดยจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันนี้ แอปพลิเคชันสั่งอาหารเดลิเวอรี่ได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีไว้ติดเครื่อง ไม่ว่าจะสั่งจากที่บ้าน ที่ทำงาน หรือที่ไหนๆ โดยเราสามารถสั่งอาหารได้ในขณะที่เราไม่ต้องการเดินทาง ไม่อยากออกจากบ้าน แล้วยังสะดวกสบาย รออาหารมาส่งถึงที่ ไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง ไม่ต้องหาที่จอดรถ จึงยอมเสียค่าบริการที่เพิ่มขึ้นเพื่อแลกกับความสะดวกสบาย ซึ่งค่าใช้จ่ายบางกรณีแทบไม่ต่างจากการเดินทางไปซื้อด้วยตัวเอง แอปพลิเคชันสั่งอาหารเดลิเวอรี่จึงเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์ผู้ใช้เป็นอย่างมาก และยิ่งในสถานการณ์ของโรคระบาดอย่าง COVID-19 ที่ยังคงมีการระบาดอย่างต่อเนื่อง ทำให้คนพยายามจะล็อกดาวน์ตัวเอง ระมัดระวังหลีกเลี่ยงในการพบปะผู้คนนอกบ้าน คนไม่ชอบออกไปไหนมาไหน ไม่อยากไปรับประทานอาหารที่ร้าน ยิ่งทำให้มีผู้ใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารเดลิเวอรี่มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจบริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่เติบโตเร็วมากในช่วง 1-2 ปีนี้ จากความสะดวกสบายในการใช้งาน แอปพลิเคชันสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ทำให้ผู้บริโภคนิยมใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารเดลิเวอรี่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในจังหวัดนนทบุรีที่มีผู้นิยมใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารเดลิเวอรี่จำนวนมาก ราชกิจจานุเบกษา (2564) ได้เผยแพร่ประกาศสำนักทะเบียนกลาง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ระบุดัชนีประชากรจังหวัดนนทบุรีมีจำนวน 1,276,745 คน โดยจังหวัดนนทบุรีมีพื้นที่ครอบคลุม 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี บางกรวย บางใหญ่ บางบัวทอง ไทรน้อย และปากเกร็ด ซึ่งมีพื้นที่ติดกับกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคของจังหวัดนนทบุรีมีความนิยมในการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันเป็นจำนวนมากเช่นกัน ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวันในยุคนี้

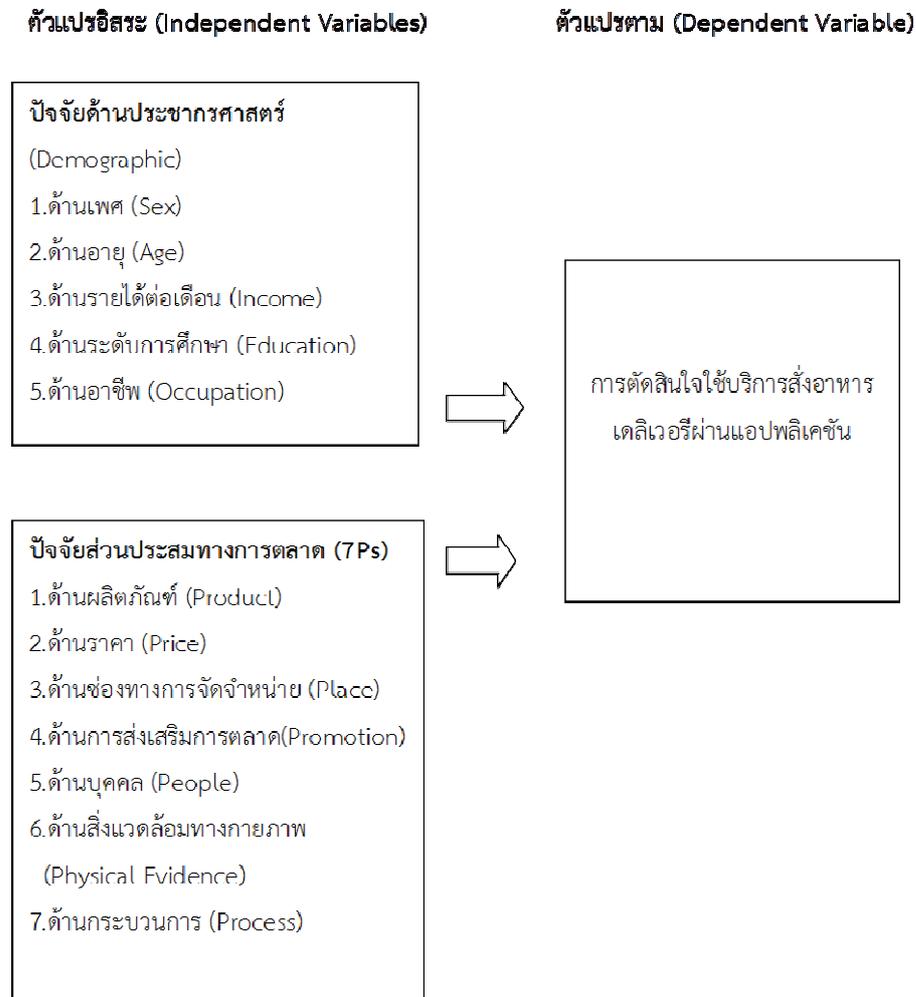
จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี มีความต้องการในการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันอย่างไร และมีปัจจัยทางการตลาดใดบ้าง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาของผู้ประกอบการธุรกิจแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารในปัจจุบัน และดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และ อาชีพ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัยโดยสามารถเขียนกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีวิจัยในรูปแบบของการสำรวจ (Survey Research) ซึ่งการเก็บข้อมูลจะใช้เครื่องมือที่เรียกว่า แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบกับการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับสรุปผลการวิจัย เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรมีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ที่อยู่อาศัย ทำงาน หรือ กำลังศึกษาในจังหวัดนนทบุรี ที่เคยใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน

2.2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ที่อยู่อาศัยทำงาน หรือกำลังศึกษาในจังหวัดนนทบุรี ที่เคยใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอน ทำให้การวิจัยในครั้งนี้ จะกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบประชากร โดยใช้สมมติฐานที่กำหนดว่าข้อมูลมีการกระจายตัวแบบปกติ (Normal Distribution) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยได้กำหนดระดับความแปรปรวนสูงสุด คือ $p=0.5$ และ $q=0.5$ ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% หรือ 0.95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 ดังนั้น จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้จัดทำแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นอีก 5% รวมเป็นทั้งหมด 405 ตัวอย่าง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 วิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่เป็นอิสระต่อกัน ใช้สถิติ Independent-Sample t-Test ในการทดสอบความแตกต่าง

2.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และอาชีพ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบตัวแปรมากกว่า 2 ตัว โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

3. วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.44 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 55.56 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.03 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.85 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 43.21 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.04

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชัน

พฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของกลุ่มตัวอย่าง มีการใช้แอปพลิเคชันแกร็บ (Grab) ในการสั่งอาหารเดลิเวอรีบ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.68 มีความถี่ในการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชัน 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 58.03 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 101-200 บาทในการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันต่อ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.07 ประเภทอาหารที่สั่ง คือ อาหารไทย คิดเป็นร้อยละ 83.71 และช่วงเวลามื้อกลางวันมีการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันบ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.08

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี

จากการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันพบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.81 : เห็นด้วยมากที่สุด) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.75 : เห็นด้วยมากที่สุด) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.48 : เห็นด้วยมากที่สุด) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.43 : เห็นด้วยมากที่สุด) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.35 : เห็นด้วยมากที่สุด) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.32 : เห็นด้วยมากที่สุด) และปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.27 : เห็นด้วยมากที่สุด)

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยอิสระที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุด 5 อันดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องการสั่งซื้ออาหารทำได้ง่าย อาหารแยกหมวดหมู่ชัดเจน คั้นหาง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.95 : เห็นด้วยมากที่สุด) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องการติดตามสถานะการขนส่งได้ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.94 : เห็นด้วยมากที่สุด) ปัจจัยด้านบุคคลในเรื่องพนักงานมีทักษะในการจัดส่งอาหาร และสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.94 : เห็นด้วยมากที่สุด) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องมีการจัดกิจกรรมร่วมกับร้านอาหารจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.90 : เห็นด้วยมากที่สุด) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องมีช่องทางการชำระเงินที่สะดวก หลากหลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 4.89 : เห็นด้วยมากที่สุด)

การสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อตัวแปรตามเรื่องการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.98

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐาน เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหาร เดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เนื่องจากปัจจัยด้านเพศที่ต่างกัน จะส่งผลต่อความคิด การใช้ชีวิตต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เนื่องจากปัจจัยด้านอายุต่างกัน จะส่งผลต่อความคิด รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะคิด และพฤติกรรมการบริโภคที่ต่างกัน ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันน้อยกว่ากลุ่มอายุอื่น เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยเรียน ยังมีเงินไม่มาก จึงใช้บริการการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันน้อยกว่าผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุอื่น

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไปมีแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันน้อยกว่ากลุ่มรายได้อื่น เนื่องจากกลุ่มนี้มีความสำเร็จในหน้าที่การงาน มีความต้องการได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในระดับที่มาก ถ้าการสั่งอาหารเดลิเวอรี่มีปัญหา เช่น ความล่าช้า สั่งอาหารไม่ตรงเวลา สภาพอาหารไม่สดใหม่ อาหารไม่อร่อยเหมือนรับประทานที่ร้าน หรือปัญหาในการติดต่อเจ้าหน้าที่บริการ จึงทำให้กลุ่มนี้ไม่สั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันที่ไม่แตกต่างกันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้บริโภคทุกระดับการศึกษาสามารถเข้าถึงการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันได้

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจมี

ค่าเฉลี่ยการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันน้อยกว่าอาชีพอื่น เนื่องจากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจมักเป็นหน่วยงานที่ให้บริการประชาชน เช่น การไฟฟ้า การประปา เป็นต้น จะมีร้านอาหารบริการจึงทำให้พนักงานรัฐวิสาหกิจใช้บริการร้านอาหารที่หน่วยงานได้ ดังนั้นจากการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ในด้านเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และอาชีพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญ

การทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี จากการนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 มาทำการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ) สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี (ตัวแปรตาม) ได้ร้อยละ 41.2 โดยที่เหลืออีกร้อยละ 58.8 นั้นเกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีค่า P-Value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 นั้นมีทั้งหมด 3 ปัจจัย ในขณะที่ตัวแปรที่เหลือ 4 ปัจจัยนั้นมีค่า P-Value มากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยังไม่มีหลักฐานเพียงพอที่จะสรุปว่าส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี จากผลการวิเคราะห์สามารถเรียงลำดับตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา ในขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านปัจจัยผลิตภัณฑ์ ทั้งในเรื่องแอปพลิเคชันมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ แอปพลิเคชันมีชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์ที่ดี มีพาร์ทเนอร์ร้านอาหารมากมาย มีรายการอาหารให้เลือกหลากหลาย การจัดส่งอาหารรวดเร็วและส่งตรงเวลา และสภาพอาหารมีความสดใหม่ น่ารับประทาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี เนื่องจาก ผู้บริโภคมองในเรื่องราคา ทั้งในด้านราคาอาหารมีความเหมาะสม ไม่ตั้งราคาสูงกว่าหน้าร้านจนเกินไป ราคาจัดส่งเหมาะสมกับระยะทาง และเมื่อพิจารณาภาพรวม การใช้บริการจัดส่งอาหารมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ทำให้ผู้บริโภคได้รับได้

เนื่องจากผู้บริโภคมองที่ความคุ้มค่าจากการใช้บริการ ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปรับประทาน หรือไปซื้ออาหารที่ร้านด้วยตนเอง

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องการสั่งซื้ออาหารทำได้ง่าย อาหารแยกหมวดหมู่ชัดเจน ค้นหาง่าย แอปพลิเคชันจดจำได้ง่าย พื้นที่บริการครอบคลุมหลายพื้นที่ ติดตามสถานะการขนส่งได้ตลอดเวลา ช่วงเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม และมีช่องทางการชำระเงินที่สะดวกหลากหลายช่องทาง โดยผู้บริโภคต้องการความง่าย และความสะดวกสบายจากการใช้บริการ

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากผู้บริโภคสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันเพื่ออำนวยความสะดวก ดังนั้นผู้บริโภคจึงไม่นำปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมาเป็นปัจจัยในการพิจารณา

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านบุคคล ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากผู้บริโภคมองว่า บุคคลผู้ให้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันปฏิบัติหน้าที่ส่งอาหารให้เพื่ออำนวยความสะดวก จึงไม่ได้นำปัจจัยด้านบุคคลมาเป็นปัจจัยในการพิจารณา

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากแอปพลิเคชันสั่งอาหารเดลิเวอรี่โดยทั่วไปมีความทันสมัย มีร้านอาหาร และอาหารให้เลือกสั่งตามความพอใจ จึงไม่นำปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมาเป็นปัจจัยในการพิจารณา

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหารเดลิเวอรี่มีความสะดวก จึงไม่นำปัจจัยด้านกระบวนการมาเป็นปัจจัยในการพิจารณา

ดังนั้น จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยเห็นว่า มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผลตามสมมติฐานการวิจัย คือ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี 2) ปัจจัยด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี และ 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชัน ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แอปพลิเคชันมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ แอปพลิเคชันมีชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์ที่ดี มีพาร์ทเนอร์ร้านอาหารมากมาย มีรายการอาหารให้เลือกหลากหลาย การจัดส่งอาหารรวดเร็วและส่งตรงเวลา และสภาพอาหารมีความสดใหม่ น่ารับประทาน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ซึ่งผู้ให้บริการต้องสร้างมาตรฐานการให้บริการ ในเรื่องการจัดส่งอาหารที่รวดเร็ว ตรงตามเวลาที่แจ้งไว้ การรักษาสภาพอาหารให้มีความสดใหม่ น่ารับประทาน รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท การหาพาร์ทเนอร์ร้านอาหารเพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2. ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาอาหารมีความเหมาะสม ราคาจัดส่งเหมาะสมกับระยะทาง และเมื่อพิจารณาภาพรวม การใช้บริการจัดส่งอาหารมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชัน สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 โดยการที่ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชัน ผู้บริโภคจะต้องเสียค่าอาหารที่สูงกว่าราคาหน้าร้าน และเสียค่าบริการจัดส่ง ทำให้การสั่งอาหารเดลิเวอรีมีค่าบริการที่สูงกว่าการไปซื้อที่ร้านอาหารเอง ซึ่งถ้าราคาอาหารในแอปพลิเคชันไม่สูงกว่าหน้าร้านจนเกินไปนัก และราคาจัดส่งมีความเหมาะสมกับระยะทาง ทำให้ผู้บริโภคครบตรงจุดนี้ได้ เนื่องจากผู้บริโภคมองที่ความคุ้มค่าจากการจ่ายเงินตรงนี้ เทียบกับการได้รับความสะดวกสบายที่ไม่ต้องเดินทางไปรับประทาน หรือไปซื้อที่ร้านด้วยตนเอง ถ้าผู้ประกอบการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารเดลิเวอรีจัดเรื่องราคาได้เหมาะสม จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการได้ง่ายขึ้น

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การสั่งซื้ออาหารทำได้ง่าย อาหารแยกหมวดหมู่ชัดเจน ค้นหาได้ง่าย แอปพลิเคชันจดจำได้ง่าย พื้นที่บริการครอบคลุมหลายพื้นที่ การติดตามสถานะการขนส่งได้ตลอดเวลา ช่วงเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม และการมีช่องทางการชำระเงินที่สะดวกหลากหลายช่องทาง มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชัน สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารเดลิเวอรีต้องทำรูปแบบการใช้แอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย เพิ่มพื้นที่ให้บริการ และเพิ่มช่องทางการชำระเงินให้มีหลากหลายช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ผลของงานวิจัยนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี พร้อมระบุถึงระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยว่ามีระดับความสำคัญมากน้อยเพียงใด ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เพื่อเสนอแนะให้เป็นแนวทางสำหรับผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน ได้ดังนี้

1. ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันควรให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชัน หมั่นสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันให้เป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียงที่ดี เพื่อสร้างความรู้สึกดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น รวมถึงต้องมีการหาพาร์ทเนอร์ร้านอาหารใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ การเพิ่มตัวเลือกร้านอาหารใหม่ๆ การมีรายการอาหารให้เลือกอย่างหลากหลาย จะสามารถดึงดูดใจผู้มาใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีมากขึ้น และสิ่งที่สำคัญก็คือ การจัดส่งอาหารให้แก่ผู้บริโภคต้องรวดเร็วตรงเวลา โดยรักษาสภาพอาหารให้มีความสดใหม่ นำรับประทานซึ่งผู้ให้บริการแอปพลิเคชันต้องสร้างมาตรฐานการให้บริการในสิ่งเหล่านี้ให้ดี

2. ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันควรให้ความสำคัญในด้านราคา ถ้าจะบวกค่าบริการ หรือบวกค่าดำเนินการ ก็ไม่ควรให้ราคาอาหารในแอปพลิเคชันสูงกว่าราคาหน้าร้านจนเกินไป และตั้งราคาค่าจัดส่งให้เหมาะสมกับระยะทาง เนื่องจากราคาส่งผลทางบวกต่อทัศนคติ และการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน อาหาร ราคาต้องมีความสมเหตุสมผล เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายถ้าผู้ให้บริการบวกค่าบริการที่สูงมากไป จะทำให้ผู้บริโภคไม่ยอมใช้บริการ

3. ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันควรให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารต้องสามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน อาหารแยกหมวดหมู่ชัดเจน ค้นหาง่าย รวมถึงเรื่องการเงิน ผู้ให้บริการต้องอำนวยความสะดวกในการชำระเงิน และสร้างความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน เช่น การชำระเงินสด การชำระด้วยบัตรเครดิต การชำระด้วยบัตรเดบิต เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคได้รับทั้งความสะดวกในการชำระเงิน และปลอดภัยในการชำระเงิน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มขึ้น เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี จึงควรใช้เครื่องมืออื่นๆ ในการเก็บข้อมูลร่วมด้วย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ให้บริการจะได้นำข้อมูลไปพัฒนาปรับปรุงแอปพลิเคชันและการบริการได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

2. เพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากช่องทางอื่นๆ เพิ่มเติม นอกจากการกระจายแบบสอบถามทางออนไลน์ จะได้มีข้อมูลจากกลุ่มที่หลากหลาย เพื่อนำมาศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3. เนื่องจากมีปัจจัยอื่นที่ผู้วิจัยไม่ได้นำมาเป็นปัจจัยในการศึกษา ผู้ที่สนใจทำการศึกษาวินิจฉัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ทัศนคติ การใช้งานภายในแอปพลิเคชัน เป็นต้น เพื่อได้ข้อมูลปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชัน

เอกสารอ้างอิง

- ทิพย์ลาวัลย์ แก้วนิล, พิชญ์สินี ตัณฑเสนา และธนวัฒน์ ทีปะपाल. (2559). ความสัมพันธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมเลือกซื้ออาหารของผู้บริโภคในตลาดนัด. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี**, 5(1), 136-144.
- ไทยโพสต์. (2564). **ศูนย์วิจัยกิจการค้า ธุรกิจ Food Delivery ปี 64 มูลค่ารวมทะลัก 5.58 หมื่นล้านบาท โต 24.4%**. สืบค้นจาก www.thaipost.net
- ราชกิจจานุเบกษา. (2564). **ประกาศสำนักทะเบียนกลาง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563**. สืบค้นจาก www.ratchakitcha.soc.go.th
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2539). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิทธ์พัฒนา จำกัด.
- _____ (2541), **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด.
- _____ (2550), **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค.พิมพ์ครั้งที่ 6**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler Philip. (2003). **Marketing Management Eleventh Edition**. New jersey: Prentice Hall (Pearson Education).
- Payne, Adrinan. (1993). **The Essence of Service Marketing**. Great Britain: Prentic-Hill.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับฟังรายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Factors Influencing Listening Choices Educational radio program
in social media format, Facebook, Bangkok Thonburi University
radio station of students at Bangkok Thonburi University

พนม วรรณศิริ

Panom Wannasiri

สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบสื่อและการผลิตสื่อ คณะนิเทศศาสตร์, โทรศัพท์ 081-9335093

Faculty of Innovative Media Design and Media Production, Communication Arts, Bangkok Thonburi University

e-mail: panom.wan@bkkthon.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยของผู้ฟังที่มีต่อการเลือกรับฟังรายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางสังคมกับพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามปลายปิดและเปิด สถิติที่ใช้ คือ การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและ และสถิติอ้างอิงได้แก่ ไค-สแควร์ การทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการศึกษาพบว่า 1) โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการเพลงเป็นประจำในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. เป็นเวลา 1 – 2 ชั่วโมง ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook พฤติกรรมการรับฟังส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูง ความพึงพอใจต่อรายการอยู่ในระดับมาก 2) พฤติกรรมการรับฟังมีความสัมพันธ์กับลักษณะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) ความพึงพอใจของผู้ฟังต่อรายการมีความแตกต่างกันตามเพศ อายุ การศึกษา คณะที่ศึกษา และรายได้ โดยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการวิทยุออนไลน์โซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ของสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : รายการวิทยุออนไลน์, โซเชียลมีเดีย (Social Media), Facebook, การเลือกรับฟัง, พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study listeners' factors affecting the choice of listening to educational radio programs in the form of social media (Social Media), Facebook, Bangkok Thonburi University radio station. 2) To study the relationship between social characteristics and listening behavior of educational radio programs in social media format (Social Media) Facebook, Bangkok Thonburi University radio station of students of Bangkok Thonburi University 3) to study the differences of listeners' satisfaction with educational radio programs in form of social media (Social Media) Facebook, Bangkok Thonburi University radio station of students at Bangkok Thonburi University The sample group was students of Bangkok Thonburi University. It is a quantitative research. Exploratory research type 4 0 0 sets of questionnaires were used by simple random sampling. The tools used were closed-ended and open-ended questionnaires. The statistics used were frequency, percentage, arithmetic mean. standard deviation and reference statistics including chi-square, t-test and analysis of variance.

The results of the study found that 1) Overall, the respondents listened to music programs regularly during 12.01-18.00 hours for 1-2 hours via the Facebook application. Most of their listening behaviors were at a high level. Satisfaction with the program was at a high level. 2) The listening behavior was related to social characteristics. 3) Listeners' satisfaction with the program differed by gender, age, education, faculty and income, with overall satisfaction with pod online radio programs. Cast (Podcast) of Bangkok Thonburi University radio station at a high level

Keywords: Online radio programs, social media, Facebook, listening selection, radio listening behavior

บทนำ

รายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) ที่เผยแพร่ผ่านทางรูปแบบ(Platform) Facebook ปัจจุบันเป็น สื่อมวลชนที่มีการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ภูมิทัศน์สื่อได้เปลี่ยนแปลงไป ในโลกยุคสังคมข่าวสาร ทำให้กระแสของการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เครื่องมือทางวัฒนธรรมและสังคมได้ทวีบทบาทความสำคัญมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันสื่อมวลชนได้มีการเปลี่ยนแปลงซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย **รายการวิทยุออนไลน์** เป็นสื่อสมัยใหม่ที่อยู่ใน Platform

รูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ซึ่งได้กลายเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่สร้างผลกระทบทางวัฒนธรรมอย่างมาก และดำรงตนอยู่ในฐานะเครื่องมือสื่อสารซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาแบบบูรณาการ เพื่อเชื่อมโยงเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง สังคม และวัฒนธรรม

ในอดีตรายการวิทยุถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา อุตสาหกรรมบันเทิงไทยที่สามารถสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ และส่วนส่วนหนึ่งของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ถือเป็นองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาประเทศ การดำเนินของหน่วยงานทั้งราชการและเอกชนจึงต้องใช้บริการบุคลากรผู้มีความรู้และความเชี่ยวชาญทางด้านรายการวิทยุออนไลน์ เป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาดังกล่าว รายการวิทยุออนไลน์ จึงนับได้ว่าเป็นวิชาชีพที่ได้รับความนิยมขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ส่งผลให้รายการวิทยุออนไลน์ ในประเทศไทยมีมูลค่าการตลาดสูงนับพันล้านบาทต่อปี

วิทยุ ถือเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีผู้รับสารในฐานะของผู้ฟังเป็นจำนวนมาก เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีกระบวนการผลิตเป็นระบบอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามในโลกยุคสังคมข่าวสาร ทำให้กระแสของการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปมาก เครื่องมือทางวัฒนธรรมและสังคมได้ทวีบทบาทความสำคัญมากยิ่งขึ้น การเปลี่ยนแปลงแนวทางการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม รวมไปถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ มีนวัตกรรมทางการสื่อสารมวลชนที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย รวมไปถึง วิทยุเองได้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล วิทยุ ได้แปรเปลี่ยนเป็น วิทยุออนไลน์ วิทยุ โซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook

ในแง่ของกระแสความนิยม วิทยุ การสื่อสารทางเสียง โซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ได้กลายเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่สร้างผลกระทบทางการสื่อสารมวลชนร่วมสมัยเป็นอย่างมาก และพัฒนาไปสู่ความเป็นเครื่องมือสื่อสารซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาแบบบูรณาการ เพื่อเชื่อมโยงบริบทแวดล้อมทางสังคมอันประกอบไปด้วย เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม

วิทยุ การสื่อสารทางเสียง โซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ได้สร้างแนวโน้มของการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างสูง หากวิเคราะห์จากบุคลากรในแวดวงวงการสื่อสารมวลชนซึ่งได้แก่ นักข่าว นักจัดรายการวิทยุ โทรทัศน์ นักหนังสือพิมพ์ ผู้ประกาศข่าว นักโฆษณาและประชาสัมพันธ์ นักสร้างสรรค์งานภาพยนตร์ ได้มีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook มาบูรณาการ ผสมผสานกับความรู้ในวิชาการนิเทศศาสตร์ เพื่อให้ทำการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็วและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

รายการวิทยุการสื่อสารทางเสียง โซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ถือเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา อุตสาหกรรมบันเทิงไทยที่สามารถสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ และส่วนส่วนหนึ่งของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ถือเป็นองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาประเทศ การดำเนินของหน่วยงานทั้งราชการและเอกชนจึงต้องใช้บริการบุคลากรผู้มีความรู้และความเชี่ยวชาญทางด้านรายการ

วิทยุโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาดังกล่าว รายการวิทยุโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook จึงนับได้ว่าเป็นวิชาชีพที่ได้รับความนิยมขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ส่งผลให้รายการวิทยุโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ในประเทศไทยมีมูลค่าการตลาดสูงนับพันล้านบาทต่อปี

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี ซึ่งมีหน้าที่ผลิตบัณฑิตและพัฒนาทรัพยากรบุคคล ในสาขาการสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะวิชาชีพรายการวิทยุโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ให้มีคุณภาพ มีคุณธรรมและจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น ชุมชน สังคมและประเทศชาติ จึงมีความจำเป็นมีความจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรเชิงรุกที่มีศักยภาพในการผลิตบุคลากรทางวิชาชีพด้านรายการวิทยุโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพ มีศักยภาพ สอดคล้องกับตลาดแรงงาน สนองตอบวิชาชีพในชุมชน ท้องถิ่น และในระดับสากล อีกทั้งมีศักยภาพในการพัฒนาตนเองโดยใช้หลักวิชามาประยุกต์ปรับใช้ให้เข้ากับลักษณะของงานที่ปฏิบัติ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับฟังรายการวิทยุพอดแคสต์ ของสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี จึงเป็นงานวิจัยที่ผู้วิจัย ต้องการพัฒนาและปรับปรุง รายการวิทยุโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ของสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี โดยนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี สามารถเป็นต้นแบบและเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าทางด้านรายการวิทยุออนไลน์ รายการวิทยุโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีปัจจุบันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับของพฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อการเลือกรับฟังรายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี
- 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางสังคมกับพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี
- 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรายการวิทยุโทรทัศน์กระจายเสียง

แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์กระจายเสียง ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ฟังเนื้อหา วิธีนำเสนอ เวลาออกอากาศและการประเมินผลโดยผู้ผลิตรายการวิทยุต้องรู้จัก ผู้ฟัง ซึ่งมักตั้งเป็นคำถามได้ว่าต้องการให้ใครฟังความรู้ของผู้ฟังอยู่ในระดับใดภูมิหลังและความชอบของผู้ฟังเป็นอย่างไร ต้องรู้จักตัวเองผู้ผลิตรายการต้องมีความมุ่งมั่นว่าจะผลิตรายการเพื่ออะไร และเพื่อผู้ฟังกลุ่มใดทั้งสองส่วนนี้จะนำไปสู่คำตอบต่อไปว่า จะใช้วิธีการนำเสนอรายการอย่างไร ออกอากาศเวลาไหน ในรูปแบบใดและสิ่งที่เป็นในการผลิตรายการวิทยุมีอะไรบ้าง เพื่อจะได้เตรียมการได้อย่างเหมาะสม และต้องรู้จักธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงว่ามีข้อดีและข้อด้อยอะไรบ้าง เมื่อมาเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนประเภทอื่น การสื่อสารสองทางทำได้ยากและไม่สะดวกแม้จะมีเทคโนโลยีมาช่วยให้ผู้ฟังสามารถสื่อสารกับผู้จัดรายการ ดังนั้นความง่ายสำหรับการฟังจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมากเมื่อผู้ฟัง ๆ แล้วไม่เข้าใจจะสอบถามกลับมาได้ยาก จึงอาจปิดเครื่องรับหรือเปลี่ยนไปฟังสถานีวิทยุอื่น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์อันได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ รวมถึงลักษณะครอบครัว เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความแตกต่างกันออกไป

เมเยอร์ (Myer, 1982, p.5) กล่าวว่า อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด และพฤติกรรมที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสาร ต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อย จะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารที่เปลี่ยนไป เมื่อตนเองอายุมากขึ้น

วิลโล โกลด์ฮาร์บอร์ และแยทส์ (Wilo, Goldhabor and Yates 1980 p.114) ศึกษาพบว่าความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะรับและส่งข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะรับและส่งข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน พบว่าเพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า และพฤติกรรมการชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่นพบว่า วัยรุ่นชายจะสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรม ในขณะที่วัยรุ่นหญิงนิยมภาพยนตร์ทางด้านวิทยาศาสตร์

ส่วนในเรื่องของระดับการศึกษานั้น ปรมะ สตะเวทิน (2533, น.115-116) พบว่าเป็นลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เนื่องจากคนเหล่านี้ มีความรู้กว้างขวางในหลาย ๆ เรื่อง และสามารถเข้าใจสารได้ดี จึงเป็นผลให้คนที่มีการศึกษาสูง จะเลือกใช้สื่อมากประเภทกว่า คนที่มีการศึกษาต่ำ

ฐานะทางสังคมเศรษฐกิจ (Social And Economic Status) ฐานะทางสังคมเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล มีผลทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน มีความคิด ค่านิยม และความสนใจที่แตกต่างกันไปด้วย

รายได้ (Income) โดยรายได้เป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกับตัวแปรด้านการศึกษาและมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูง โดยเฉพาะแล้ว บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีรายได้สูงตามไปด้วย ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยก็มักจะมีรายได้น้อยถึงปานกลาง โดยผู้ที่มีรายได้สูงมักมีโอกาสเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าคนที่มียาได้น้อย

จากแนวคิดนี้แสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะเป็นตัวกำหนดให้บุคคลมีพฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อการเลือกรับฟัง รายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถาบันวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับข่าวสาร

สังคมในยุคข้อมูลข่าวสารในภาวะปัจจุบัน มนุษย์มีโอกาสได้รับข้อมูลข่าวสารมากมายหลายลักษณะ ดังนั้นมนุษย์จึงมีการเลือกสรรข้อมูลข่าวสารเพียงบางส่วนที่ตรงกับสิ่งที่ตนสนใจหรือคิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น ลักษณะการเลือกสรรข้อมูลข่าวสารของมนุษย์ เรียกว่า “กระบวนการเลือกรับข่าวสาร” (Selective Process) ซึ่งเป็นกระบวนการที่มี 4 ขั้นตอน (ประมะ สตะเวทิน, 2546, น.121-124) ดังนี้

1.การเลือกเปิดรับหรือเลือกใช้สื่อมวลชน (Selective Exposure) ในชีวิตประจำวันของประชาชนนั้นแต่ละคนมีโอกาสที่จะรับสารจากแหล่งหรือผู้ส่งสารต่าง ๆ จำนวนมากมาย แต่ประชาชนมีเวลาและความสามารถที่จำกัดในการจะรับสารจากแหล่งต่าง ๆ รวมทั้งประชาชนมีความพอใจหรือไม่พอใจแหล่งหรือผู้หรือผู้ส่งสารต่าง ๆ ต่างกัน ดังนั้นประชาชนจึงเลือกที่จะเปิดรับหรือเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนตามความปรารถนาของตน ซึ่งโดยปกติแล้วเราจะเลือกใช้สื่อมวลชนที่เสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของเรา เพราะโดยธรรมชาติแล้วคนเรามีความต้องการอย่างยิ่งที่จะปกป้องรักษาและส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-Concept) และในขณะเดียวกัน ก็พยายามที่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติเดิมของตนเพื่อมิให้เกิดภาวะความไม่สมดุลของจิตใจหรือความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องกันทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) โดยจะมีการเปิดรับสารด้วยสาเหตุต่างๆ ดังนี้

- ความเหงา เนื่องจากความต้องการมีเพื่อนและไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง จึงต้องมีการสื่อสารกับผู้อื่น

- สาเหตุจากตัวสื่อที่มีลักษณะกระตุ้น ชื่นนำ ทำให้ผู้บริโภคต้องการได้รับข่าวสารนั้น ๆ

- ความอยากรู้อยากเห็น เนื่องจากเป็นสัญชาตญาณของของมนุษย์ในการแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

-ประโยชน์ใช้สอย เนื่องจากผู้บริโภคมองหาข่าวสารที่ต้องการเพื่อตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่งของตนเอง เช่น เพื่อความบันเทิง เพื่อการใช้งานในชีวิตประจำวัน เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) หลังจากเลือกใช้สื่อมวลชนแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการเลือกให้ความสนใจกับเนื้อหาของสื่อมวลชนที่ตนเลือกใช้ โดยปกติเรามักจะเลือกให้ความสนใจกับสิ่งที่เราสนใจ ชอบ และสอดคล้องกับทัศนคติ ความคิด และความเชื่อของเรา

3. การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation) การรับรู้ (Perception) และการตีความหมาย (Interpretation) มีความเชื่อมโยงกันจะเป็นสิ่งเดียวกัน การรับรู้ คือ กระบวนการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็น ขั้นตอนที่สามของกระบวนการในการเลือกของผู้รับสารคือ การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อมวลชนที่ตนเลือกให้ความสนใจ โดยอาจเลือกตีความหมายของสิ่งที่อ่าน ดู ฟัง ตามทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของตน เนื้อหาของสื่อมวลชนจึงมักจะถูกตีความบิดเบือนไปโดยที่ไม่รู้ตัว

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากเลือกตีความหมายเนื้อหาของสารแล้ว ก็มาถึงขั้นตอนสุดท้ายคือขั้นตอนการจดจำสิ่งที่ตนได้จากการใช้สื่อมวลชน โดยเลือกจดจำเฉพาะเนื้อหาที่สอดคล้องกับรสนิยม ทัศนคติ ความชอบ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมของตนโดยจะสามารถจดจำสิ่งที่สอดคล้องหรือสนับสนุนความคิดเห็นของเราได้ได้ดีกว่าเรื่องที่ขัดแย้งหรือต่อต้านกับความคิดเห็นของเรา

ดังนั้นกระบวนการเลือกรับข่าวสาร มองว่าผู้รับสารอยู่ในฐานะที่เท่าเทียมหรือเหนือกว่าสื่อมวลชน เพราะผู้รับสารจะเลือกรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่สามารถยังประโยชน์ให้กับตนเอง และยิ่งเลือกที่จะรับเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความสนใจของตนเองมากกว่ายินยอมรับข้อมูลข่าวสารทุกอย่างที่สื่อมวลชนมอบให้ สำหรับการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อการเลือกรับฟัง รายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 ชั้น ตามทฤษฎีของมาสโลว์ (Abraham Maslow อ้างถึงใน บุชบา สุธีธร 2532: 25) ได้แก่ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือ และความสำเร็จในชีวิตแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการอีกประการหนึ่งคือ ความต้องการมีความรู้ความเข้าใจ (Need for Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการมีความรู้ความเข้าใจเป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนมาจากการอยู่ในสังคม ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่า มนุษย์จึงใจแสวงหาข่าวสารต่างๆ จากสื่อ ไม่ใช่ถูกยัดเยียดข่าวสารจากผู้ส่งสาร โดยที่ แคทซ์ และคณะ (Katz, et al., 1973 อ้างถึงใน พิระ จิรโสภณ, 2547: 69) ได้สรุปหน้าที่เชิงสังคมและจิตวิทยาในการใช้สื่อ 5 ประการ คือ

- 1) ความต้องการด้านข่าวสาร ความรู้ ความคิด ความเข้าใจ (Cognitive needs)
- 2) ความต้องการด้านอารมณ์ ความบันเทิง และความสุนทรีย์ (Affective needs)

- 3) ความต้องการในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเอง (Personal integrative needs)
- 4) ความต้องการในการสร้างความเชื่อมั่นในการติดต่อสัมพันธ์ทางสังคม (Social integrative needs) กับคนในครอบครัว เพื่อน และคนอื่นๆ ในสังคม
- 5) ความต้องการหันเหและหลีกเลี่ยงความกดดันและปัญหาต่างๆ (Tension release needs) ในชีวิตประจำวัน โดยหันไปหาสิ่งบันเทิงใจในสื่อมวลชนเพื่อลดความเครียด

จากแนวคิดความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารมีความสำคัญต่อการเปิดรับสื่อ ในฐานะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งจะมาหรือน้อยแตกต่างกันตามแต่การพิจารณาของผู้รับสารเอง และประเภทสื่อที่เลือกใช้ ทั้งนี้ เพื่อนำมาตอบสนองความพึงพอใจให้มากที่สุด ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อการเลือกรับฟัง รายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร อันก่อให้เกิดผลคือ การได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อของผู้ชมในโอกาสต่อไป

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้รูปแบบการสำรวจข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) รวมไปถึงการศึกษารูปแบบเทคโนโลยีในการจัดการวิทยุอินเทอร์เน็ต

1. ประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นนักศึกษาผู้ที่ฟังสถานีวิทยุ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งตั้งอยู่ที่คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973) คือ
$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$
 ได้จำนวนไม่น้อยกว่า 400 คน

2. การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จากจำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร 4,000 คน แล้วคำนวณขนาดตัวอย่างซึ่งเลือกมาจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งหมด 3 ตอน ประกอบด้วยตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับฟังต่อการเลือกรับฟัง รายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อการเลือกรับฟัง รายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ในมุมมองของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรับฟังต่อการเลือกรับฟัง รายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อการเลือกรับฟัง รายการวิทยุเพื่อการศึกษาในรูปแบบโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผู้รับฟังรายการวิทยุออนไลน์โซเชียลมีเดีย (social media) Facebook ของสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 ส่วนใหญ่อายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 มีสถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50

2. พฤติกรรมของผู้ฟังรายการวิทยุการเลือกรับฟังรายการวิทยุออนไลน์โซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ของสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการเพลงเป็นประจำ ในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. เป็นระยะเวลา 1 - 2 ชั่วโมง ผ่านผ่านแอปพลิเคชัน Facebook พฤติกรรมการรับฟังส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูง ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้านระยะเวลาการรับฟังที่แตกต่างกัน โดยรวมมีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระยะเวลาการรับฟังที่ต่างกัน โดยที่พฤติกรรมการรับฟังมีความสัมพันธ์กับลักษณะทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความพึงพอใจของผู้ฟังต่อรายการมีความแตกต่างกันตามเพศ อายุ การศึกษา คณะที่ศึกษา และรายได้ โดยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อรายการรายการวิทยุออนไลน์โซเชียลมีเดีย (social media) Facebook ของสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สรุปได้จากผลการวิจัย สามารถสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการเลือกรับชมรายการวิทยุโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook ของสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการวิทยุโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี คือ รูปแบบรายการเนื้อหาสาระการพูดคุย การสนทนา แยกรับเชิญในรายการ ปัจจัยระยะเวลาของการออกอากาศของรายการและการมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการ ความสะดวกสบายที่ได้ที่สามารถค้นหาเนื้อหารายการได้ง่าย ปัจจัยความใกล้ชิดของรายการ รูปแบบรายการที่ง่าย มีผลต่อการเลือกรับชมรายการวิทยุโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย

1. รูปแบบของรายการมีความหลากหลาย

2. ข้อมูลข่าวสารมีความน่าสนใจ
3. ผู้ดำเนินรายการ มีความน่าสนใจ สนุกสนานน่าติดตาม
4. การเลือกสรรเพลงที่ใช้ในรายการ

อย่างไรก็ตามพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการวิทยุโซเซียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร และเลือกชมรายการผ่านระบบออนไลน์ ยังมาจากช่องทางการประชาสัมพันธ์รายการวิทยุโซเซียลมีเดีย (Social Media) Facebook การใช้ social network เพื่อบอกเล่า แนะนำ ชักชวน ต่อยอด ให้ผู้ชมติดตามข่าวสารข้อมูลรายการวิทยุโซเซียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครได้สะดวก

พฤติกรรมการรับฟังในเรื่องของระยะเวลาออกอากาศของรายการวิทยุโซเซียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ที่ออกอากาศในช่วงพักเที่ยง ช่วงพักของนักศึกษาและคณาจารย์และการมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการที่สามารถติดต่อโฟนอิน (Phone In) เข้าไปในรายการได้ รวมไปถึงการไม่มีระยะเวลาของรายการโฆษณา ซึ่งถือว่า ระยะเวลาในการออกอากาศมีความเหมาะสม รวมไปถึงวันและเวลาที่ออกอากาศมีความเหมาะสม และผู้ชมได้มีส่วนร่วมร่วมกับรายการวิทยุโซเซียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร อย่างแท้จริง ปัจจัยทางด้านความสะดวกสบายที่สามารถฟังรายการวิทยุโซเซียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครได้ในพื้นที่ของมหาวิทยาลัยเพียงเชื่อมต่อระบบไวไฟของมหาวิทยาลัย รวมไปถึงในทุกพื้นที่ซึ่งมีอินเทอร์เน็ต

ทั้งนี้ นอกจากผลการวิจัยตามสมมติฐานการวิจัย การวิจัยยังพบว่า รายการวิทยุโซเซียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ยังพบปัญหาในเรื่องของการเปลี่ยนผ่าน ผู้ฟังรายการวิทยุ มีแนวโน้มลดลง ไม่ใช่สื่อกระแสหลักรายการวิทยุจากเครื่องรับส่งวิทยุ นักศึกษามีทางเลือกและมีสื่อออนไลน์ เป็นช่องทางหลักของการเสพสื่อของนักศึกษาปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีระบบดิจิทัลส่งผลต่อการเลือกรับฟังรายการวิทยุออนไลน์ของสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในเรื่องของการปรับปรุงรายการวิทยุโซเซียลมีเดีย (Social Media) Facebook สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ในส่วนของรูปแบบรายการ ควรเป็นรูปแบบที่นำเอาเนื้อหาของมหาวิทยาลัย ข่าวสารภายในใจต กิจกรรมต่าง ๆ ความรู้ เนื้อหาที่เป็นความบันเทิง เพลง เป็นต้น
2. รูปแบบของการออกอากาศ ควรเพิ่มการ Live สด การเพิ่มภาพการจัดรายการ พูดคุย (Talk Programmed) รูปแบบรายการบันเทิง (Entertainment) รูปแบบการโทรศัพท์พูดคุยกับผู้ฟัง การร่วมสนุกผ่านทางรายการจัดรายการ (Phone in) รูปแบบที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักศึกษา เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยต่อไป

1. ระดับนโยบายรัฐควรส่งเสริมให้มหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษาที่มีสถานีวิทยุเพื่อการศึกษาและชุมชนพัฒนาเป็นสถานีวิทยุออนไลน์ การออกอากาศ

ที่เพิ่มช่องทางที่หลากหลาย เป็นสถานีออนไลน์ที่สามารถใช้เป็นพื้นที่ฝึกงานของนักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ ต้นทุนต่ำ สำหรับฝึกฝนทักษะของนักศึกษาได้อย่างเหมาะสม

2. ในระดับนโยบายรัฐควรมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยี สถานีวิทยุกระจายเสียง วิทยุชุมชนไปสู่สถานีวิทยุออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพและดำรงตนทำงานเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง

3. รัฐควรจัดให้วิทยุออนไลน์กลายเป็นพื้นที่ของชุมชน เป็นรูปแบบหนึ่งที่ชุมชนสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของชุมชน ต่อยอดไปสู่การศึกษานอกระบบโรงเรียน

4. มหาวิทยาลัยและสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครต้องส่งเสริมให้มีเกิดการร่วมมือในระดับพื้นที่ การสร้างเครือข่ายกับพื้นที่ชุมชน เพื่อสร้างกิจการส่งกระจายเสียงในระบบออนไลน์เพื่อชุมชน ต่อยอดไปสู่ระบบเครือข่ายออนไลน์ (Network) เพื่อชุมชน องค์กรภาคประชาชนต่าง ๆ ในพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

- จุมพล รอดคำดี, **สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา** (กรุงเทพมหานคร:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2532)
- ปรมะ สตะเวทิน รศ.ดร., **หลักนิเทศศาสตร์** (รุ่งเรืองสาสน์ การพิมพ์), กรุงเทพมหานคร, 2539
- ธนวดี บุญลือ รศ.ดร., **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร** (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530)
- ชนิตา กลิ่นลำดวน น.ส., **โครงการเฉพาะบุคคล เรื่อง การบริหารจัดการรายการวิทยุชุมชนของคน
โคราช, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546**
- สิขเรศ ศิภกานต์ น.ส., **รูปแบบสถานีวิทยุกระจายเสียงภาคประชาชนที่พึงประสงค์สำหรับประเทศไทย, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2544**
- สมเกียรติ อ่อนนิมล ดร., **วิทยุกระจายเสียงในอุดมคติ. ในวันวิทยุกระจายเสียงครบรอบ 60 ปี**
(กรุงเทพมหานคร : กรมประชาสัมพันธ์ 2535)
- สมควร กวียะ รศ.ดร., **การสื่อสารมวลชนหรือการสื่อสารสังคม, โครงการพัฒนาชนบทกลุ่มแม่น้ำกลอง,
รายงานการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2529.**
- สากลไพเราะ ผศ., **ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์, คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 2553.**
- สุรินทร์ แปลงประสพโชค นาย, **การทดลองจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนในชนบท ในเขต
ขานเมืองจังหวัดจันทบุรี, วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2534.**
- Ball-Rokeach, S.J, and M.L. Defleur, “A Dependency, Model of Mass-media Effects”
Communication Research., 1976.
- David K. Berlo, **The Process of Communication** (New York: Holt, Rinchart and
Winston, 1960.)

Carl I. Hovland, Irving L. Janis, and Harold Kelly, **Communication and Persuasion**
(New Haven Yale University Press, 1973.)

Claude Shannon and Warren Weaver, **The Mathematic Blow-up Theory of
Communication** (Urbana, Ill: University of Illinois Press, 1949.)

Charles E. Osgood, **A Vocabulary for Talking about Communication** (Urbana, Ill:
N.Y. Press. 1979.)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจ รับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

Factors Influencing Motivation to Works of Labor in Construction Business Users in Khlong Luang District Pathum, Thani Province

พิชญ์ ภูพิพัฒน์ภิญโญ¹, ทิฆัมพร พันลิกเดช²

Phitsanu Phuphiphatpinyo¹, Tikhamporn Punluekedej²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. เบอร์โทร 080-888-5955

¹ Graduate Student in Master of Business Administration, Southeast Asia University. Tel 080-888-5955

²อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. เบอร์โทร 081-658-5885

²Lecturer, Master of Business Administration Program, Southeast Asia University. Tel 081-658-5885

¹e-mail: S6041510036@sau.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน 2) เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 385 คน ตามแนวคิดของ Cochran et al., (1953) ด้วยวิธีไม่อาศัยความน่าจะเป็น ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA F-test) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วย Pearson Correlation

ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพรวมระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62 และ 3.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .312 และ .387 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน แตกต่างกัน มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และ 3) ภาพรวมปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน รับเหมาก่อสร้าง

Abstract

The objectives of this research were to study 1) levels of motivation to works and efficiency in the performance, 2) to compare efficiency in the performance, classified by personal factors, and 3) to presents relationship of motivation to works with efficiency in the performance. The research employs quantitative method by using a close-ended questionnaire for survey research. Data were collected from 385 persons whom labor in construction business users in Khlong Luang District Pathum Thani Province, under the concepted of Cochran et al., (1953) by non-probability sampling and purposive sampling. The research was conceptualized to analyze the percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA F-test, and Pearson's correlation by using a statistic software

The research finding revealed that 1) Overall the level of motivation to works and efficiency in the performance were at high level with an average value of 3.62 and 3.53, and standard deviation was .312 and .387. 2) Personal factors different by status, Incomes, and work experience, have an influenced efficiency in the performance different at the statistically significant level of .05, while sex, age, and education are different, there were no difference in an efficiency in the performance, and 3) overall factors motivation to works have an effect on efficiency in the performance of labor users in the construction business in Khlong Luang District Pathum Thani Province at the statistically significant level of .01

Keywords: motivation to works, efficiency in the performance, construction contractor

บทนำ

จากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีสภาพการแข่งขันสูงทั้งในระดับประเทศและในระดับนานาชาติ องค์กรธุรกิจต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อรับมือกับความการแข่งขันในตลาด โดยการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เป็นตัวช่วย เช่น เครื่องมือทางด้านการสื่อสาร เทคโนโลยี การปรับปรุง หรือการพัฒนาวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร การบริหารจัดการ รวมไปถึงจะต้องมีการพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละองค์กรด้วย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะสามารถทำให้องค์กรสามารถใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ในการทำงานที่จะทำให้พนักงานได้เห็นความสำคัญจนนำไปสู่การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้นได้มีสิ่งๆที่เรียกว่าแรงจูงใจในการทำงาน เพราะแรงจูงใจถือเป็นหนึ่งในแรงผลักดันให้บุคคลการทำงานด้วยความกระตือรือร้น ซึ่งจะมีผลทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย และเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด บุคคลในองค์กรจะทำงานได้มีประสิทธิภาพสูงหรือต่ำนั้นเป็นผลมาจากความพอใจในการทำงานของ

บุคลากรซึ่งมาจากแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยแรงจูงใจมีทั้งปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน โดยที่ปัจจัยจูงใจเป็นปัจจัยที่ทำให้มนุษย์ต้องทำงานมากขึ้น เพื่อเป็นตัวสร้างความพึงพอใจในองค์กร อาทิเช่น การที่บุคคลมีความพยายามและพร้อมปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตน ย่อมคาดหวังต่อการยอมรับนับถือและความก้าวหน้าในองค์กร ส่งผลให้บุคลากรยึดมั่นในองค์กร เป็นต้น ส่วนเป็นแรงจูงใจที่ทำให้มีความรู้สึกดีต่อองค์กร อยากร่วมงานกับองค์กรนั้น ๆ อย่างยาวนาน ส่วนปัจจัยค้ำจุน เป็นปัจจัยที่ป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พอใจ อาทิเช่น บุคลากรในองค์กรคาดหวังผลตอบแทนที่เหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมายและความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร โดยสามารถวัดได้จากประสิทธิภาพ ทั้งคุณภาพงาน ปริมาณงาน เวลา ค่าใช้จ่ายและบรรยากาศในการทำงาน องค์กรใดที่บุคลากรมีความพอใจในการทำงานน้อย องค์กรนั้นจะมีแต่ปัญหาเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ตรงข้าม องค์กรใดที่บุคลากรมีความพอใจในการทำงานสูง องค์กรนั้นก็จะมีประสิทธิภาพในการทำงานสูง (อภिरักษ์ ตั้งชนวัฒน์, 2562) โดยองค์กรต้องรองรับและสนับสนุนแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมความพึงพอใจของพนักงาน เพื่อให้ส่งผลต่อความสำเร็จของงานและองค์กรเมื่อพนักงานมีความพอใจมีความสุขในการทำงานก็ส่งผลที่ดีต่อการปฏิบัติงานและผลงานก็มีคุณภาพ ดังนั้นหากผู้บริหารขององค์กรให้ความสำคัญกับการสร้างความสุขและมีแรงจูงใจเพื่อความพึงพอใจในการทำงานมักจะได้ผลลัพธ์และผลการดำเนินการที่น่าพอใจ (วรรณ อารณ, 2557) แรงจูงใจจึงเป็นสิ่งสำคัญมากต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่งถ้าองค์กรมีแรงจูงใจในระดับที่สูง บุคลากรก็จะมี ความพึงพอใจที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มใจ มีความอดทน และมีปัญหาในการปฏิบัติงานน้อยมาก ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่จะต้องควรทำให้เกิดขึ้น เพื่อให้บุคลากรมีความตั้งใจ ในการปฏิบัติงาน ทำให้สำเร็จลุล่วงด้วยและปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ จึงทำให้ผลการปฏิบัติงานมีคุณภาพ (ปัญญาพร จิตพิงศ์, 2558) และอีกประการหนึ่งการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวนั้น ได้บุคลากรทุกคนมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการช่วยขับเคลื่อน ผลักดันให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย ซึ่งความร่วมมือร่วมกันนั้นเองจะนำพาองค์กรไปสู่ผลสำเร็จ (อภिरักษ์ ตั้งชนวัฒน์, 2562)

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องใช้ทรัพยากรมนุษย์ในการปฏิบัติงาน เพราะในแต่ละขั้นตอนการปฏิบัติงานในปัจจุบันต้องอาศัยแรงงานจากทรัพยากรมนุษย์เป็นหลัก ซึ่งสามารถเรียกว่าผู้ใช้แรงงาน ซึ่งผู้ใช้แรงงานเหล่านี้ส่วนมากจะคำนึงถึงผลตอบแทนเป็นหลักต่อการทำงานในแต่ละครั้ง หรือการจ้างงานในแต่ละรอบ โดยที่หากมีบริษัทไหนมีการเสนอค่าแรงที่สูงมากพอ ก็พร้อมจะเปลี่ยนงานไปสู่บริษัทใหม่ที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้เกิดปัญหาด้านแรงงานของผู้รับเหมา หรือบริษัทรับเหมาก่อสร้างอยู่บ่อยครั้ง ซึ่งเมื่อเกิดเหตุการณ์แบบนี้ตลอดเวลา ทำให้มีการ turnover ของกำลังแรงงานอยู่เสมอ ต้องคอยกำลังแรงงานมาทดแทนตลอด ทำให้การทำงานเป็นไปอย่างล่าช้า ส่งผลเสียในระยะยาว และยังกระทบไปถึงคุณภาพของงานของตัวผู้รับเหมา หรือบริษัทนั้น ๆ (พลอยไพลิน อิงบุญ และคณะ, 2562) ดังนั้นในการจ้างงานระยะต่อมา บรรดากลุ่มบริษัทต่าง ๆ รวมถึงผู้รับเหมาจึงต้องมีการตกลงค่าแรงกันตามรายครั้งที่มีการจ้างงาน เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานที่มากพอ ทำให้พนักงานรู้สึกพอใจในค่าแรงที่ได้รับ และพร้อม

ทำงานอยู่กับผู้รับเหมา หรือบริษัทที่ได้ว่าจ้างไปตลอด ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจนแล้วเสร็จไปในแต่ละรอบงาน

จากข้อมูลดังกล่าวมา ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เพื่อนำผลการวิจัยในครั้งนี้มาเป็นแนวทางในการเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้แก่พนักงานในการทำงานให้กับกลุ่มผู้รับเหมาต่าง ๆ เพื่อวัตถุประสงค์คือ การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จึงได้จัดทำ การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ขึ้นมาโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในตัวแปรต่าง ๆ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

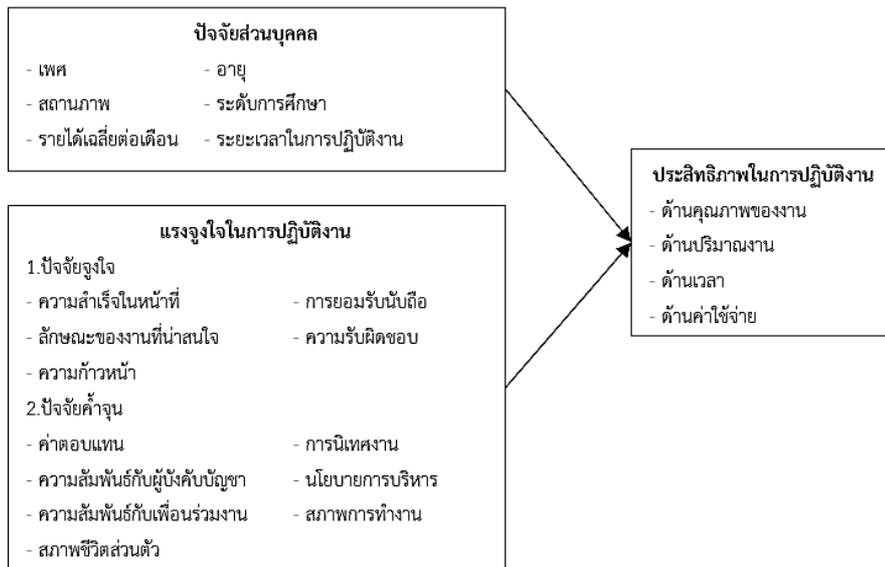
1. แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน คือ แรงที่เกิดขึ้นมาจากสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นรอบข้างที่ตรงกับความ คิดของตัวบุคคล ทำให้เกิดบุคคลนั้นมีพฤติกรรมที่จะกระทำด้วยวิธีต่าง ๆ โดยมุ่งหวังเป้าหมายข้างหน้าให้สำเร็จไป (อภิรักษ์ ตั้งชนวัฒน์, 2562) ในขณะที่ ธัญพร สุวรรณคาม (2559) กล่าวว่า เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติและการแสดงออกทางพฤติกรรมของพนักงานภายในองค์การที่ทำงานด้วยความมุ่งมั่น ยึดมั่นผูกพัน ยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ อุทิศตนให้กับองค์การ มุ่งเพ ความพยายามในการทำงาน รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในองค์การและมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์การและมีความต้องการที่จะคงอยู่กับองค์การต่อไป โดยเมื่ออ้างอิงนิยามของนักทฤษฎีหลัก ๆ คือ Lovell (1980) ได้กล่าวความหมายของแรงจูงใจว่า “เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความมานะพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ”

2. ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน คือ ความสามารถในการทำงานที่สอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์การให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด ในขณะที่ อัครเดช ไม้จันทร์ (2560) ได้อธิบายความหมายของประสิทธิภาพไว้ว่า เป็นการกระทำกิจกรรมใด ๆ ที่บรรลุผลตามที่ต้องการและตั้งเป้าหมายไว้ โดยสามารถประหยัดและลดการสูญเสียของทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรมที่

มุ่งผลิตผลลัพธ์ โดยมีสัดส่วนของต้นทุนและปัจจัยนำเข้าในการลงทุนน้อยที่สุด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ หรือความสามารถในการปฏิบัติงานให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมาย โดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ประหยัดเวลา แรงงาน และรวมทั้งสิ่งต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในการดำเนินการนั้น ๆ สามารถประเมินผลการปฏิบัติงานได้จากมิติด้านความถูกต้อง รวดเร็ว ทันเวลาและประหยัดค่าใช้จ่าย (ศักรินทร์ นาคเจือ, 2557)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวความคิดในการ จากทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงานของผู้ใช้แรงงานประเภทรถจักรยานรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี” โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนากรอบแนวความคิดได้ดังแสดงในภาพ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการวิจัยที่มีขอบเขตและรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1. ประชากร คือ ผู้ใช้แรงงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในธุรกิจรับเหมาก่อสร้างที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

2.2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้แรงงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในธุรกิจรับเหมาก่อสร้างที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 385 คน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงเลือกใช้วิธีการหากลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ตามสูตรของ Cochran et al., (1953) สามารถแสดงได้ดังนี้

$$\text{จากสูตร } n = \frac{p(1-p)z^2}{d^2}$$

เมื่อ n แทนค่าของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัย

p แทนค่าสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (0.05)

z แทนค่าความมั่นใจระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% (0.05)

d แทนค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่เกิดขึ้น = 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ซึ่งจากการคำนวณได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จำนวน 385 คน ดังนั้นผู้วิจัยขอศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 385 คน ด้วยวิธีไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง โดยใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 2-3 แบบสอบถามระดับของแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น มี 5 ระดับ ของ Likert Scale, (1932: 4) สามารถอธิบายได้ดังนี้

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

ผลคะแนนที่ได้จากการสำรวจนั้น จะนำมาทำการวิเคราะห์และแปลผลความหมายค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญ โดยการให้คะแนนแต่ละระดับ มีเกณฑ์ดังต่อไปนี้ Best, (1977: 14)

$$\text{ความห่างของอัตราภาคขึ้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0.80$$

เกณฑ์การวัดผลค่าคะแนนเฉลี่ย

ผลเฉลี่ย	4.21–5.00	ระดับมากที่สุด
ผลเฉลี่ย	3.41–4.20	ระดับมาก
ผลเฉลี่ย	2.61–3.40	ระดับปานกลาง
ผลเฉลี่ย	1.81–2.60	ระดับน้อย
ผลเฉลี่ย	1.00–1.80	ระดับน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเป็นนิยามตัวแปรและดัชนีชี้วัด
2. สร้างแบบสอบถามและข้อคำถามให้ครอบคลุมตัวแปรที่กำหนดตามดัชนีชี้วัด ภายใต้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) รายข้อ เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปร ที่ต้องการวัด โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 มาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว เฉพาะข้อที่อยู่ในเกณฑ์มาปรับปรุงและสร้างเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปทดลองใช้กับประชากรที่เหลือจากการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อนำคำตอบวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยการหาความเชื่อมั่นจากสัมประสิทธิ์ แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ที่
5. การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามกระทำในระหว่างเดือน มกราคม- พฤษภาคม 2564 ได้แบบสอบถามจำนวน 385 ฉบับ มีอัตราการตอบกลับอยู่ที่ 100%
6. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้จำนวนการตอบแบบสอบถามครบถ้วนตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูล ที่ได้มาประมวลผล และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและแบบสอบถาม เพื่อหาข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้

1. เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย ด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อ

วิเคราะห์ลักษณะตัวแปรต้นและตัวแปรตาม คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ประกอบด้วย วิเคราะห์การเปรียบเทียบเพื่อหาความแตกต่างทั้งสองกลุ่ม ได้แก่ เพศของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาค่าเฉลี่ย t-test และวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพื่อหาความแตกต่างมากกว่าสองกลุ่ม ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยการหาค่าเฉลี่ย f-test และทดสอบด้วยความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) และทดสอบแบบรายคู่โดยใช้วิธีของ Least Significant Difference (LSD) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. **ปัจจัยส่วนบุคคล** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 213 คน (ร้อยละ 55.3) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 208 คน (ร้อยละ 54.0) สถานภาพโสด จำนวน 243 คน (ร้อยละ 63.1) ศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 368 คน (ร้อยละ 95.6) มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 255 คน (ร้อยละ 66.2) และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานมากกว่า 5 ปี จำนวน 253 คน (ร้อยละ 65.7)

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

2. **ผลการวิเคราะห์ด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน** ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ด้านความสำเร็จในหน้าที่	3.66	.587	มาก
2. ด้านการยอมรับนับถือ	3.61	.642	มาก
3. ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ	3.62	.581	มาก
4. ด้านความรับผิดชอบ	3.59	.653	มาก
5. ด้านความก้าวหน้าในงาน	3.57	.657	มาก
6. ด้านค่าตอบแทน	3.59	.684	มาก

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
7. ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	3.55	.588	มาก
8. ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	3.60	.557	มาก
9. ด้านการนิเทศงาน	3.67	.643	มาก
10. ด้านนโยบายการบริหาร	3.63	.575	มาก
11. ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน	3.65	.629	มาก
12. ด้านสภาพชีวิตส่วนตัว	3.64	.696	มาก
รวม	3.62	.312	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ (\bar{X} =3.62, S.D.=.312) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปน้อยสามารถกล่าวได้ว่า มากที่สุดในด้านการนิเทศงาน (\bar{X} =3.67, S.D.=.643) รองลงมา คือ ด้านความสำเร็จในหน้าที่ (\bar{X} =3.66, S.D.=.587) รองลงมา คือ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (\bar{X} =3.65, S.D.=.629) รองลงมา คือ ด้านสภาพชีวิตส่วนตัว (\bar{X} =3.64, S.D.=.696) รองลงมา คือ ด้านนโยบายการบริหาร (\bar{X} =3.63, S.D.=.575) รองลงมา คือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ (\bar{X} =3.62, S.D.=.581) รองลงมา คือ ด้านการยอมรับนับถือ (\bar{X} =3.61, S.D.=.642) รองลงมา คือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (\bar{X} =3.60, S.D.=.557) รองลงมา คือ ด้านค่าตอบแทน (\bar{X} =3.59, S.D.=.684) รองลงมา คือ ด้านความรับผิดชอบ (\bar{X} =3.59, S.D.=.653) รองลงมา คือ ด้านความก้าวหน้าในงาน (\bar{X} =3.57, S.D.=.657) รองลงมา คือ ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา (\bar{X} =3.55, S.D.=.588) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านคุณภาพงาน	3.55	.588	มาก
2. ด้านปริมาณงาน	3.71	.890	มาก
3. ด้านเวลา	3.42	.762	มาก
4. ด้านค่าใช้จ่าย	3.44	.622	มาก
รวม	3.53	.387	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ($\bar{X}=3.53$, S.D.=.387) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปน้อยสามารถกล่าวได้ว่า มากที่สุดในด้าน ปริมาณงาน ($\bar{X}=3.71$, S.D.=.890) รองลงมา คือ ด้านคุณภาพงาน ($\bar{X}=3.55$, S.D.=.588) รองลงมา คือ ด้านค่าใช้จ่าย ($\bar{X}=3.44$, S.D.=.622) รองลงมา คือ ด้านเวลา ($\bar{X}=3.42$, S.D.=.762) ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้ แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน แต่ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสำเร็จในหน้าที่ การยอมรับนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้าในงาน ค่าตอบแทน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน การนิเทศงาน นโยบายการบริหาร สภาพแวดล้อมในการทำงาน และสภาพชีวิตส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($R=.821^{**}$, $.859^{**}$, $.847^{**}$, $.791^{**}$, $.935^{**}$, $.878^{**}$, $.768^{**}$, $.758^{**}$, $.829^{**}$, $.907^{**}$, $.945^{**}$, $.928^{**}$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี” โดยจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอภิปรายผลการวิจัยและตีความข้อมูลต่าง ๆ ได้เป็น 2 ส่วน คือ 1. ปัจจัยส่วนบุคคล 2. ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน แต่ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน เนื่องจาก สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีครอบครัวจะมีแรงจูงใจในการทำงาน ที่ส่งผลต่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากต้องการทำงานในการหาเลี้ยงครอบครัวตนเอง และการที่มีรายได้ต่อเดือนที่สูงขึ้น ช่วยให้ผู้ใช้แรงงานเกิดความตั้งใจในการทำงานที่มากขึ้น เพื่อให้ผู้จ้างงานเห็นผลงานของตนเองว่ามีประสิทธิภาพ อีกทั้งระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ยาวนานกว่า จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีกว่า เนื่องจากมีประสบการณ์ในการทำงาน สามารถทำงานได้เร็ว ผิดพลาดได้น้อยกว่าบุคคลที่ใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครเดช ไม้จันทร์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา กล่าวว่า สำหรับในการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการทำงานโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชรินทร์ ทองหม่อมราม และบุญอนันต์ พิณยทรัพย์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอเคียนซา จังหวัดสุราษฎร์ธานี กล่าวว่า ในการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ในด้านเพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2. ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี สัมพันธ์กัน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสำเร็จในหน้าที่ การยอมรับนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้าในงาน ค่าตอบแทน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน การนิเทศงาน นโยบายการบริหาร สภาพแวดล้อมในการทำงาน และสภาพชีวิตส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทธนันท์ ศิริไทย และชิตพล ชัยมะดัน (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับ

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยชุมชนสระแก้ว ได้กล่าวว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และประสิทธิภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการทำงาน ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวรินทร์ ทองหม่อมราม และบุญอนันต์ พิณยทรัพย์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอเคียนซา จังหวัดสุราษฎร์ธานี กล่าวว่า แรงจูงใจในการทำงาน และประสิทธิภาพในการทำงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยจากผลการทดสอบปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านลักษณะของงาน และด้านความรับผิดชอบต่องาน และปัจจัยค่าจูงในการปฏิบัติงานด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านเงินเดือน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอเคียนซา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตภาคิน มิ่งโสภา และนพปฎล สุวรรณทรัพย์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี กล่าวว่า ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในด้านรวม พบว่า ด้านความสำเร็จของงาน และด้านนโยบายและการบริหารส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี” มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ควรมีการกำหนดมาตรฐานในการปฏิบัติงานในแต่ละหน้าที่ และมีการตรวจสอบอย่างใกล้ชิด รวมถึงควรมีการปรับปรุงการปฏิบัติงานของผู้ใช้แรงงานโดยมีหัวหน้าคุมสอนงานให้แก่พนักงานในช่วงแรก เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาที่จะนำมาสู่การทำงานที่มีคุณภาพต่ำ
2. ควรมีการตั้งมาตรฐานปริมาณงานในการปฏิบัติงานแต่ละส่วนอย่างชัดเจนให้แก่ผู้ใช้แรงงาน เพื่อให้ทราบว่าสามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมายหรือไม่ หากไม่สามารถปฏิบัติได้ตรงตามเป้าหมายควรมีการปรับแผนการทำงานใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริง
3. ควรมีการประเมินความสามารถและศักยภาพอย่างใกล้ชิดเพื่อใช้ในการวางแผน และประเมินการปฏิบัติงานได้อย่างแม่นยำ ซึ่งหากมีศักยภาพที่ต่ำ อาจจะต้องมีการปรับปรุง แก้ไข เพื่อป้องกันการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามประสิทธิภาพตามที่องค์กรคาดหวัง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานจากปัจจัยที่หลายหลายมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาข้อมูลโดยเครื่องมือที่หลากหลาย เช่น แบบทดสอบ หรือแบบสัมภาษณ์ รวมไปถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์อย่างละเอียด
3. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ใช้แรงงานประเภทธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในระดับจังหวัด เพื่อให้การวิจัยมีความครอบคลุม และได้ผลการวิจัยที่มีผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤตภาคิน มิ่งโกสา, และนพปฎล สุวรรณทรัพย์. (2564). แรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี. ใน **การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 16** (น.1615-1634). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ชัชรินทร์ ทองหม่อมราม, และบุญอนันต์ พิณยทรัพย์. (2564). แรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอเคียนซา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารการเมืองการปกครอง, 11(1)**, 118-139.
- ธัญพร สุวรรณคาม. (2559). **ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน ความพึงพอใจในงาน ที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง**. งานวิจัยส่วนบุคคลศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปัญญาพร ฐิติพงษ์. (2558). **แรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทก่อสร้าง: กรณีศึกษา บริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพิร์ท คอนสตรัคชั่น จำกัด**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พลอยไพลิน อิงบุญ, กนกวรรณ แสนเมือง, และกาญจนา พันธุ์เอี่ยม. (2562). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทสยามราช จำกัด. **วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชน, 1(1)**, 1-13.
- ภัทรนันท์ ศิริไทย, และชิตพล ชัยมะดัน. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยชุมชนสระแก้ว. **วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง, 5(1)**, 157-197.
- วรรณภา อารณ. (2558). **แรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการรัฐสภาระดับปฏิบัติงาน สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร**. งานนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.

- ศักรินทร์ นาคเจือ. (2557). **ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมการอุตสาหกรรมทหารศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร**. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อัครเดช ไม้จันทร์. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลา นครินทร์.
- อภิรักษ์ ตั้งธนะวัฒน์. (2562). **แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทจำหน่ายที่นอนและชุดเครื่องนอนย่านบางนา**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- Best, J. W. (1977). **Research in Education**. (3rd ed). New Jersey: Prentice-hall Inc.
- Cochran, W. G., Mosteller, F., & Tukey, J. W. (1953). Statistical problems of the Kinsey report. **Journal of the American Statistical Association**, 48(264), 673-716.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. **Archives of psychology**. 22(140), 1-55.
- Lovell, R. B. (1980). **Adult Learning**. New York: Halsted Press Wiley & Son.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์
การแพร่ระบาดของโรค COVID-19
Factors Affecting The Operation of Transportation Services in
The Epidemic Situation of COVID-19

จิราภรณ์ ท้าววงศ์¹, วรณลักษณ์ อภินาวิน², ชลิตา โปะะมา³

ภิญญดา ประกอบแก้ว⁴ และอมรรัตน์ สันติสุข⁵

Chiraphon ThapWong¹, Wannaluk Apinawin², Chalida Pohma³

Phinyada Prakobkaew⁴ and Amornrat Santisuk⁵

¹⁻⁵สาขาวิชาการบริหารโลจิสติกส์ คณะบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

¹⁻⁵Faculty of Business Administration, Logistics Management, Bangkok Thonburi University

*e-mail : narong.r.yim@gmail.com, โทรศัพท์ 090-9329465

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ บุคคลที่ดำเนินการบริหารขนส่ง ได้แก่ หัวหน้าแผนกขนส่ง และพนักงานจัดส่งสินค้ารายย่อย โดยใช้ตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามทางออนไลน์

ผลสรุปการวิจัย พบว่า ด้านการดำเนินการบริหารขนส่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการในการเสนอต้นทุนราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทำให้การบริการขนส่งมีการแข่งขันด้านราคาสูงมาก ในด้านการดำเนินการบริการลูกค้าพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการด้านบริการลูกค้าและบริการหลังการขายในงานขนส่ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ด้านการดำเนินการตอบสนองอย่างเร่งด่วนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการดำเนินการตอบสนองอย่างเร่งด่วน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ผลการสรุปโดยรวม ซึ่งบางพื้นที่อาจเกิดการจัดส่งที่ล่าช้าเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 มีการติดเชื้อโควิดไปยังพนักงานในการจัดส่งสินค้า และบางพื้นที่ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่จัดส่งได้ จึงมีระยะเวลาล่าช้า แต่ก็มีมีการดำเนินการแก้ปัญหาในเบื้องต้นจนเป็นที่น่าพอใจของผู้รับสินค้า จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง และทำให้ทราบถึงแนวโน้มของความต้องการของลูกค้าให้สามารถแข่งทางธุรกิจต่อไป

คำสำคัญ : การขนส่ง การบริการ การตอบสนองอย่างเร่งด่วน

Abstract

The purpose of this study was to determine the factors affecting covid-19 transmissions. The population used in this study includes transportation managers, transportation departments, and transportation workers. The personnel Using 400 samples, the research instruments consisted of a data collection using online questionnaires.

The results of this study show the operation in transportation management. The results show respondents' opinions on the bidding action. Overall, it's at a high level with an average of 3.98 due to the COVID-19 epidemic situation. transportation service is highly competitive in terms of price. In terms of customer service operations, it was found that the respondents had their opinions on the customer service and after-sales service operations in the logistics industry. Overall, it's at a high level with an average of 3.92. The quick response action was found. Respondents had their opinions on how quickly responses were performed. Overall, it's at a high level has an average of 3.78 Overall, results Some areas may experience delayed delivery due to the COVID-19 epidemic situation, and some areas are unable to access the delivery area there is a delay, the preliminary problem solving was carried out until the recipient's satisfaction was met. From this study, the factors affecting the operation of the transportation service are the correct response to the needs of the customers who receive the service. and makes it aware of the trends of customer needs to be able to compete in the business further.

Keywords : Transportation, service, quick response.

บทนำ

ในยุคปัจจุบันสถานการณ์ช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ที่มีความรุนแรงมากขึ้น และยอดผู้ติดเชื้อในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเรื่อยๆ ซึ่งยังไม่มีท่าทีว่าจะจบลงเมื่อใด จนภาครัฐออกมาตรการควบคุมสถานการณ์อย่างเข้มงวดซ้ำ โดยการหลีกเลี่ยงการออกจากบ้านซื้อสินค้า การสั่งสินค้าออนไลน์ รวมทั้งการส่งพัสดุฝากถึงกันแทนความหวังใจจึงเพิ่มขึ้นตามมาเป็นอย่างมาก ย่อมทำให้ยอดพัสดุที่เพิ่มขึ้นในแต่ละวันมีจำนวนมาก ทำให้การขนส่งของบริการขนส่งทางบก โดยเฉพาะการขนส่งระดับหน่วยย่อยแบบ Door to Door อย่างการบริการ Grab Food, Food Panda, Get หรือผู้ให้บริการอื่นๆเป็นที่นิยมของคนในยุคปัจจุบัน และการสร้างรายได้เสริมให้กับผู้ที่มีความต้องการให้บริการเหล่านี้จะเป็นการลดโอกาสการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะไม่ต้องออกจากพื้นที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะกลุ่มคนที่อยู่ระหว่างการกักตัวหรือการบริการขนส่งภายในประเทศที่ตอบสนองการสั่งซื้อออนไลน์ ลดการออกไปข้างนอกของผู้ที่มีความต้องการจะซื้อสินค้า

ซึ่งวิกฤตในปัจจุบันเป็นโอกาสการสร้างรายได้ให้แก่คนในประเทศได้อย่างการ Work From Home ทำให้ลดเวลาการเดินทางในการทำงาน ลดโอกาสเสี่ยงการติดเชื้อไวรัส และยังทำให้มีเวลาให้กับคนในครอบครัวเพิ่มมากขึ้น อาจทำให้ธุรกิจขนาดเล็กอย่างการทำสินค้าอุปโภค บริโภคขนาดเล็กครัวเรือน โดยไม่มีหน้าร้านที่มีคนมาใช้บริการอาศัยใช้บริการการขนส่งขนาดย่อยขององค์กรต่างๆ ที่มีการรองรับอย่างทั่วถึง ถึงแม้จะไม่ได้เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับมหภาค แต่เป็นการพยุงตัวของระดับจุลภาคให้สามารถดำเนินต่อไปได้ ดังนั้น การแข่งขันทางด้านขนส่งจึงสามารถสร้างความแตกต่างได้ เพราะทำให้ลูกค้าหันมาให้ความสนใจเกี่ยวกับการให้บริการที่ลูกค้าจะได้รับในด้านการให้บริการของขนส่งและส่งผลให้ธุรกิจขนส่งไม่ใช่เป็นเพียงการแข่งขันทางด้านขนส่งเท่านั้น ที่ลูกค้าจะนำมาประกอบการเลือกเลือกใช้บริการหรือไม่ใช้บริการ แต่กลายเป็นปัจจัยด้านการบริการที่เป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักที่เข้ามามีผลต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้า จากจุดนี้ธุรกิจด้านการขนส่งจึงได้หันมามุ่งเป้าที่สร้างความแตกต่างด้านการให้บริการ เพื่อเป็นข้อเปรียบเทียบในด้านการแข่งขัน ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับลักษณะของรูปแบบของการขนส่งนโยบายของการให้บริการในธุรกิจขนส่งเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการสนับสนุนเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นไว้วางใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเร่งด่วน ส่งสินค้าในคุณภาพที่ถูกต้อง ส่งสินค้าในปริมาณที่ถูกต้อง ส่งสินค้าในสถานที่ที่ถูกต้อง ส่งสินค้าในเวลาที่ต้องการ ส่งสินค้าในราคาที่เหมาะสม (ระหัตถ์ โรจนประดิษฐ์, 2563)

จากที่กล่าวมาข้างต้นดังกล่าว จึงมีความจำเป็นในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่ดำเนินธุรกิจการขนส่ง ในปัจจัยเกี่ยวกับการบริการลูกค้า การตอบสนองอย่างเร่งด่วน ราคา ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าในการขนส่งในด้านการดำเนินการในการให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาโควิด-19 ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19” ทั้งนี้เพื่อรองรับอุตสาหกรรมขนส่งทางบกในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาโควิด-19 ซึ่งผลลัพธ์และแนวทางที่ได้จะนำข้อมูลไปปรับใช้ในการบริหารจัดการระบบขนส่งในด้านโลจิสติกส์ด้วยต้นทุนที่ต่ำ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจได้ในสถานการณ์ที่ต้องปรับตัวทางธุรกิจในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19

การทบทวนวรรณกรรม

การบริหารดำเนินการขนส่ง สมชาย ปฐมศิริ (2552) ได้ให้หลักคิดคือและความหมายของการขนส่งดังนี้

1. ความหมายของการขนส่ง คำว่า การขนส่ง (Transportation) ความหมายโดยรวมหมายถึงการเคลื่อนย้ายคน (People) สินค้า (Goods) หรือบริการ (Services) จากตำแหน่งหนึ่งไปยังอีกตำแหน่งหนึ่งในกรณีของการเคลื่อนย้ายคนนั้นจะเป็นเรื่องของการขนส่งผู้โดยสารเสียเป็นส่วนใหญ่ ในบริบทของหลักสูตรการบริหารการขนส่งนี้จะเน้นที่การขนส่งสินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ

2. เป้าหมายของการบริหารการขนส่ง การบริหารการขนส่งมีเป้าหมายหลักหลายประการ

1) เพื่อลดต้นทุน ถือเป็นเป้าหมายยอดนิยมนิยมของการบริหารด้านโลจิสติกส์ทุกกิจกรรมรวมทั้งการขนส่งด้วย ผู้ประกอบการมักจะตั้งเป้าหมายเป็นอันดับแรกว่าเมื่อมีการบริหารการขนส่งที่ดีจะต้องช่วยลดต้นทุนของธุรกิจลงได้ โดยอาจจะเป็นค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าแรงงาน หรือค่าบำรุงรักษารถบรรทุก

2) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน บริษัทขนส่งอาจตั้งเป้าหมายว่าเมื่อมีการบริหารการขนส่งที่ดีด้วยจำนวนทรัพยากรที่เท่าเดิมประสิทธิภาพการทำงานจะสูงขึ้น เช่น จำนวนรถบรรทุก และพนักงานเท่าเดิม และส่งสินค้าให้ลูกค้าได้มากขึ้น เป็นต้น

3) เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า บริษัทขนส่งอาจตั้งเป้าหมายว่าเมื่อจัดการการขนส่งได้ดีข้อตำหนิตีเดียจากลูกค้าจะลดน้อยลงจนหมดสิ้นไป ทำให้ลูกค้ามีความพอใจในบริการที่ได้รับและยังคงใช้บริการของบริษัทต่อไปในภายภาคหน้า

4) เพื่อลดระยะเวลาบริษัทขนส่งอาจตั้งเป้าหมายว่าเมื่อมีการบริหารการขนส่งที่ดีจะสามารถส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรวดเร็วกว่าคู่แข่งผลิตภัณฑ์ของตนก็จะออกสู่ตลาดได้เร็วและแพร่หลายมากกว่าคู่แข่ง

5) เพื่อสร้างรายได้เพิ่มเป็นไปได้เช่นกันว่าบริษัทขนส่งอาจตั้งเป้าหมายว่าเมื่อมีการบริหารการขนส่งที่ดีจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้แก่บริษัทไม่ว่าจะเป็นจากกลุ่มลูกค้าเดิมที่ยอมจ่ายแพงขึ้นเพื่อแลกกับบริการที่รวดเร็วขึ้น พิเศษขึ้นหรือละเอียดถูกต้องมากขึ้น หรือรายได้จากกลุ่มลูกค้าใหม่ที่เข้ามาใช้บริการ

6) มุ่งเน้นที่ผลกำไรไม่บ่อยนักที่เราจะได้ยินว่าบริษัทขนส่งลงทุนปรับปรุงระบบการบริหารหรือลงทุนในระบบการบริหารใหม่เพื่อต้องการเพิ่มผลกำไรของบริษัท โดยมากจะมองว่ากำไรเป็นผลพลอยได้จากการที่การบริหารไปลดต้นทุนลงมุมมองเพื่อหวังเพิ่มกำไรเป็นสิ่งทำหายฝีมือผู้บริหารมากกว่า เพราะว่าเป็นการพิจารณาสองทางไปพร้อมๆกันคือสร้างรายได้เพิ่มและลดต้นทุน ซึ่งไม่ใช่เรื่องที่จะทำได้ง่ายๆสำหรับบริษัทขนส่งโดยทั่วไป

7) เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการทำงานอาจจะไม่ใช่เป้าหมายหลักสำหรับบริษัทขนส่งในการลงทุนปรับปรุงระบบการบริหารการขนส่ง แต่ก็มีความสำคัญไม่น้อยบริษัทขนส่งหลายแห่งแสดงสถิติของช่วงเวลาต่อเนื่องเรื่อยมาที่ไม่มีอุบัติเหตุเกิดขึ้นให้พนักงานได้รับทราบโดยทั่วกันและพยายามกระตุ้นให้พนักงานช่วยกันรักษาสถิตินั้นให้นานที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

การบริการลูกค้าการตอบสนองอย่างเร่งด่วน ในด้านการผลิตแบบการตอบสนองอย่างเร่งด่วน (Quick Response Manufacturing :QRM) หลักคิดของ QRM นี้ ได้รับการพัฒนาต่อเนื่องเรื่อยมาจากหลักการของการแข่งขันโดยเวลาและการผลิตแบบมีความคล่องตัวสูง เนื่องด้วยว่าหลัก

คิดของความไวในการตอบสนองได้ถูกวิจารณ์ว่าเป็นหลักการที่มีทฤษฎีมาก แต่ขาดการนำไปใช้ปฏิบัติ หลักการการผลิตแบบการตอบสนองอย่างเร่งด่วนคือหลักการการแข่งขันโดยเวลาในภาคปฏิบัติ ซึ่งมุ่งเป้าที่ถึงการสนองตอบความต้องการของลูกค้าอย่างเร่งด่วนโดยการออกแบบอย่างเร่งด่วน การผลิตอย่างเร่งด่วน และความต้องการที่หลากหลายหลักการของการผลิตแบบ การตอบสนองอย่างเร่งด่วน คือการมุ่งเป้าที่ลดเวลานำ (lead time) และเวลาในแต่ละช่วงของกิจกรรมในการผลิตเทคนิคที่ใช้ในหลักการการผลิตแบบการตอบสนองอย่างเร่งด่วนเช่น

- การใช้เครื่องจักรเพียง 70-80% เนื่องจากการผลิตโดยมุ่งเป้าที่เพียงแค่ 100% ไม่ทำให้เวลา การผลิตลดลงและยังจะมีจำนวนผลิตภัณฑ์เกินความต้องการจริงอีกด้วย การเผื่อการใช้เครื่องจักรไว้ 20-30% จะทำให้สามารถผลิตสินค้าได้รวดเร็ว หากความต้องการของลูกค้าเพิ่มเข้ามา โดยไม่ได้คาดการณ์ไว้

- การใช้การควบคุมงานเข้าและออกในระบบผลิต (Input/Output Control) คือการควบคุมไม่ให้งานที่จะลงสู่สายการผลิตมีจำนวนมากหรือน้อยกว่าที่ผลิตออกจากระบบไปแล้ว ทั้งนี้เนื่องจากการควบคุมให้เกิดความสมดุลระหว่างงานเข้าและออก จะทำให้เครื่องจักรไม่ได้รับภาระการผลิตมากหรือน้อยเกินไปเวลารอผลิตจึงสั้นลงด้วย

- การมุ่งเป้าที่ตลาดที่สำคัญเท่านั้น คือ การผลิตเพื่อสนองตอบต่อลูกค้าที่สำคัญและตลาดที่มีศักยภาพทำกำไรเท่านั้น

การเลือกของผู้บริโภค Tariq, Nawaz & Butt (2013) กล่าวว่า การเลือกซื้อเป็นสัญญาโดยอ้อมที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าซ้ำเมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ามีความต้องการสินค้านั้นการเลือกซื้อที่มีความสำคัญมากเนื่องจากบริษัทต้องการที่จะเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์ที่เฉพาะเป้าหมายเพื่อวัตถุประสงค์ หรือมุ่งเน้นที่ผลกำไร ของพวกเขาความตั้งใจซื้อที่แสดงให้เห็นความประทับใจของการเก็บข้อมูลลูกค้ามีฟังก์ชันบางอย่างของตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ

หลักคิดและทฤษฎีสู่ตรของคอแครน

สูตรของคอแครนไม่ทราบขนาดของประชากร (Cochran, อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2559) ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความจำนวนมากและต้องการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรมี 2 กรณีคือ

กรณีทราบค่าสัดส่วนของประชากร ใช้สูตร $n = P(1-p)z^2 / e^2$

และกรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรหรือ $p = 0.5$ ใช้สูตร $n = z^2 / 4e^2$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

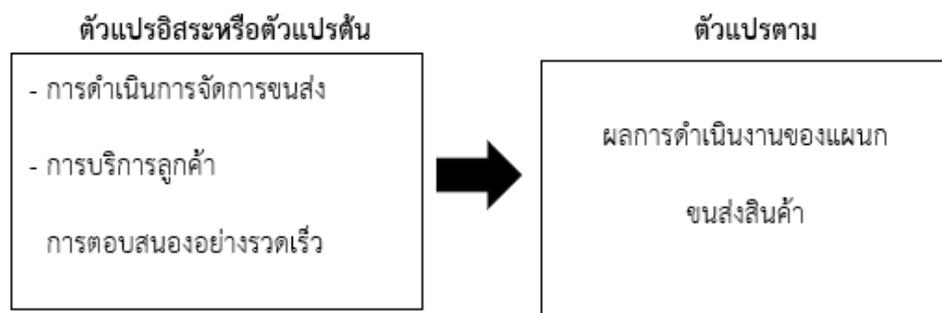
- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 99% หรือระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่า $Z = 2.58$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นสิ่งสำคัญของการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยจะต้องได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสม เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรใหญ่มากที่สุด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีวิธีการหาได้ทั้งการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ร้อยละของประชากร การใช้ตารางสำเร็จรูป และการใช้สูตรในการคำนวณขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้วิจัย และความเหมาะสมของงานวิจัย

กรอบหลักคิดในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินการบริการลูกค้า การตอบสนองอย่างเร่งด่วน ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบหลักคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ครั้งนี้เป็นการใช้วิจัยรูปแบบการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกำหนดแบบแผนการวิจัยเป็นแบบสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามทางออนไลน์ กำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

เครื่องมือวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ประยุกต์ขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทั้งนี้แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ประกอบด้วย 3 ด้าน คือด้านการดำเนินการบริหารขนส่ง ด้านการดำเนินการบริการลูกค้า ด้านการดำเนินการตอบสนองอย่างเร่งด่วน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับการปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยวัดค่าระดับความสำคัญเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคอร์ที่ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ได้ให้คะแนนแต่ละข้อคำถามเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

1. การรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้มีข้อมูลที่จะใช้ในการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสถานการณ์การปฏิบัติงานจริงทุกขั้นตอน เพื่อเป็นการสังเกตปัญหาที่เกิดขึ้นขณะปฏิบัติงาน และการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ในขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษาผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

2) ข้อมูลทุติยภูมิได้ศึกษาข้อมูลทางเอกสารวิชาการบทความทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการศึกษาเพื่อนำข้อมูลจากการวิเคราะห์มาอ้างอิงการดำเนินการศึกษาที่จะนำข้อมูลมาอ้างอิงให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลจากการพิจารณาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยนำผลคะแนนเฉลี่ยมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การวิเคราะห์สถิติทดสอบสมมติฐาน

เครื่องมือวิจัยในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยครั้งเป็นแบบสอบถามที่ประยุกต์ขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทั้งนี้แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ประกอบด้วย 3 ด้าน คือด้านการดำเนินการบริหารขนส่ง ด้านการบริการลูกค้า ด้านการตอบสนองอย่างเร่งด่วน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับการปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยวัดค่าระดับความสำคัญเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคอร์ที่ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ได้ให้คะแนนแต่ละข้อคำถามเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ผลการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ผลการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถามพบว่าข้อมูลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นลูกค้าที่เคยใช้บริการ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 และเพศชาย จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 20-25 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมา 26-30 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และ 31-35 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมา ปริญญาตรี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และมีมัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และ เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ กับพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมา 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ

ด้านการดำเนินการบริหารขนส่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการในการเสนอด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้ให้บริการขนส่งมีราคาค่าขนส่งที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมา ผู้ให้บริการขนส่งมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และผู้ให้บริการขนส่งที่มีการตั้งราคาที่สูงเกินไปอาจจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการของท่าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

ด้านการดำเนินการบริการลูกค้าพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการด้านบริการลูกค้าและบริการหลังการขายในงานขนส่ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์มีบริการที่อำนวยความสะดวกหลังการขายให้แก่ท่าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาผู้ให้บริการขนส่งมีกระบวนการบริหารคำสั่งซื้อที่ชัดเจนตามความต้องการของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และผู้ให้บริการขนส่งมีการให้บริการด้านการขนส่งที่ตรงตามเวลา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95

ด้านการดำเนินการตอบสนองอย่างเร่งด่วนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการดำเนินการตอบสนองอย่างเร่งด่วน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้ให้บริการขนส่งมีการจัดกิจกรรมโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทสามารถตอบสนองได้อย่างเร่งด่วนในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมา ผู้ให้บริการขนส่งมีการตอบสนองต่อความต้องการของท่านอย่างเร่งด่วน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และผู้ให้บริการขนส่งมีการส่งมอบสินค้าในเวลาที่ท่านต้องการหรือในกรณีเร่งด่วน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 จากผลการสรุปโดยรวม ซึ่งบางพื้นที่อาจเกิดการจัดส่งที่ล่าช้าเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 มีการติดเชื้อโควิดไปยังพนักงานในการจัดส่งสินค้า และบางพื้นที่ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่จัดส่งได้ จึงมีระยะเวลาล่าช้า แต่ก็มี การดำเนินการแก้ปัญหาในเบื้องต้นจนเป็นที่น่าพอใจของผู้รับสินค้า

อภิปรายผล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 อภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งในการให้บริการด้านการขนส่งที่ตรงตามเวลา มีกระบวนการบริหารคำสั่งซื้อที่ชัดเจนตามความต้องการของลูกค้า รวมทั้งมีการบริการที่อำนวยความสะดวกหลังการขายและเมื่อผู้ให้บริการขนส่ง มีพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ทางการต้อนรับที่ดี มีมารยาท จะมีผลต่อการดำเนินการให้บริการขนส่งรวมไปถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศักดิ์ กองสุวรรณ และเชษฐภรณ์ ธิลาศรีศิริ(2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ด้านการบริการและคุณภาพการบริการเกี่ยวกับประสบการณ์ขนส่ง/กระจายสินค้าของผู้ประกอบการมีผลต่อการเลือกจ้างบริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งและกระจายสินค้า

2. การตอบสนองอย่างเร่งด่วนส่งผลต่อการเลือกของลูกค้าในการเลือกผู้ให้บริการในการขนส่ง มีการส่งมอบสินค้าในเวลาที่ต้องการหรือในกรณีเร่งด่วน ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 นอกจากนี้ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ประภาพร พาพิมพ์, เกรียงไกร อรุโณทยานันท์, มานพ แก้วโมราเจริญ (2564) ศึกษาเรื่องปัจจัยกำหนดอุปสงค์การใช้บริการเรียกรถรับส่งแบบออนไลน์ ท่ามกลางการระบาดใหญ่ของไวรัสโคโรนาวิเคราะห์ยืนยันถึงผลกระทบของการระบาดใหญ่ซึ่งพลิกผันอุปสงค์การขนส่งสาธารณะ อีกทั้งยังสามารถบ่งชี้ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้บริการเรียกรถรับส่ง ไม่ว่าจะเป็ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม สิ่งอำนวยความสะดวกและรูปแบบการขนส่ง และทัศนคติทางสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการสำรวจถึงความต้องการของลูกค้าผู้รับบริการ เพราะความต้องการของลูกค้าผู้รับบริการนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง และทำให้ทราบถึงแนวโน้มของความต้องการของลูกค้าในอนาคต
2. การสำรวจในการวางแผนรับมือกับการยืดหยุ่นในสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นจากผลกระทบของเหตุการณ์ในอนาคตของธุรกิจด้านการขนส่งที่อาจจะทำให้เกิดอุปสรรคในการขนส่งได้

เอกสารอ้างอิง

- ฐาปนา บุญหล้า และนางลักษณ์ นิมิตรภูวดล. (2560). **การบริหารโลจิสติกส์: มิติซัพพลายเชน**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธีระวุฒิ เอกะกุล. (2543). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ประภาพร พาพิมพ์, เกรียงไกร อรุโณทยานันท์, มานพ แก้วโมราเจริญ. (2564). **ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การใช้บริการเรียกรถรับส่งแบบออนไลน์ ท่ามกลางการระบาดใหญ่ของไวรัสโคโรนา 2019**.การประชุมวิชาการวิศวกรรมโยธาแห่งชาติ ครั้งที่ 26 วันที่ 23-25 มิถุนายน 2564. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ระหัตร์ โรจนประดิษฐ์. (2563). **Urban Logistics สู้ภัย COVID-19**. CON-MAGAZINE. สืบค้นจาก [https:// www.consmag.com](https://www.consmag.com). (สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2564).
- ศักดิ์ กองสุวรรณ และเชษฐภรณ์ภู สีสาศรีสิริ. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ**. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร Academic Journal Phranakhon Rajabhat University, 4(2), 1-7.
- สมชาย ปฐมศิริ. (2552). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการขนส่ง**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา.
- Kenneth Miura Maddox. (2564). **การจัดกลุ่มผู้บริโภคตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรับส่งอาหาร ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ระบาดรอบ 2**. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.). ปีที่ 27 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม-มิถุนายน 2564. น.128-141.
- Tariq M.I., Nawaz M.R., Nawaz M. M., & Butt H. A. (2013). Customer Perceptions about Branding and Purchase Intention: A Study of FMCG in an Emerging Market. **Journal of Basic and Applied Scientific Research**, 3(2), 340-347.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ ร้านชาพะยอมในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors affection the decision to purchase of Chapayom franchise business in Bangkok

บรรณวัฒน์ ดำรงพิริยกิจ¹, ระเด่น แทนประชา², ฉัตรชนก ธรรมชาติ³,
ปริญ จรัสอรุณฉาย⁴ และกาญจน์ธนัญญ์ พรหมเอี่ยม⁵

Bannawat Dumrongpiriyakit¹, Raden Tanpracha², Chatchanok Thammachart³,
Prin Jarusaroonchai⁴ and Kanthanat Pomiam⁵

¹นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Graduate Student in Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University.

²⁻⁵อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University.

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอมในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอมด้านตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนแฟรนไชส์ ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ ความผูกพันต่อตราสินค้า และประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ กำหนดกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการที่ซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านความผูกพันในตราสินค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ปัจจัยด้านตราสินค้า ปัจจัยด้านการสนับสนุนแฟรนไชส์ ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ความไว้วางใจ และความน่าเชื่อถือไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ, แฟรนไชส์

Abstract

Research on factors affecting the decision to purchase of Chapayom franchise business in Bangkok. The purpose of this research was to study the factors affecting the purchasing decision of Chapayom franchise business in terms of brand, product, franchise support, trust, credibility. Brand Affinity and experience in the franchise business Determine the sample group is Entrepreneurs who bought Chapayom franchise using closed-ended questionnaires to collect data. The descriptive statistics used in the data analysis were percentage, mean, standard deviation. and the inferential statistics used to test the hypothesis was multiple regression analysis.

The results of the study found that

Most of the respondents were female, aged 26-30 years, having a bachelor's degree. Business Owner/Freelance The average monthly income is less than 20,000 baht and the hypothesis test found that the factors affecting the decision to buy the Chapayom franchise business of entrepreneurs are statistically significant, namely brand engagement factors. The most affecting the decision to buy the Chapayom franchise business, followed by the experience factor in the franchise business. Brand factor Franchise support factors respectively, while product, trust and credibility factors do not influence the decision to purchase a Chapayom franchise

Keywords: Purchase decision, Franchising

บทนำ

ในสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูง การที่ผู้ประกอบการจะดำรงอยู่ได้ จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตัวเอง โดยมีเงินทุนแต่ไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาก่อน ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้ที่จะเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งในการเริ่มต้นธุรกิจต้องใช้เวลาในการเรียนรู้ ลองผิดลองถูก และสร้างชื่อให้เป็นที่ยอมรับ ในขณะที่สภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูงขึ้นเรื่อยๆ ทั้งจากบริษัทภายในประเทศและต่างประเทศ จึงทำให้เกิดความเล็งสูงที่ผู้ประกอบการใหม่จะประสบปัญหาในการประกอบธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจและเป็นธุรกิจที่ได้รับการยอมรับจากสากลว่า สามารถลดข้อจำกัดดังกล่าวข้างต้นได้ธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) ถือเป็นรูปแบบที่มีลักษณะเฉพาะที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถขยายธุรกิจและช่องทางในการจัดจำหน่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการขยายตลาดและช่องทาง การจัดจำหน่ายในลักษณะของสาขาโดยผ่านผู้ประกอบการอิสระที่เรียกว่า แฟรนไชส์ซี (Franchisee) ส่วนบริษัทที่ให้สิทธิเครื่องหมายการค้าจะเรียกว่า แฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor) เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ หรือมีความรู้ (Know How) ในการทางธุรกิจนั้นๆ ซึ่งแฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor) จะ ถ่ายทอดให้แก่แฟรนไชส์ซี

(Franchisee) ในรูปแบบของการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ เช่น รูปแบบการผลิต รูปแบบการขาย และรูปแบบการบริหารการตลาด เพื่อจะทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจในทุกๆ สาขาอยู่ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน

ในด้านการเติบโตของธุรกิจแฟรนไชส์ของประเทศไทยนั้นเป็นระยะเวลาอันยาวนานกว่า 20 ปี ในช่วงแรกๆ ธุรกิจแฟรนไชส์ยังไม่ได้ได้รับการสนใจจากผู้ประกอบการเท่าที่ควร รวมทั้งมีการชะลอตัวลงในช่วงวิกฤติทางเศรษฐกิจ ธุรกิจแฟรนไชส์เริ่มมาพัฒนาในช่วงนโยบายการส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กให้สามารถเติบโตแข็งแรงโดยการพัฒนาและส่งเสริมจากภาครัฐ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ติดต่อการลงทุน และติดต่อกับผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ เพราะมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง เนื่องจากแฟรนไชส์ซอร์หรือผู้ขายแฟรนไชส์ได้พัฒนาธุรกิจจนประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับจากบุคคลทั่วไป ทำให้ตราสินค้าหรือบริการหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ขายแฟรนไชส์ย่อมเป็นที่คุ้นเคยของผู้บริโภคมาเป็นเวลานาน ดังนั้น ผู้ซื้อแฟรนไชส์จะได้รับประโยชน์จากการที่เครื่องหมายการค้าได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2563)

นอกจากนี้ภาครัฐบาลได้มีมาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ โดยจัดให้มีโครงการเสริมสร้าง 2 ผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation: NEC) ซึ่งเป็นโครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่ โดยให้การฝึกอบรมหลักสูตรระยะยาวให้กับผู้ที่สนใจจะจัดตั้งธุรกิจในระยะเริ่มต้น 1-3 ปีโดยมุ่งผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการใหม่และพัฒนาผู้ประกอบการรายเดิมสู่ความเข้มแข็งด้วยการสร้างโอกาสให้เข้าถึงองค์ความรู้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความอยู่รอดทางธุรกิจได้ในระยะยาว (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2563) และการวิจัยต่างๆ ล้วนมีธุรกิจแฟรนไชส์อยู่ทั้งสิ้นถือได้ว่าธุรกิจแฟรนไชส์นั้นเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับผู้ที่มีความสนใจจะลงทุนเปิดธุรกิจส่วนตัวเป็นอย่างมากและนอกจากนี้ธุรกิจแฟรนไชส์ที่สามารถพบได้มากและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภค คือ ธุรกิจแฟรนไชส์ประเภทเครื่องดื่มนั่นเอง

ธุรกิจแฟรนไชส์ประเภทเครื่องดื่มนั้นมีอยู่อยู่หลากหลายร้านค้าซึ่งมีการแข่งขันกันอย่างสูง ดังนั้นร้านแต่ละร้านได้สร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการนำจุดขายเพื่อที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้ได้มากที่สุดทั้งในด้านสินค้าและบริการ เช่น ประเภทเครื่องดื่มต่างๆที่มีให้เลือกมากมายตลอดจนแก้วน้ำที่สัญลักษณ์ของร้านเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคที่เน้นตราชื่อของร้านและพนักงานที่ให้บริการต้องมีความรู้ความชำนาญ และหนึ่งในธุรกิจแฟรนไชส์ประเภทเครื่องดื่มที่ประสบความสำเร็จนั้นคือ ธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม

แฟรนไชส์ร้านชาพะยอมเป็นผลิตภัณฑ์จะเน้นเครื่องดื่ม และมีสถานที่ไว้สำหรับให้ลูกค้ารอเครื่องดื่มที่สั่ง ซึ่งร้านชาพะยอมเป็นที่นิยมอันดับต้นๆ ของธุรกิจประเภทนี้ และยังเป็นแบรนด์ของคนไทยที่มีภาพลักษณ์ของร้านที่ทันสมัย ราคาไม่แพง เหมาะกับวัยรุ่นยุคใหม่ที่เห็นภาพลักษณ์ของร้านจึงเข้ามาซื้อหรือใช้บริการ

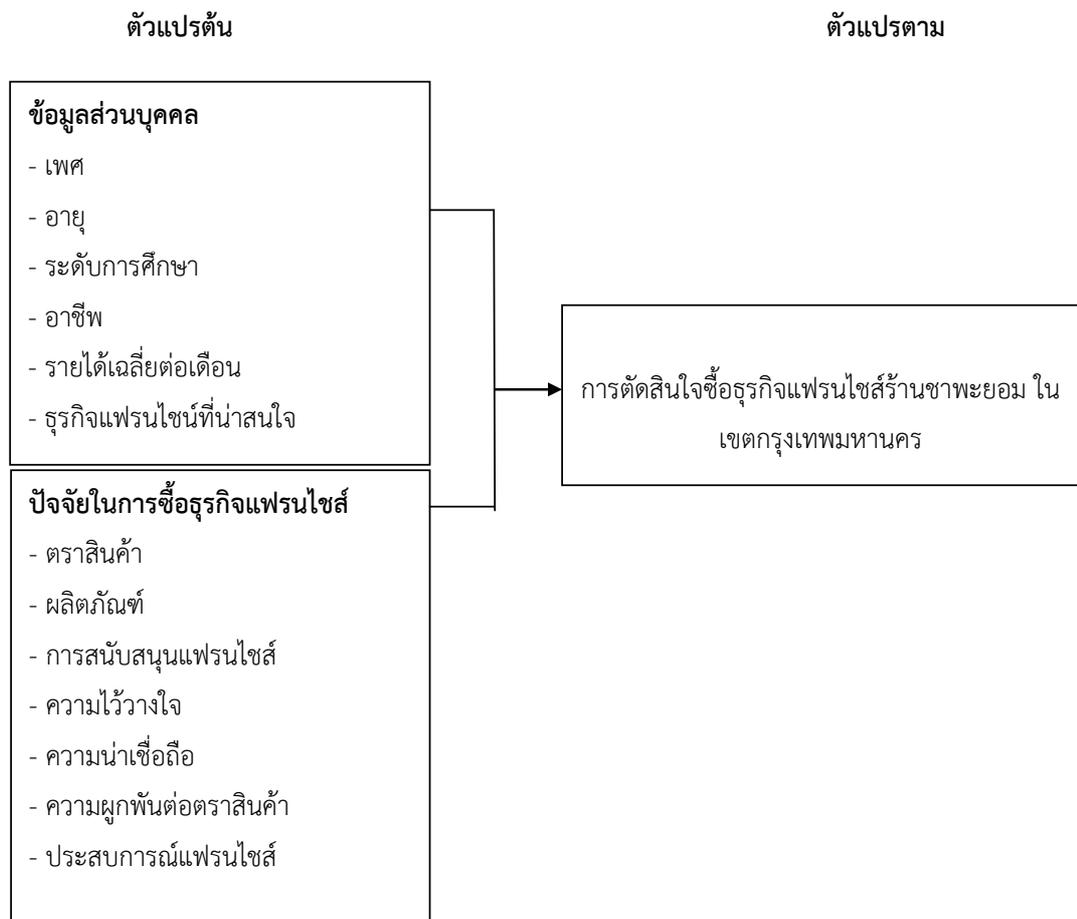
จากที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาการแข่งขันทางการตลาด รวมไปถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ และแรงจูงใจในการดื่มชาของผู้บริโภค เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นและแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจแฟรนไชส์ ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาร้านชาพะยอมเป็นกรณีศึกษา

วัตถุประสงค์

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัยโดยสามารถเขียนกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตด้านระยะเวลาและสถานที่ ระยะเวลาที่ทำการเก็บข้อมูลโดยเริ่มตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2564 – สิงหาคม 2564 โดยจะดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ตราสินค้า (Brand Name) ผลิตภัณฑ์ (Product) การสนับสนุนแฟรนไชส์ (Franchise Support) ความไว้วางใจ (Trust) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความผูกพันต่อตราสินค้า (Brand Commitment) และประสบการณ์แฟรนไชส์ (Franchise Experience)

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) การตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ในเขตกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัย ดังนี้ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้า, แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์, แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสนับสนุนแฟรนไชส์, แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ, แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ, แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อตราสินค้า, แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ, แนวคิดเกี่ยวกับแฟรนไชส์, แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จและการวัดความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์, แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ไทย, แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ, งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การหาค่าคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้การคำนวณ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สมการพหุคูณ โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) จำนวน 1 ตัว กับตัวแปรอิสระ (X) ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป เป็นเทคนิคทางสถิติที่อาศัยความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรมาใช้ในการทำนาย โดยเมื่อทราบค่าตัวแปรหนึ่งก็สามารถทำนายอีกตัวแปรหนึ่งได้ การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระทุกตัวพร้อมกัน ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) การทดสอบความมีนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์การถดถอยแต่ละตัวสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

จากการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจ แฟรนไชส์ร้านชาพะยอม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความเห็นของปัจจัยด้านตราสินค้าอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ใน

ระดับเห็นด้วยมาก ปัจจัยด้านการสนับสนุนแฟรนไชส์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ปัจจัยด้านความไว้วางใจอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ปัจจัยความผูกพันต่อตราสินค้าอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ปัจจัยประสบการณ์แฟรนไชส์อยู่ในระดับเห็นด้วยมากเช่นกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยตราสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอมในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านตราสินค้า ($\beta = 0.155$) มีอำนาจพยากรณ์การหรือมีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอมในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจ แฟรนไชส์ร้านชาพะยอม (ค่า $\beta = 0.041$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านการสนับสนุนแฟรนไชส์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนแฟรนไชส์ ($\beta = 0.133$) มีอำนาจพยากรณ์การหรือ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม (ค่า $\beta = -0.100$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม (ค่า $\beta = -0.067$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยด้านความผูกพันต่อตราสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันต่อตราสินค้า ($\beta = 0.267$) มีอำนาจพยากรณ์การหรือมีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยด้านประสบการณ์แฟรนไชส์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์แฟรนไชส์ ($\beta = 0.157$) มีอำนาจพยากรณ์การหรือมีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐาน

สรุปคือ ปัจจัยด้านตราสินค้า ปัจจัยด้านการสนับสนุนแฟรนไชส์ ปัจจัยด้านความผูกพันต่อตราสินค้า ปัจจัยด้านประสบการณ์แฟรนไชส์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอม ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ ร้านชาพะยอม ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาพะยอมในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะเขตกรุงเทพมหานครเพียงจังหวัดเดียว ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจควรศึกษาจังหวัดที่สำคัญในภูมิภาคอื่น ได้แก่ ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา และสุราษฎร์ธานี เป็นต้น ซึ่งจังหวัดดังกล่าวเป็นจังหวัดใหญ่ที่มีชื่อเสียงของแต่ละภูมิภาค และมีความหลากหลายทางประชากรมากซึ่งเป็นประชากรของผู้ที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งหากผู้สนใจที่จะทำวิจัยในครั้งต่อไปสามารถเก็บข้อมูลการวิจัยจากจังหวัดต่างๆ มาวิเคราะห์เพื่อทราบถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความแตกต่างกันหรือเหมือนกันของประชากรเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานครกับประชากรในภูมิภาคต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ เพื่อให้ทางผู้ประกอบการหรือเจ้าของแฟรนไชส์ ได้ทราบถึงแนวทางการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ของคนที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย รวมถึงทัศนคติความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ว่า ควรจะเน้นการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ในรูปแบบใด ให้สามารถตอบสนองความต้องการ และการตัดสินใจซื้อของผู้ที่จะลงทุนประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ได้ นอกจากนี้ ผู้ที่สนใจควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจ แฟรนไชส์ โดยใช้ตัวแปรอื่นๆ ที่คาดว่า เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ ได้แก่ ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) และการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Perceived Brand Image) เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ของผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้นสำหรับกรวิจัยครั้งต่อไป หากมีผู้สนใจที่จะทำการศึกษาในหัวเรื่องนี้ ควรนำเทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติแบบอื่นมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและผลการวิจัยมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เป็นต้น เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรอิสระที่สันนิษฐานว่าเป็นสาเหตุต่อตัวแปรตามที่กำหนดให้เป็นผล

เอกสารอ้างอิง

- กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา และ พงศ์เทพ เต็มสงวนวงศ์. (2560). **แบบอย่างการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์**. กรุงเทพมหานคร: พลอยการพิมพ์.
- จิรัญญา วรียนันท์กุล. (2564). **ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จุฑามาศ ศาสตราวหา, ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา และชุตินา เรื่องอุตมานันท์. (2563). ผลกระทบของกลยุทธ์การพัฒนา ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยสารคามวิจัย**, 10(21).
- ณัชชา กริมใจ (2564). **แนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อรูปแบบการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย**. **วารสารมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี Vol. 10 No. 1** (2021) : มกราคม - มิถุนายน กรุงเทพมหานคร.
- พิบูล ทีปะปาล. (2549). **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.
- พิบูล ทีปะปาล. (2559). **การบริหารการตลาด: ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.

- พีระพงษ์ กิตติเวชโกคาวัฒน์. (2562). **การวิจัยสภาวะธุรกิจแฟรนไชส์ไทยปี 2551**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยพัฒนาธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์สากล มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- มีนา เชาวลิต. (2562). **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- วรรัตน์ สันติวงษ์. (2565). **ปัจจัยที่ผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารต่อการใช้บริการ EBanking**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2564). **Brand Management**. กรุงเทพมหานคร: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- ศิริ ภู่งษ์วัฒนา. (2563). **การจัดการช่องทางการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: แสงดาว.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2560). **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ (พิมพ์ครั้งที่ 18)**. กรุงเทพมหานคร: สุพีเรียร์นิตติ้งเฮ้าส์.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2560). **หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 7)**. กรุงเทพมหานคร: ประกายพริก.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2560). **ครบเครื่องเรื่องการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: วิสิทธิ์พัฒนา.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2562). **กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ซีรฟิล์ม และไซเท็กซ์การพิมพ์.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์

กรณีศึกษาพนักงานของบริษัท พี.เอส. ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด

Factor that Affect the Decision Making on Purchasing Products

from The Online in STAFF of P.S. FOOD PRODUCT Co.,Ltd

พงศ์ธณวัฒน์ นวลดี^{1*}, พชร ธนวงศ์เกษม², ภักวัญญู ศรีสัตยกุล³,ฉิรัต โชตวิสกุล⁴ และณยญา ศรยุทธเสนี⁵Pongtanawat Noundee^{1*}, Phachara Thanawongkasem², Phakhawan Srisatayakul³, ThiratChotvisakul⁴ and Nayada Sorayudthasanee⁵¹⁻⁵สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี¹⁻⁵Faculty of Business Administration (Management), Bangkokthonburi University

*e-mail: Pongtanawat@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางการตลาด และพฤติกรรมในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ของผู้บริโภค รวมถึงการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ของพนักงานของบริษัท พี.เอส. ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ พนักงานของบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด จำนวน 286 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อสื่อที่ใช้ในการซื้อสินค้าแตกต่างกัน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และระดับรายได้ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความถี่ในการซื้อสินค้าแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อระดับราคาในการซื้อสินค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงานและรายได้ ในส่วนของการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าทางสื่อออนไลน์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อสื่อที่ใช้ซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความถี่ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนระดับราคาในการซื้อสินค้านั้นไม่มีปัจจัยทางการตลาดตัวใดที่ส่งผลเลยทั้งสิ้น

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์

Abstract

This research aims to study the demographic factors Market factors and behavior in shopping through online media of consumers as well as the study of demographic factors and market factors affecting the behavior of consumers in shopping online. The samples group used in the study was consumers in employees of PS Food Products

Company Limited with 286 people by using an online questionnaire as the tools in collecting data. The data were analyzed for statistical purposes of the research program. The statistics used for data analysis was descriptive statistics include percentage, mean and standard deviation and quantitative statistics

The result of hypothesis testing found that the demographic factor affecting the media used in the purchase of different goods including age, education level, experience and income. In the study of marketing factors that affect buying behavior in shopping through online media. The results of hypothesis showed that market factors affecting the media used to buy goods of the consumer, including the product and the price. The market factors that affect the frequency of purchase of the consumer, including the product but the price level for purchasing goods, there are no marketing factors which affect at all.

Keywords: Decision Making on Purchasing Products from Online

บทนำ

การดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากสภาพแวดล้อมของชีวิตมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา วิธีการดำรงชีวิตก็ต้องเปลี่ยนไปตามสภาพใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น โดยสังคมปัจจุบันได้ เปลี่ยนเป็นสังคมยุคโลกาภิวัตน์ คือ เป็นสังคมที่ไร้พรมแดน มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารกันอย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี อุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ รวมไปถึงระบบเครือข่ายและสัญญาณต่าง ๆ ทำให้มนุษย์ได้รับความสะดวกสบายจากเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ความบันเทิงและทางด้านธุรกิจต่าง ๆ จากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้ระบบการค้าในปัจจุบันมีความแตกต่างไปจากเดิม ซึ่งในอดีตการค้าจะเป็นการขายสินค้าผ่านทางหน้าร้านเท่านั้น และร้านค้าจะเป็นที่รู้จักและสามารถเข้าถึงได้ เฉพาะลูกค้าในพื้นที่เท่านั้น แต่ในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำธุรกิจ ซึ่งเราเรียกว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) โดยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางการค้าระหว่างผู้ค้ากับกลุ่มลูกค้า ทำให้เป็นธุรกิจการค้าที่ไร้พรมแดน ไม่มีขีดจำกัดของเวลาและสถานที่ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และรวดเร็ว

การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการศึกษา ความบันเทิง ด้านสุขภาพและทางด้านธุรกิจต่าง ๆ จากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วนี้เป็นสาเหตุทำให้การค้าระหว่างผู้ค้ากับกลุ่มลูกค้า มีความกว้างขวางและรวดเร็วมาก เนื่องจากมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าเป็นการทำการค้าที่ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งยังเป็นการทำการค้าที่ไร้พรมแดน ไม่มีขีดจำกัดของเวลาและสถานที่ มีต้นทุนการการค้าไม่สูง ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงและรวดเร็ว ผู้ประกอบการในประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังจะเห็นได้จากร้านค้าออนไลน์ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและหลากหลายธุรกิจในประเทศไทยที่หันมาใช้ ช่องทางอีคอมเมิร์ซในการจำหน่ายสินค้าและบริการ ความน่าสนใจคือการซื้อขายออนไลน์นั้นเปิดกว้างในธุรกิจและขยายไปอย่างรวดเร็วทั่วประเทศ

ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ยุคปัจจุบันมีผลทำให้พฤติกรรมของบริโภคเปลี่ยนแปลงไปใช้ระบบออนไลน์มากขึ้น กลุ่มพนักงานโรงงานซึ่งเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่ได้มีเวลาการเดินทางสรรพสินค้า เพื่อให้ธุรกิจสามารถก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคสูงสุด ดังนั้น ในฐานะของผู้ให้บริการ รูปแบบ การค้าแบบตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) จำเป็นต้องพัฒนา และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อ และพัฒนาช่องทางการขายให้มีศักยภาพ สำหรับผู้ขาย หรือผู้ผลิตสูงสุด

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์พนักงานของบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในช่องทางออนไลน์

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานของบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด จำนวนประมาณ 1,000 คน ผู้วิจัยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 286 คน

กรณีคำนวณประชากร การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อ N คือ ขนาดของประชากร

เมื่อ e คือ ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5% (0.05)

เมื่อแทนค่าประชากรในสูตรจะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ

$$\begin{aligned} \text{สูตร } n &= \frac{1,000}{1 + 1,000(0.05)^2} \\ &= 285.71 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้น ในการทำวิจัยต้องเก็บแบบสอบถามเป็นจำนวน 286 ฉบับ

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

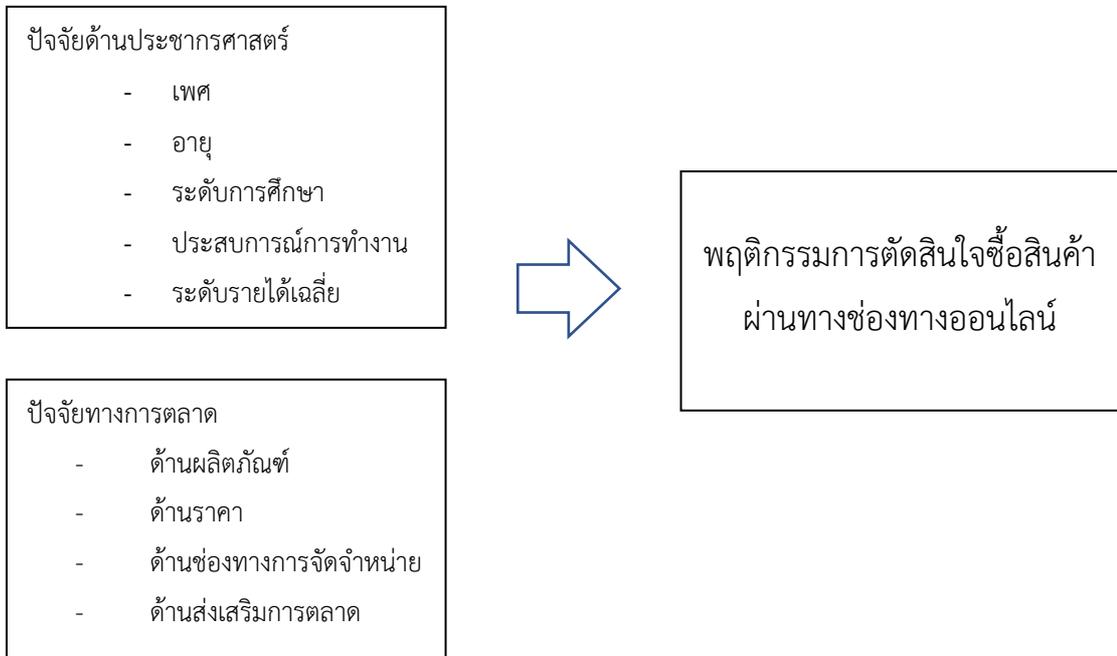
- 2.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

ส่วนประสมทางการตลาด

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.2 ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์กรณีศึกษาพนักงานของบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์แตกต่างกัน
2. ปัจจัยการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมการซื้อสินค้าทางสื่อออนไลน์ของพนักงานบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด
2. ทำให้ทราบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางสื่อออนไลน์ของพนักงานบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด
3. ทำให้ทราบปัจจัยทางการตลาด ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าทางสื่อออนไลน์ของพนักงานบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, น. 45) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ สิ่งเร้าทางการตลาด ทำให้เกิดขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ โดยสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) บรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นอาจจะเป็นจุดที่จะทำให้ผู้บริโภคสนใจและเก็บผลิตภัณฑ์ไว้เป็นตัวเลือกเพื่อทำการพิจารณา และประเมินจนสุดท้ายทำการตัดสินใจซื้อ คุณภาพที่สูงของสินค้า หรือสินค้าที่ปรับให้ตรงกับความต้องการบางประการของผู้ซื้อ ก็จะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการซื้อเช่นกัน

2. ราคา (Price) เมื่อผู้บริโภคได้ทำการประเมินตัวเลือกและทำการตัดสินใจ ราคาถึงจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ โดยราคาถือเป็นปัจจัยหนึ่งในปัจจัยทั้งหลายที่มีความเกี่ยวข้อง หากกล่าวถึงสินค้าที่ฟุ่มเฟือย ราคาที่สูงไม่ส่งผลต่อการซื้อที่ลดน้อยลง และราคายังส่งผลต่อการ ประเมินถึงคุณค่าของสินค้าของผู้บริโภคซึ่งก็จะมีผลที่ตามมาคือการซื้อ

3. ช่องทางการจำหน่าย (Place หรือ Distribution) นักการตลาดจำเป็นจะต้องมีการเตรียมผลิตภัณฑ์ไว้ให้พร้อมต่อการจัดจำหน่าย เนื่องจากจะทำให้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ความแพร่หลายของสินค้าและง่ายที่จะหาซื้อจะส่งผลให้ผู้บริโภคนำไปประเมิน

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ทุกกระบวนการของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสามารถได้รับอิทธิพลจากการส่งเสริมการตลาด เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ คือ การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations หรือ PR) การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ 1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค 2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง 3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งพนักงาน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ปณิศา มีจินดา และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2554, น. 59-64) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer behavior) หมายถึง การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน โดยการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นใช้หลัก 6Ws และ 1H โดย 6Ws 1H Analysis Model คือ เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ธุรกิจสามารถรู้ถึงข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภคในรูปแบบข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจก่อนที่จะเริ่ม หรือปรับปรุงธุรกิจการจะขายสินค้าหรือบริการจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะทราบว่าสินค้าหรือบริการของเราสามารถตอบสนองพวกเขาได้หรือไม่ ซึ่งหากผู้ประกอบการยังไม่ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคก็สามารถใช้หลักการ 6Ws 1H เป็นตัวช่วยในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายได้

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, น. 32) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ถึงความต้องการ หรือ ปัญหา (Need or Problem Recognition) คือการที่ผู้บริโภคมีความตระหนักถึงความต้องการของตนเอง โดยเมื่อมีความต้องการแล้ว ก็จะเกิดแรงจูงใจเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง 1.1 ผู้บริโภค 1.2 สภาพแวดล้อม และสังคม 1.3 สถานการณ์ 1.4 นักการตลาด เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) หากความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ ผู้บริโภคจะดำเนินการค้นหาข้อมูล เพื่อหาทางสนองความต้องการของตนเองที่ถูกกระตุ้น

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) ผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกต่าง ๆ เปรียบเทียบจากสิ่งที่ตนเองหาข้อมูลมา ก่อนที่จะทำการตัดสินใจซื้อ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ 1) ทำทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of Others) โดยทัศนคติของบุคคลมี 2 ด้าน คือทัศนคติด้านบวก และทัศนคติด้านลบ 2) ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนเอาไว้ (Anticipated Situational Factors) ผู้บริโภคจะคาดคะเน ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น รายได้ครอบครัว ต้นทุนผลิตภัณฑ์ ผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อนามาช่วยตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการ 3) ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนเอาไว้ (Unanticipated Situational Factors) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ แม้จะไม่ได้คาดคะเนไว้ล่วงหน้า แต่ก็มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน

5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling) ภายหลังการจากซื้อ และทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคหลังการซื้อ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์

ปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 112-118) กล่าวว่า คุณสมบัติเฉพาะของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร โดยการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันด้วย การวิเคราะห์คนที่มีความน้อยเราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารทุกคนได้ แต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมาก เราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้ เพราะมีผู้รับสารจำนวนมากเกินไป นอกจากนี้ผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้น วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความ และการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น (กิติมา สุรสนธิ, 2541, น. 15-17)

1. **เพศ (Sex)** หญิงชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระ ความถนัด สภาวะทางจิตใจ อารมณ์ ความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้วัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองทั้งเพศไว้แตกต่างกัน

2. **อายุ (Age)** อายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล โดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้นประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิด และสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. **การศึกษา (Education)** การศึกษาหรือความรู้ เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน คนทั่ว ๆ ไปมักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตนเป็นสำคัญ และบุคคลมักมีลักษณะบางประการที่บ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เรียนมา ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ

4. **สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status)** ในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิบัติการของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร และสารสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกันมีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

5. **ศาสนา (Religion)** การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสาร Childsn.d. (อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546, หน้า 7) ได้สรุปถึงอิทธิพลของศาสนาที่มีต่อบุคคลไว้ 3 ด้าน ได้แก่ด้านศีลธรรม คุณธรรม ความเชื่อทางจรรยาของบุคคล ด้านการเมือง และด้านเศรษฐกิจ

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ ของ พนักงานของบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานของบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด จำนวนประมาณ 1,000 คน ผู้วิจัยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร ของทาโร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 286 คน ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด เป็นข้อคำถามแบบปลายปิด เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ด้าน พิจารณาปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด

ซึ่งแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังต่อไปนี้

เห็นด้วยมากที่สุด มีคะแนนถ่วงน้ำหนัก 5 คะแนน

เห็นด้วยมาก มีคะแนนถ่วงน้ำหนัก 4 คะแนน

เห็นด้วยปานกลาง มีคะแนนถ่วงน้ำหนัก 3 คะแนน

เห็นด้วยน้อย มีคะแนนถ่วงน้ำหนัก 2 คะแนน

เห็นด้วยน้อยที่สุด มีคะแนนถ่วงน้ำหนัก 1 คะแนน

สรุปผลวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 286 ฉบับได้รับแบบสอบถามกลับคืน และมีความสมบูรณ์ทั้งหมด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-25 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง ประสบการณ์การทำงาน 6 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท

ผลการวิเคราะห์การข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ ของ พนักงานของบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.0 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีอายุส่วนใหญ่มีอายุ 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.3 และรองลงมาคือ อายุ 30 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.8 รองลงมาคือ อายุ 26 – 30 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ระดับการศึกษา ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมาคือ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 21.8 รองลงมาคือ ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 10.8 และรองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 0.8

ประสบการณ์ทำงาน ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาทำงาน น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ 6 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมาคือ 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.3 รองลงมาคือ 3 - 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.3

ระดับรายได้ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ 15,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ 30,000 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.5 และรองลงมาคือ 50,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.3

ผลการวิเคราะห์การข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ ของพนักงานของบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่าด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.573 และหากพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ข้อคำถามด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สินค้าที่ซื้อผ่านสื่อออนไลน์มีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.706 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สินค้าที่ซื้อผ่านสื่อออนไลน์ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.767 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สินค้าที่ซื้อผ่านสื่อออนไลน์มีความแปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.777 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สินค้าที่ซื้อผ่านสื่อออนไลน์มีคุณภาพดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.793 อยู่ในระดับมาก และข้อคำถามด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สินค้าที่ซื้อผ่านสื่อออนไลน์มีความแตกต่างจากร้านค้าทั่วไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.799 อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่าด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.719 และหากพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ข้อคำถามด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สินค้ามีราคาระบุไว้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.855 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาคุ้มค่าเมื่อซื้อผ่านสื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.819 อยู่ในระดับมาก และข้อคำถามด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เมื่อซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์จะมีราคาจำกัดสินค้าที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.848 อยู่ในระดับมาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษาพบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.617 และหากพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ข้อคำถามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสะดวกในการซื้อสินค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.684 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดแสดงสินค้าอย่างเป็นระเบียบ เป็นสัดส่วน ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.744 อยู่ในระดับมาก และข้อคำถามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีบริการจัดส่งหลากหลายวิธี และมีความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.761 อยู่ในระดับมาก

ด้านส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่าด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.660 และหากพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ข้อคำถามด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการประชาสัมพันธ์ โฆษณา ให้ผู้บริโภครู้จักอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.754 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลดราคา แจกสินค้า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.766 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีการส่งข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.820 อยู่ในระดับมาก และข้อคำถามด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการคืนกำไรให้แก่ผู้บริโภคที่ซื้ออย่างต่อเนื่อง เช่น ฟรีค่าจัดส่ง ลดราคาเมื่อซื้อสินค้าตามที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.93 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.922 อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

ในการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ ของ พนักงานของบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด พบว่า

ด้านเพศ เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าทางสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก ผลการทดสอบค่าสถิติ T-test ให้ค่า Sig. เท่ากับ 0.690 ซึ่งมี ค่ามากกว่า 0.05 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการซื้อสินค้าต่อเดือนแตกต่างกัน เนื่องจาก ผลการทดสอบค่าสถิติ T-test ให้ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับราคาซื้อในแต่ละครั้งแตกต่างกัน เนื่องจาก ผลการทดสอบค่าสถิติ T-test ให้ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05

ด้านอายุ อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อสื่อที่ใช้ในการซื้อสินค้าแตกต่างกันเนื่องจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการซื้อสินค้าต่อเดือนไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.267 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับราคาซื้อในแต่ละครั้งแตกต่างกัน เนื่องจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

ด้านระดับการศึกษา ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อสื่อที่ใช้ในการซื้อสินค้าแตกต่างกัน เนื่องจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการซื้อสินค้าต่อเดือนไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.267 ซึ่งมากกว่า 0.05 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับราคาซื้อในแต่ละครั้งแตกต่างกัน เนื่องจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

ด้านประสบการณ์การทำงาน ประสบการณ์ทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับราคาซื้อในแต่ละครั้งพนักงานในบริษัท เนื่องจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

ด้านรายได้ ระดับรายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความถี่ในการซื้อสินค้าต่อเดือนแตกต่างกัน เนื่องจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.060 ซึ่งมากกว่า 0.05 ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับราคาซื้อในแต่ละครั้งแตกต่างกัน เนื่องจากการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-Square พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่าด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.573 และหากพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ข้อคำถามด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สินค้าที่ซื้อผ่านสื่อออนไลน์มีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.706 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สินค้าที่ซื้อผ่านสื่อออนไลน์ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.767 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สินค้าที่ซื้อผ่านสื่อออนไลน์มีความแปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.777 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สินค้าที่ซื้อผ่านสื่อออนไลน์มีคุณภาพดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.793 อยู่ในระดับมาก และข้อคำถามด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สินค้าที่ซื้อผ่านสื่อออนไลน์มีความแตกต่างจากร้านค้าทั่วไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.799 อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่าด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.719 และหากพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ข้อคำถามด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย

สูงสุด คือ สินค้ามีราคาระบุไว้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.855 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาคุ้มค่าเมื่อซื้อผ่านสื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.819 อยู่ในระดับมาก และข้อคำถามด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เมื่อซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์จะมีราคาจัดส่งสินค้าที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.848 อยู่ในระดับมาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษาพบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.617 และหากพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ข้อคำถามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสะดวกในการซื้อสินค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.684 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดแสดงสินค้าอย่างเป็นระเบียบ เป็นสัดส่วน ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.744 อยู่ในระดับมาก และข้อคำถามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีบริการจัดส่งหลากหลายวิธี และมีความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.761 อยู่ในระดับมาก

ด้านส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่าด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.660 และหากพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ข้อคำถามด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการประชาสัมพันธ์ โฆษณา ให้ผู้บริโภครู้จักอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.754 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลดราคา แจกสินค้า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.766 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีการส่งข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.820 อยู่ในระดับมาก และข้อคำถามด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการคืนกำไรให้แก่ผู้บริโภคที่ซื้ออย่างต่อเนื่อง เช่น ฟรีค่าจัดส่ง ลดราคาเมื่อซื้อสินค้าตามที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.93 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.922 อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์กรณีศึกษาพนักงานของบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ดังนี้ ผู้ประกอบการขายออนไลน์ควรให้ความสนใจและใส่ใจกับ ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะสามารถดึงดูดลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อสินค้าในระบบออนไลน์ เช่น การทำโปรโมชั่นราคา การแสดงสินค้าให้หน้าสนใจ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มประชากรของพนักงานของบริษัท พี.เอส.ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด เท่านั้น ซึ่งลักษณะความหลากหลายของกลุ่มคนอาจจะไม่เหมาะสม หากมีโอกาสที่จะศึกษาในกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น จะช่วยให้มีข้อมูลที่สะท้อนผลลัพธ์ที่มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กิติมา สุรสสนธิ. 2541. **ความรู้ทางการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
ปณิศา มีจินดา และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2554). **กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน**. กรุงเทพฯ:

Diamond In Business World

ปรมะ สตะเวทิน. (2546). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคณะอื่นๆ.(2541) การบริหารการตลาดยุคใหม่ : กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม
ไซเท็กซ์ จำกัด.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร
Factors Affecting Decision Making Mobile Banking Kasikorn Bank Public
Company Limited Service of Users in Bangkok**

สุภัทรศร วิศัลยาขจรเดช

Supattarasorn Wisanyakhajordej

วิทยาลัยอาชีวศึกษาวัดสวายน้อย

Wat Sawai Noi Vocational College 063-6299329, 084-1032658

e-mail: ¹Pattarasorn @gmail.com, ²np8i.24@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์อนุมาน ได้แก่ Independent Sample t-test ,One way Analysis of Variance, Multiple Regression Analysis ที่ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 26 ถึง 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรืออาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ราชการ รายได้เฉลี่ย 15,000 บาท-30,000 บาท ต่อเดือน 2) พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking พบว่าส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking ทำธุรกรรมออนไลน์ต่างๆ เช่น โอนเงิน จ่ายบิล เติมเงิน และเปิดบัญชีเงินฝากออนไลน์ มีการใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ที่ทำงาน การโอนเงินระหว่างบัญชีมีความถี่ในการใช้ Mobile Banking 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์และรู้จักบริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking จากพนักงานธนาคารแนะนำ 3) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.30) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านความเป็นส่วนตัว ด้านความมีประสิทธิภาพ ด้านการบรรลุเป้าหมาย และด้านความสามารถของระบบตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ได้แก่อายุระดับ การศึกษา อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ ส่วนคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้าน ความสามารถของระบบเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด

คำสำคัญ: เทคโนโลยี, แอปพลิเคชัน, โบายแบงก์กิ้ง, ปัจจัยที่ส่งผล

Abstract

This research was conducted with the aim of Factors affecting decision making Mobile Banking of Kasikorn Bank Public Company Limited of users in Bangkok. The sample group of this study was 400, by using questionnaires as a tool to collect data. The statistics used in this research were descriptive statistics such as frequency, percentage, mean and standard deviation, including inferential analytical statistics such as Independent Sample t-test, One-way Analysis of Variance, Multiple Regression Analysis at 0.05 statistically significant level.

The results of the study showed that most respondents were female, aged between 26-35 years, obtained undergraduate degree, worked as enterprise employee/civil servants and had average income per month of 15,001- 30,000 Baht. For the assumption test of factors affecting the decision to conduct financial transactions via Mobile Banking of Kasikorn Bank Public Company Limited of users in Bangkok including age, education level, occupation, and frequency of service use. As for the quality of electronic services in terms of system capability, it is the most important factor affecting decision making of financial transactions via Mobile Banking of Kasikorn Bank Public Company Limited of users in Bangkok.

Keywords: Technology, mobile banking applications, factors affecting

บทนำ

ในปัจจุบันพฤติกรรมการใช้เงินสดของผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนแปลงไปจำนวนการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบเงินสด หรือหน้าเคาท์เตอร์สาขาเริ่มลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะประเทศที่เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ เช่นฮ่องกงและเกาหลีใต้หันมาทำธุรกรรมผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และชำระเงินผ่านมือถือกันอย่างมาก เป็นเทรนด์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในประเทศไทยเริ่มมีการใช้บริการ Cashless ในบางบริการแล้วไม่ว่าจะเป็นบริการ e-wallet หรือการชำระเงินผ่าน QR Code ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของหลายภาคส่วนโดยเฉพาะสถาบันการเงินที่มีการตื่นตัวและปรับตัวเพื่อทันต่อวิวัฒนาการทางการเงินที่มีการพัฒนาก้าวหน้าไปแล้วให้ประเทศไทยสามารถเป็นสังคมไร้เงินสดอย่างเห็นได้ชัด (ธนาคารแห่งประเทศไทย.2561) จากรายงานของ McKinsey Global Institute (2007) ระบุเทคโนโลยี หนึ่งในสิบสองประเภท ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงโลกนั้นคืออินเทอร์เน็ตไร้สายด้วยความเจริญทางด้านเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากภายในปัจจุบันในด้านพฤติกรรมการใช้เงินของประชาชนจนเข้าสู่สังคมไร้เงินสด หากเป็นประเทศที่เจริญแล้วอย่างเช่นในยุโรปถือว่าเป็นเรื่องปกติ ถึงแม้ว่าปัจจุบันในยุโรปยังมีการไหลเวียนของกระแสเงินสดอยู่แต่คาดว่าจะในปี 2020 การทำธุรกรรมโดยเงินสดอาจมี เพียง 0.5% ของมูลค่าการชำระเงิน

ทั้งหมด การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางตู้ ATM จะลดลงและพยายามดำเนินการเรื่องระบบไร้เงินสดให้กระจายครอบคลุมทั่วสหภาพยุโรป เพื่อให้ทุกคนทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือหรือบัตรพลาสติก เช่น บัตรเครดิต และบัตรเดบิต ในยุโรปถือว่าแนวโน้มการใช้เงินสดมีจำนวนลดลงใกล้เคียงกับสังคมไร้เงินสดมากที่สุดก็คือ ประเทศนอร์เวย์มีการทำธุรกรรมทางการเงิน เพียง 7% ปี 2019 ในประเทศสวีเดน มีการทำธุรกรรมเงินสดเพียง 18% และประเทศเดนมาร์กมีเพียง 26% เนื่องจากมีการปรับระบบให้ใช้จ่ายด้วยบัตรและมือถือเสมือนเป็นกระเป๋าเงิน (Shaun Weston, 2017)

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าปัจจุบันประชากรไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจึงทำให้การทำธุรกรรมออนไลน์เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายเมื่อพิจารณาจำนวนผู้ใช้สมาร์ตโฟนของประเทศไทยพบว่ามีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศไทยกำลังเข้าสู่ยุคของ Generation Y คนกลุ่มนี้มีสัดส่วนประมาณ 1 ใน 4 ของประชากรทั้งประเทศ และเป็นคนรุ่นใหม่ที่สนใจเทคโนโลยีหลงใหลใฝ่ฝัน แอปพลิเคชันจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันในอนาคตปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือของประเทศไทยจะมีอัตราที่เพิ่มขึ้น ถึงแม้ปัจจุบันปริมาณการทำธุรกรรมผ่านมือถือจะมีสัดส่วนเพียง 8 % ปริมาณการทำธุรกรรมผ่านมือถือของไทยมีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับต่างประเทศ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในความปลอดภัย และนิยมที่จะทำธุรกรรมผ่านทางสาขามากกว่า แบนด์และความเชื่อถือของลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญที่สร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการกับธนาคารแบบดั้งเดิม โดยธนาคารที่แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์การรักษาความปลอดภัย และคุณภาพที่ได้รับหน่วยงานที่กำกับจำเป็นต้องปรับปรุง กฎเกณฑ์การกำกับดูแลผู้ให้บริการ Mobile banking ให้มีความน่าเชื่อถือ และสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ให้บริการ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในระบบบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือ นอกจากนี้จะสะดวกรวดเร็วและตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่แล้ว ยังช่วยให้ประชาชนในเขตห่างไกลเข้าถึงบริการของธนาคารได้สะดวกมากขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบโทรคมนาคมและโครงข่ายอินเทอร์เน็ตภายในประเทศให้ครอบคลุมทุกพื้นที่และเพื่อให้ทัดเทียมกับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอาเซียน (บุญเลิศ กมลชนกกุล, 2560)

เนื่องจากปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือที่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นถึง 100% ในปีที่ผ่านมาความปลอดภัยจึงเป็นเรื่องสำคัญ ที่ต้องดูแลการนำหลักการ Regulatory Sandbox มาใช้ เพื่อสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมทางการเงินเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการทางการเงินทั้งที่เป็นสถาบันการเงินและ Fintech startup นำนวัตกรรมทางการเงินมาทดสอบภายในขอบเขตที่จำกัดทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการควบคุมความเสี่ยงสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และลดข้อจำกัดด้านการกำกับดูแลมีหลายโครงการ เช่น การใช้เทคโนโลยี Blockchain, Biometric และ QR Code Payment และการเสนอ พ.ร.บ. ระบบการชำระเงินมาใช้ในการกำกับดูแลธุรกิจด้านการชำระเงินธนาคารแห่งประเทศไทยได้ร่วมกับกระทรวงการคลังนำเสนอกฎหมายใหม่เพื่อใช้ดูแลระบบการชำระเงินที่มีพัฒนาการอย่างรวดเร็วในยุคที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าอย่างกว้างไกล เพื่อให้การกำกับดูแลมีความยืดหยุ่นทันสมัยเอื้อต่อการส่งเสริม นวัตกรรมและเป็นไปตามมาตรฐานสากล ขณะเดียวกันก็มีความปลอดภัยผู้ให้บริการได้รับการคุ้มครองดูแลสิ่งเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินของทุกภาคส่วน และ

ยกระดับ โครงสร้างพื้นฐานทางการเงินของประเทศให้มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย ลดต้นทุน และสนับสนุน การต่อยอดนวัตกรรมทางการเงิน (วีรไท สันติประภพ,ออนไลน์)

การใช้ Mobile Banking เป็นการใช้งานผ่าน Application ในโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ต ซึ่ง จากข้อมูลการดาวน์โหลด Application ใน Google Play Store ณ เดือน พฤษภาคม 2562 พบว่า ธนาคารกสิกรไทย (K PLUS) มีการดาวน์โหลดสูงสุดที่สุดประมาณ 5 ล้านครั้ง สำหรับธนาคารออมสิน (My MO) ธนาคารกรุงเทพ (Bualuang M Banking) (ธนาคารกรุงไทย KTB (Netbank) ธนาคารไทยพาณิชย์ SCB(Easy) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (Krungsri) มีการดาวน์โหลดรองลงมาประมาณ 1 ล้านครั้ง และธนาคาร กสิกรไทย มีการดาวน์โหลดประมาณ 5 แสนครั้ง ซึ่ง Application ของแต่ละธนาคารจะมีลักษณะการใ้ งาน/บริการหลักที่ใกล้เคียงกัน โดยการนำเสนอบริการทางการเงินที่สะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย ทั้งนี้แต่ ละธนาคารได้มีการพัฒนา Mobile Applicationอย่างต่อเนื่อง โดยการคิดค้นนวัตกรรมและสร้างบริการ ทางการเงินที่แปลกใหม่ทันสมัย ครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์ ทางการเงิน เพื่อตอบสนองกับไลฟ์สไตล์ของ ลูกค้าในยุค Digital สถานการณ์ของสถาบันการเงินไทยกำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงจากผลกระทบของการ พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในระบบการเงินไทย ส่งผลให้สถาบัน การเงินต้องเร่งปรับตัวโดยการพัฒนานวัตกรรมทางการเงินและปรับกลยุทธ์ไปสู่ Digital Banking เพื่อ รองรับการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นจาก สถาบันการเงินด้วยกันเองและผู้ให้บริการที่มีใช้สถาบันการเงินรวมถึงผู้ เล่นรายใหม่โดยเฉพาะธุรกิจ Fin Tech ซึ่งเป็นประเด็นท้าทายของสถาบันการเงินในการรักษาฐานลูกค้า และสถานะผู้นำตลาดในอนาคต (ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ และพิชญ์สินี โพธิ์จิติ, 2560)

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำ ธุรกิจทางการเงินผ่าน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการใน กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินทั้งรูปแบบ ฟังก์ชันการใช้งาน ระบบรักษาความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของธนาคาร เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคเพื่อสามารถสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของความ ปลอดภัยรวมทั้งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจทางการเงินผ่าน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจทางการเงินผ่าน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตของเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน ได้แก่ การใช้บริการ

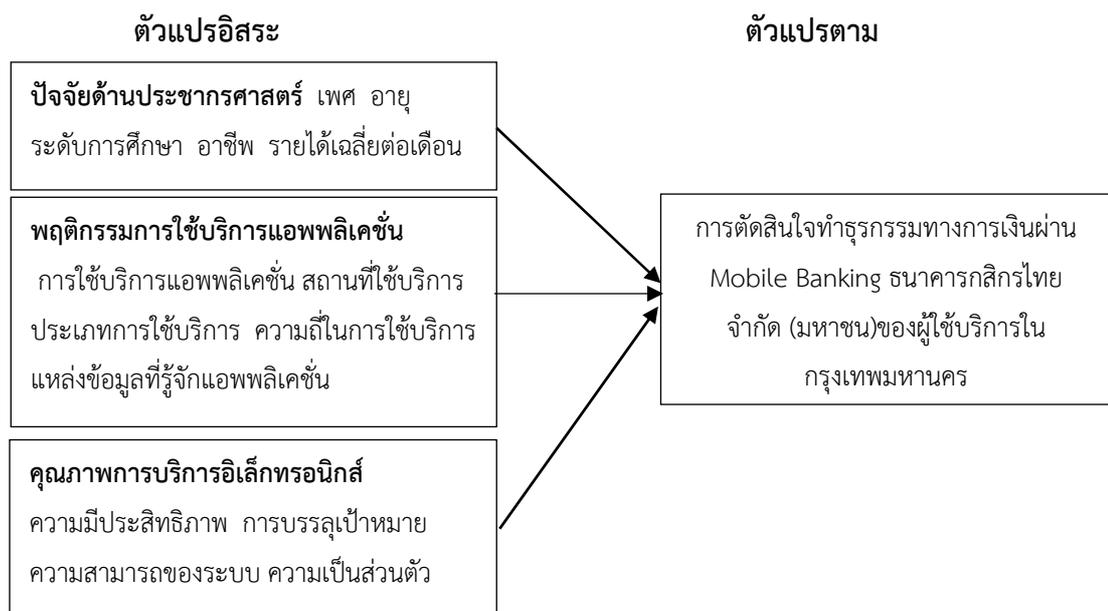
แอปพลิเคชัน สถานที่ให้บริการ ประเภทการให้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ แหล่งข้อมูลที่รู้จัก แอปพลิเคชัน 3) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ความมีประสิทธิภาพ การบรรลุเป้าหมาย ความสามารถของระบบ. ความเป็นส่วนตัว

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ทำการศึกษาได้แก่ประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน Mobile Banking พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง (Theory of Perceived Risk)และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มา กำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1-1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5. สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร

3. คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เป็นข้อมูลนำไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง พัฒนาเทคโนโลยี รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์ให้ระดับคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพมากขึ้นของธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้ให้ความหมายว่าลักษณะประชากรศาสตร์ใช้ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เพื่อเป็นการแบ่งส่วนตลาดทำให้มีประสิทธิภาพในการกำหนดตลาดเป้าหมาย และง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ประกอบด้วย (1) เพศ เพศหญิง และเพศชาย มีแนวโน้มที่จะมีความแตกต่างกันในด้านทัศนคติและพฤติกรรม (2) อายุกลุ่มอายุที่มีความแตกต่างกัน ทำให้มีความชื่นชอบรสนิยมที่แตกต่างกัน โดยรสนิยมของบุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัยมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน (3) ระดับการศึกษาผู้ที่ได้รับในระดับสูงส่งผลให้มีการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า รวมถึงมีราคาสูงกว่าการบริโภคสินค้าของผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำ (4) อาชีพ บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกันส่งผลให้ความต้องการในด้านสินค้าและบริการ ที่ต่างกัน (5) รายได้ ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำ มีขนาดตลาดใหญ่กว่าผู้บริโภค ที่มีรายได้สูงสินค้าและบริการต่างๆ จึงมีการแบ่งส่วนตลาดตามรายได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน

พฤติกรรม คือกิริยาอาการต่างๆที่มนุษย์แสดง หรือปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับกับสิ่งเร้าสามารถจำแนกพฤติกรรมเป็น 2 ลักษณะได้แก่

1. พฤติกรรมที่ไม่สามารถควบคุมได้หรือเรียกปฏิกิริยาสะท้อน เช่นอาการสะดุ้งเมื่อถูกเข็มแทงอาการกระพริบตา เมื่อมีสิ่งมากระทบรบกวนกับสายตา เป็นต้น
2. พฤติกรรมที่สามารถควบคุมและจัดระเบียบได้เมื่อมีสิ่งเร้ามากระทบความคิดหรืออารมณ์จะเป็นสิ่งที่ตัดสินใจว่าจะปล่อยกิริยาอาการใดออกไปการกระทำตามความคิดเป็นพฤติกรรมทำด้วยสมองแต่ถ้าอารมณ์ควบคุมเรียกว่าเป็นการทำตามอารมณ์หรือปล่อยตามใจ นักจิตวิทยาส่วนใหญ่เชื่อ

ว่าอารมณ์มีอิทธิพลมากกว่าสติปัญญาโดยมนุษย์ทุกคนแล้วยังมีความโลภ ความโกรธความหลง ทำให้ส่วนใหญ่ของพฤติกรรมแล้วอยู่บนพื้นฐานของอารมณ์และความรู้สึก

Lee, M. C. (2009) ในด้านพฤติกรรม ให้ความสำคัญกับลักษณะภายในตัวมนุษย์และสิ่งแวดล้อมว่าเป็นตัวก่อให้เกิดพฤติกรรม องค์ประกอบภายในตัวมนุษย์และสิ่งแวดล้อมต่างมีอิทธิพลต่อกันและกันในลักษณะที่แต่ละองค์ประกอบต้องสัมพันธ์กันอย่างถ้อยที่ถ้อยอาศัยกันโดยที่สิ่งแวดล้อมอาจมีส่วนในการทำให้เกิดพฤติกรรมได้มากกว่าองค์ประกอบภายในตัวบุคคลส่วนองค์ประกอบภายในตัวบุคคลอาจมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์มากกว่าสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์แบบนี้คือลักษณะของการพึ่งพาอาศัยกันเป็นกระบวนการที่ต่างฝ่ายต่างก็มีอิทธิพลต่อกันและกัน และทั้งคู่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในขณะเดียวกันพฤติกรรมมนุษย์ก็มีอิทธิพลต่อทั้งสองสิ่งด้วยเหมือนกันไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการใช้ สิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับสถานที่ ลักษณะหรือรูปแบบการเลือกใช้ ตลอดจนความจำเป็นในการใช้สินค้า

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจหลายอย่าง การแสวงหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อจึงมีความสำคัญ ซึ่งผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการแสวงหาข้อมูลให้ได้เพียงพอเพื่อนำมาประเมินก่อนการซื้อ อิทธิพลที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเมื่อผู้บริโภคเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัดสินใจซื้อสินค้าที่เกิดก่อนการซื้อ ระหว่างการซื้อ และหลังการซื้อ

จากข้อมูลดังกล่าวส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของมนุษย์ให้แสดงกิริยาจากแรงผลักดันต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทางกาย หรือทางจิตใจ สภาพแวดล้อม สังคม ค่านิยมตามยุคสมัยซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้ผู้วิจัยทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ว่าพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของธนาคารต่าง ๆ ของคนยุคปัจจุบันมีพฤติกรรมอย่างไร

ในด้านคุณภาพการบริการ จำแนกได้ 2 ลักษณะคือ คุณภาพเชิงเทคนิคอันเกี่ยวกับผลลัพธ์หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้นโดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมิน นอกจากนี้คุณภาพการบริการถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องและตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการและสามารถที่จะทราบของต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ จึงมุ่งการตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ (Lee, M. C. :2009)

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran, W.G.(1977) โดย

กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดอันอาจเกิดขึ้นผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ **ส่วนที่ 1** แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือก โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน **ส่วนที่ 2** พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน ในด้าน การใช้บริการแอปพลิเคชัน สถานที่ใช้บริการ ประเภทการให้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ แหล่งข้อมูลที่รู้จักแอปพลิเคชัน **ส่วนที่ 3** คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ในด้าน ความมีประสิทธิภาพ การบรรลุเป้าหมาย ความสามารถของระบบ ความเป็นส่วนตัว

สรุปผลวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ และส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท/เดือน

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking การทำธุรกรรมออนไลน์ต่างๆ เช่น โอนเงิน จ่ายบิล เติมเงิน และเปิดบัญชีเงินฝากออนไลน์ มีการใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ที่ทำงานเพื่อการโอนเงินระหว่างบัญชีมีความถี่ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์และรู้จักบริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking จากพนักงานธนาคารแนะนำ

3. ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านความเป็นส่วนตัว ด้านความมีประสิทธิภาพ ด้านการบรรลุเป้าหมายและด้านความสามารถของระบบตามลำดับ

4. จากผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยนำมาสรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครในด้านสถานที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน ความถี่ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน แหล่งข้อมูลการรู้จักแอปพลิเคชัน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 : คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความมีประสิทธิภาพ ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านความสามารถของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กันที่ร้อยละ 63.3

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อ มูลนา มาอภิปรายผลงานวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ระบบรักษาความปลอดภัยมีความเหมาะสม และแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของธนาคาร มีการควบคุมโดยหน่วยงานกำกับดูแลที่ถูกต้อง แอปพลิเคชัน Mobile Banking มีความสามารถในการทำงานตามเป้าหมาย มีเสถียรภาพการตอบสนองได้รวดเร็วมีวิธีการใช้งานที่ชัดเจนง่ายต่อการทำความเข้าใจมีข้อมูลที่ครบถ้วนสำหรับการทำธุรกรรมสภาพของแอปพลิเคชัน Mobile Banking พร้อมใช้งานได้เสมออีกทั้งแอปพลิเคชัน Mobile Banking ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของท่านแก่บุคคลอื่นมีระบบการป้องกันข้อมูลการใช้งานทำให้รู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมกับแอปพลิเคชัน Mobile Banking สอดคล้องกับแนวคิดของ Koehler and Pankowski (1996) กล่าวว่า การวัดคุณภาพของสินค้าหรือบริการจะพิจารณาจากองค์ประกอบ 4 ประการหลักเป็นสำคัญและถ้าสามารถทำให้ความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จริงจะส่งผลให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการและนำไปสู่ความมีคุณภาพของการให้บริการเป็นลำดับ

2. ผลการศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับแอปพลิเคชัน Mobile banking ช่วยให้บริการรวดเร็ว ประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างรวดเร็วสามารถมีเวลาในการทำกิจกรรมอื่นในชีวิตประจำวันมากขึ้นถือว่าแอปพลิเคชัน Mobile Banking เป็นประโยชน์สำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินเพราะช่วยให้ท่านเกิดความสะดวกรวดเร็วขึ้นในการทำธุรกรรมทางการเงินซึ่งใช้งานง่ายสามารถเข้าใจถึงการใช้งานประเภทต่างๆ ของแอปพลิเคชัน Mobile Banking เป็นอย่างดีโดยมีบุคคลรอบข้างมีผลต่อการใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking การรับรู้ข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking และการรับรู้ข้อมูลจากสื่อวิทยุมีอิทธิพลต่อการใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking รวมถึงการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking มีความสะดวกปลอดภัยเหมาะสมและการสมัครเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking มีขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อนซึ่งการยอมรับเทคโนโลยีหมายถึงการนำเอาเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้งานและก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องับพฤติกรรมทัศนคติและการทำงานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น นอกจากนี้การนำ

เทคโนโลยีมาใช้งานทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ความรู้และทักษะในการใช้งานเพิ่มเติมสอดคล้องกับแนวคิดของสิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี 3 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรมทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้นโดย Venkatesh, Davis and Morris (2007) กล่าวว่า พฤติกรรมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีซึ่งสามารถนำมาใช้ในการอธิบายปัจจัยการยอมรับ และใช้งานเทคโนโลยีในบริบทต่างๆ โดยอธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินและใช้งานเทคโนโลยี 4 ปัจจัย ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ โดยการที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีที่ใช้นั้นสามารถลดระยะเวลาในการทำงาน และเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน ความคาดหวังในความพยายามซึ่งเป็นระดับการรับรู้ในความง่ายของการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน หรือสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่ายสะดวกไม่ซับซ้อนไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งานอิทธิพลทางสังคมคืออิทธิพลของบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้เช่นครอบครัวและเพื่อนๆ และสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานที่เป็นความร่วมมือขององค์การและทรัพยากรทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบซอฟต์แวร์ ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญที่องค์การได้จัดเตรียมไว้เพื่อสนับสนุนการใช้งานของระบบเป้าหมายสอดคล้องกับงานวิจัยของจිරนนท์

ตะมะมอญ และ วรทยา ชินกรรรม (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย จากการวิจัยพบว่าปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือด้านอุปกรณ์สื่อสาร และน้อยที่สุดคือด้านการรับรู้ความเสี่ยงสอดคล้องงานวิจัยของ จักรพงษ์ ลีลาธนาศิริ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความใช้งานง่ายส่งผลต่อปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับมาก ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความใช้งานง่ายส่งผลต่อปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการทำธุรกรรมมาก ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการทำธุรกรรมส่งผลต่อความตั้งใจการใช้งานมากและส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกันมีการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรนันท์ ตะมะมอญ และ วรทยา ชินกรรรม (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย จากการวิจัยพบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเรื่องการประหยัดเวลาในการเดินทางมาทำธุรกรรม และอาชีพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาข้อมูลก่อนการเปิดใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และงานวิจัยของ นรศิลป์ ชูชื่นและคณะ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยจากการวิจัยพบว่า

ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ต่อสัปดาห์และที่มีแหล่งรู้จักบริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ต่างกัน มีการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของปาลี คล้ายเพชร (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking : กรณีศึกษา MYMO กับ K-PLUS ในอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์จากการวิจัยพบว่าการใช้ Mobile Banking เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน และบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วยและบรรทัดฐานของคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูงส่งผลในเชิงบวกต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ซึ่งมีผลต่อในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมทางการเงินโดยที่ความตั้งใจในการใช้ Mobile Banking เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกใช้จริง แต่หากมีการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้ Mobile Banking เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินจะมีผลในเชิงลบต่อความตั้งใจในการใช้ Mobile Banking และ การเลือกใช้จริงของ Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความมีประสิทธิภาพด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านความสามารถของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร โดยมีความสามารถพยากรณ์ได้ที่ร้อยละ 63.3 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นรศิลป์ ชูชื่น และคณะ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยจากการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพของระบบสารสนเทศมีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาลีคล้ายเพชร (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking : กรณีศึกษา MYMO กับ K-PLUS ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการวิจัยพบว่าการรับรู้ถึงการใช้ง่าย และการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานส่งผลในเชิงบวกต่อทัศนคติในการใช้ Mobile Banking ซึ่งจะมีผลในเชิงบวกต่อทัศนคติการใช้ Mobile Banking

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ดังนี้

จากการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความมีประสิทธิภาพด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านความสามารถของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดการรณรงค์หรือการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking เป็นการ

ทำธุรกรรมที่ง่ายสะดวกและมีระบบความปลอดภัยสูงควบคู่กับการนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการตลาด
อื่นๆ อาทิ การยกเลิกค่าธรรมเนียมในการโอนเงินหรือชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้แง่มุมในเชิงลึกมากยิ่งขึ้นส่วนด้านปัจจัยหรือตัวแปรที่ใช้
ในงานวิจัยสามารถทำการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงิน
ผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการใน
กรุงเทพมหานครมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จักรพงษ์ ลีลาธนาศิริ. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์
ทโฟนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล.** (ปริญญาการจัดการทั่วไปมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จิรนนท์ ต๊ะมอญ และ วรทยา ชินกรรรม. (2560). **พฤติกรรมและปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมของ
ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย.**
ธนาคารแห่งประเทศไทย.(2561) **แผนกลยุทธ์ระบบการชำระเงิน ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2562 – 2564).**
ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน.
- นรศิลป์ ชูชื่น, รฐา คุณาสุกข์กุล และพรทิพย์ ชุ่มเมืองปัก.(2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ
ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่(Mobile Banking) ของธนาคารพาณิชย์ใน
ประเทศไทย.**การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
พระนครเหนือ,คณะบริหารธุรกิจ
- บุญเลิศ กมลชนกกุล.(2560).ฟินเทค (Fintech)กับอนาคตเศรษฐกิจของประเทศไทย. รายงาน
นักศึกษาสถาบันพระปกเกล้า
- ปาลี คล้ายเพชร (2559). **การเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีMobile Banking การณศึกษา
MYMO กับ K PLUS ในอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.**การค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการและ พิชญ์สินี โพธิจิตติ. (2560). **Mobile Banking...การธนาคารในยุคDigital.
Modern Financial, 1-3.**
- วิโรไท สันติประภาพ. “นิยาม Thailand 4.0 คืออะไร–ไทยอยู่ตรงไหน จะสร้างคนที่ครบคน รับโลก
ใหม่อย่างไร”. ไทยพับลิก้า. (ออนไลน์). สืบค้นจาก: <http://thaipublica.org/2019/02/veerathaithailand-4-0/>, 2561
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัท ธีระฟิล์ม และ
ไซเท็ก จำกัด.
- สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). **การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ.** วารสารเทคโนโลยี
สารสนเทศ ลาดกระบัง.

- Koehler, J.W., & Pankowski, J.M. (1996). Quality government : Design, developing, And implementing TQM. Delray Beach, FL. : St.Lucie.
- Lee, M. C. (2009). Factors Influencing the Adoption of Internet Banking: An Integration of TAM and TPB With Perceived Risk and Perceived Benefit. **Electronic Commerce Research and Applications**, 8 (3): 130-141.
- McKinsey Global Institute. (2007). **Mapping Global Capital Markets**: Entering a New Era. McKinsey Global Institute.
- Shaun Weston. (2017). **The power of soft skills in a digital world**. Self-employed podcaster, copywriter and content manager. Congleton, Cheshire, United Kingdom
- Venkatesh, V., Davis, F. D., & Morris, M. G. (2007). Dead or alive? The development, trajectory and future of technology adoption research. **Journal of the association for information systems**, 8(4), 267.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐ
ประชาชนจีน ของประชาชนในอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม
Factors affecting buying decision Electric Appliance from China of
People in Nakhonchaisri District, Nakhonpathom Province

สิทธิพร โพธิ์ระหง¹, วีระศักดิ์ จงเลขา², ศิระชญาน์ การะเวก³,

วิริยา ธรณินทร์พานิช⁴ และศิริมา วิภาตวรรณ⁵

Sitthiporn Porahong¹, Weerasak Jonglakha², Sirachaya Karawek³,

Viriya Thoraninpanich⁴ and Sirima Vipatavana⁵

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 086-6102216

¹ Bachelor of Business Administration, Program in Management, Faculty of Business Administration,
Bangkokthonburi University, Tel 086-6102216

²หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 086-6102216

² Bachelor of Business Administration, Program in Management, Faculty of Business Administration,
Bangkokthonburi University, Tel 081-4233482

^{3,4,5}หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 086-6102216

^{3,4,5} Doctor of Business Administration, Program in Business Administration, Faculty of Business Administration,
Bangkokthonburi University, Tel 081-4565312

บทคัดย่อ

การวิจัยในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ของประชาชนในอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนและเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของประชาชนในอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมี 400 ราย สถิติที่ใช้เป็นเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ในการแจกแจงความถี่ในรูปตารางสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอ้างอิง ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การทดสอบไคสแควร์ (Chi Square Test) เพื่อใช้ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-15,000 บาท ต่อเดือน ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าที่นำเข้ามาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 253 คน และไม่ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 147 คน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของประชาชน ในอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ลำดับที่ 1 คือ ด้านสถานที่ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.68) ลำดับที่ 2 รองลงมาคือด้านราคา (\bar{x} = 4.55) ลำดับที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ (\bar{x} = 4.48) ลำดับที่ 4 คือ ด้านการบริการ (\bar{x} = 4.41) ลำดับที่ 5 ด้านบุคลากร (\bar{x} = 4.38) ลำดับที่ 6 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (\bar{x} = 3.89) และลำดับที่ 7 คือด้านการส่งเสริมด้านการตลาด (\bar{x} = 3.71) ด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ การศึกษาที่สำเร็จสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ของประชาชนใน อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่และปัจจัยด้านการบริการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ของประชาชนในอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม มีเพียงปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของประชาชนในอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ, เครื่องใช้ไฟฟ้า, ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The purposes of this research were : 1) to study the affecting an individual's buying electric appliance imported from people's republic China of consumers in Nakhonchaisri District, Nakhonpathom Province and 2) to study the marketing mix that affect the selection of appliance imported from the people's republic of Nakhonchaisri District, Nakhonpathom Province. The sample for this study was 400 consumers who lived in Nakhonchaisri District, Nakhonpathom Province. Researcher used descriptive statistics and inferential statistics including the frequency distribution in statistics, percentage, mean and statistical reference to test the hypothesis is the chi-Square test for testing the relation among variables.

The research found :

Most respondents were male, aged between 31-40 years old, a bachelor degree. Most of them were employees of the business sector and had the average monthly income around 10,001 to 15,000 bath per month. Buy imported appliances from China 253 sample and 147 sample not buy appliances from China. Analysis on the imported of marketing mix factors affecting buying decision electric appliance imported from China of people in Nakhonchaisri District, Nakhonpathom Province in overall were in the highest level (\bar{x} =4.30) and when considering aspects from the largest to the smallest found that No.1 the physical evidence and presentation are in the highest level (\bar{x} =4.68) No.2 is the price (\bar{x} =4.55) No.3 is the product (\bar{x} =4.48)

No.4 is the process ($\bar{x}=4.41$) No.5 is the people or employee ($\bar{x}=4.38$) No.6 is the place ($\bar{x}=3.89$) and the last one is the promotions ($\bar{x}=3.71$). Personal factors included gender, age, highest educational attainment, occupation and income were affection the decision to purchase appliances imported from China as of people in Nakhonchaisri District, Nakhonpathom Province. The marketing mix factors; the product, people, physical evidence and the process does not affect people decision to purchase appliances imported from China in Nakhonchaisri District, Nakhonpathom Province. Only the price factor, distribution channels and marketing promotion factors that affects the decision of people in Nakhonchaisri District, Nakhonpathom province to buy electrical appliances imported from China.

Keywords: Factors affecting buying decision ; electrical appliances ; marketing factors

บทนำ

ในช่วงปีพุทธศักราช 2545 เป็นต้นมา สินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าที่จำหน่ายในประเทศไทย ได้นำเข้ามาจากประเทศ ไม่ว่าจะเป็ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สาธารณรัฐประชาชนจีน หรือแม้แต้สินค้าที่ผลิตในประเทศไทย จึงทำให้เกิดปัญหาในการเลือกซื้อว่าจะมีการเลือกซื้อสินค้าอย่างไร จึงจะคุ้มค่านมากที่สุด ธุรกิจจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าที่นำเข้ามาจากจีน สินค้าที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้น มีราคาถูกและจากการส่งออกของผลิตภัณฑ์สินค้านี้ราคาค่อนข้างถูก ของสาธารณรัฐประชาชนจีน นั้นทำให้คนจำนวนมากในโลกได้ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าอย่างแพร่หลาย หลังจากที่ญี่ปุ่นประสบปัญหาอุทกภัย ปัญหาคลื่นยักษ์สึนามิ ส่งผลกระทบต่อระบบ Supply Chain และโรงงานประกอบสินค้าทั้งจาก สาธารณรัฐเกาหลีและประเทศญี่ปุ่น ทำให้ภาคการผลิตสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ประกอบกับการแข็งค่าของเงินเยน ในช่วงหลายเดือนที่ผ่านมา ทำให้สินค้าที่ผลิตในประเทศญี่ปุ่นรุ่นใหม่ ๆ ปรับราคาสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคจึงเป็นโอกาสของสินค้าที่ผลิตในสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่จะพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาสเพื่อเข้ามาทำการตลาดในประเทศไทยเนื่องจากมีจุดเด่นที่ “ราคาถูก” เพราะมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า (เมธาวี ดันเรืองเวชจรรยา, 2556 : 15)

ขณะที่คุณภาพสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน มีการพัฒนาและสร้างผลิตภัณฑ์ (Brand) อย่างต่อเนื่อง เพื่อต้องการเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคระดับล่างและระดับกลาง เช่น ยี่ห้อไฮเออร์ (Haier) ทีซีแอล (TCL) และมิดีเอ (MIDEA) ที่เข้ามาทำตลาด เครื่องใช้ไฟฟ้า ในครัวเรือนรวมทั้งประเภทโทรทัศน์ ตู้เย็น และเครื่องปรับอากาศที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ทำให้ผลิตภัณฑ์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นอีกทางเลือกหนึ่ง รองจากสินค้าจากสาธารณรัฐเกาหลี และประเทศญี่ปุ่น และได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคระดับล่างโดยเฉพาะเครื่องใช้ภายในบ้าน เช่น หม้อหุงข้าว เครื่องปิ้งขนมปัง เตารีด หม้อสุกี้ เป็นต้น ส่วนการยอมรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสาธารณรัฐ

ประชาชนจีน ขึ้นอยู่กับว่าสินค้าจะพัฒนาคุณภาพได้มากน้อยเพียงใด อีกทั้งต้องมีราคาถูกกว่าสินค้าที่ผลิตจากประเทศญี่ปุ่นถึงร้อยละ 30 การยอมรับนั้นขึ้นอยู่กับว่าจะพัฒนาคุณภาพได้มากน้อยเพียงใด อีกทั้งต้องมีเทคโนโลยีและการออกแบบที่เป็นของตัวเอง จึงจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวผลิตภัณฑ์ได้เช่นเดียวกับสินค้าที่ผลิตจากสาธารณรัฐเกาหลีและประเทศญี่ปุ่น

เนื่องจากเครื่องใช้ไฟฟ้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนมีราคาถูกกว่าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ผลิตในประเทศไทยมาก เป็นเพราะมีการใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำ แต่กลับมีคุณสมบัติที่ดีเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมบางผลิตภัณฑ์ รวมทั้งยังมีลูกเล่นที่มากกว่า ทำให้ปัจจุบันสินค้าที่ผลิตในสาธารณรัฐประชาชนจีนได้รับความนิยมมากกว่า สินค้าที่ผลิตในประเทศไทย เพราะสินค้าที่ผลิตในสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ใช้กลยุทธ์การจำหน่ายสินค้าราคาถูก (กรมศุลกากร, 2555)

การเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้ามีทิศทาง การเติบโตสอดคล้องกับกับอัตราการเติบโตของรายได้ครัวเรือน อัตราการเติบโตของประชากรและอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจ โดยเฉพาะเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียงที่คาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากกว่าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนนอกจากนี้การพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า ประเภทต่าง ๆ ทำให้มีการผลิตสินค้าใหม่ที่มีความหลากหลายในราคาที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับ ในอดีตออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องประกอบกับกำลังซื้อของประชาชนที่เพิ่มมากขึ้นได้ทำให้ความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้ามีความรุนแรงมากขึ้น

อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เป็นพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่น มีธุรกิจเข้ามาใช้พื้นที่ในอำเภอ นครชัยศรีในการประกอบกิจการ รวมถึงมีหมู่บ้านจัดสรรเกิดขึ้นมากมายในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา จึงทำให้ผู้วิจัยเลือกในการศึกษาและทำวิจัย เนื่องจากอำเภอ นครชัยศรี จังหวัดนครปฐมมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ทำให้มีการซื้อขายที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการที่อำเภอ นครชัยศรี จังหวัดนครปฐมมีชนชั้นอาชีพหลากหลายอาชีพ การเลือกซื้อ เลือกบริโภคสินค้ามีความแตกต่างกันตามอัตราค่าจ้างเงินเดือน รสนิยมของแต่ละกลุ่มอาชีพ ตลอดจนภาวะสังคมในปัจจุบันต้องทำงานแข่งกับเวลา การอำนวยความสะดวกให้กับตนเองและครอบครัวด้วยการจัดหา จัดซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ในครัวเรือนที่มีราคาถูก สามารถทำให้เกิดการประหยัด อดออมเงินของครอบครัวได้มากขึ้น ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าที่นำเข้ามาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ของประชาชนในอำเภอ นครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ของประชาชนในอำเภอ นครชัยศรี จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ของประชาชนในอำเภอ นครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

การดำเนินการวิจัย

วิจัยนี้เป็นเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)) และวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) ใช้การศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากแบบสอบถาม(Questionnaire) โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่มาซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ได้มาโดยหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ทาโร่ ยามาเน่ ซึ่งใช้ความเชื่อมั่น 95 % ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างของประชากรแบบบังเอิญ ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากการสำรวจประชากรทั้งหมดในอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมจำนวน 101,450 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง พ.ศ. 2564)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ของประชาชนในอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ได้พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้สอบถามไปจากกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 เพศหญิง จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะมีอายุระหว่าง31-40 ปี จำนวน 175 คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาคืออายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ตอบคำถามจะมีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จำนวน 165 คน คำนวณได้เป็นร้อยละ 41.25 ซึ่งเป็นจำนวนมากที่สุดรองลงมาอาชีพ เจ้าของธุรกิจ/ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 130 คน คำนวณได้เป็นร้อยละ 32.5 และอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 ถึง 15,000 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมารายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 ถึง 25,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และสูงกว่า 25,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.30) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ลำดับที่ 1 คือ ด้านสถานที่ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.68) ลำดับที่ 2 รองลงมาคือด้านราคา (\bar{x} = 4.55) ลำดับที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ (\bar{x} = 4.48) ลำดับที่ 4 คือ ด้านการบริการ (\bar{x} = 4.41) ลำดับที่ 5 ด้านบุคลากร (\bar{x} = 4.38) ลำดับที่ 6 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (\bar{x} = 3.89) และลำดับที่ 7 คือด้านการส่งเสริมด้านการตลาด (\bar{x} = 3.71)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมากที่สุด (= 4.48) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.76) รองลงมา มีการรับประกันคุณภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.62) มีการออกแบบที่ทันสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.29) และภาพลักษณ์ของตราสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.28)

ปัจจัยด้านราคา ในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.55) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญว่าราคาเครื่องใช้ไฟฟ้าเหมาะสมกับตราสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.56) และราคาคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.55)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 3.89) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการสะดวกซื้อ เช่น ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.26) รองลงมาสามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตและมีบริการจัดส่งถึงบ้าน อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 3.71) และสินค้ามีจำหน่ายผ่านแคตตาล็อก อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 3.71)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 3.71) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญว่าให้มีการโฆษณาทางโทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.10) รองลงมาการจัดโปรโมชั่น เช่น การลดราคาสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 3.54) และมีการจัด Event อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 3.50)

ปัจจัยด้านบุคลากร ในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.38) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญว่า พนักงานขายแต่งกายสุภาพ/สะอาด อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.58) รองลงมาพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.55) และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์พูดจาไพเราะ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.01)

ปัจจัยด้านสถานที่ ในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.36) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการจัดตกแต่งร้านที่สวยงามทันสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.70) และการจัดวางหมวดหมู่เครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อสะดวกในการซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.66)

ปัจจัยด้านการบริการ ในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.41) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการส่งมอบสินค้าถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.69) รองลงมา การแนะนำสินค้าน่าสนใจและถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.33) และขั้นตอนการซื้อสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.23)

จากการศึกษาข้อมูล เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ของผู้บริโภคใน อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมในภาพรวม ของประชาชนที่มีความคิดเป็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน พิจารณาตามรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านสินค้าผลิตภัณฑ์ใน

ภาพรวม มีความสำคัญในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา มีการรับประกันคุณภาพ มีการออกแบบที่ทันสมัย และภาพลักษณ์ของตราสินค้าตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณา เป็นรายข้อ พบว่า ให้ความสำคัญกับราคาที่มีความเหมาะสมกับตราสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ในภาพรวม มีความสำคัญในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ให้ความสำคัญกับการสะดวกในการซื้อ เช่น ร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ในระดับมาก รองลงมา สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต มีบริการจัดส่งถึงบ้าน และสินค้า มีการจำหน่ายผ่านแคตตาล็อก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ให้ความสำคัญในการโฆษณาทางโทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือการจัดโปรโมชั่น เช่น การลดราคาสินค้าและมีการจัด Event ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ในภาพรวม มีความสำคัญในระดับมากที่สุดและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ให้ความสำคัญกับพนักงานขายที่แต่งกายสุภาพ และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ พุดจาไพเราะอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ให้ความสำคัญกับการจัดตกแต่งร้านที่สวยงามทันสมัยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการจัดวางหมวดหมู่เครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อสะดวกในการซื้อ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการบริการ พบว่า ในภาพรวม มีความสำคัญในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ให้ความสำคัญกับการส่งมอบสินค้าถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการแนะนำสินค้าน่าสนใจและถูกต้องอยู่ในระดับและขั้นตอนการซื้อสินค้า

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยไปปฏิบัติได้จริง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการมากยิ่งขึ้น เพื่อความสะดวกต่อการให้คำปรึกษา และการจัดซื้อ
2. ควรมีช่องทางการในการจัดจำหน่ายในสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านี้เพื่อความสะดวก และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปร้านจัดจำหน่ายด้วยตนเอง
3. ควรมีการบริการหลังการขาย ที่ให้บริการแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย
4. เครื่องใช้ไฟฟ้ามีหลากหลายรูปแบบ ควรตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนที่จะทำการซื้อ-ขาย เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้งาน มีพนักงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านเครื่องใช้ไฟฟ้า เพื่อแนะนำการใช้ให้แก่ผู้บริโภคได้ถูกวิธี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกของประชาชนในการเลือกซื้อใช้เครื่องไฟฟ้า เพื่อทราบความคิดเห็นที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพ ในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากต่างประเทศ

2. ศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้ที่สนใจศึกษาควรเพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าและควรจะศึกษาธุรกิจอย่างอื่นนอกเหนือจากเครื่องใช้ไฟฟ้าด้วย

เอกสารอ้างอิง

กรมศุลกากร. (ข้อมูลปี 2555). **มูลค่าการค้า/ดุลการค้า**. <http://www.2.ops3.moc.go.th>. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2556.

กฤษณา รัตนพุกษ์. (2545). **การตลาดบริการ**. เชียงใหม่ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิบูล ทีปะปาล. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : บริษัทวิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.

มัลลิกา บุนนาค. (2551). **สถิติเพื่อการวิจัยและตัดสินใจ**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เมธาวิ ต้นเรืองเวชจรูญ. (2556). **หัวข้อข่าว เครื่องใช้ไฟฟ้าจีนรอจังหวะติดตลาด**. กรุงเทพฯธุรกิจ [www. Bangkokbiznews.com](http://www.Bangkokbiznews.com). สืบค้นเมื่อวันที่ วันที่ 26 มีนาคม 2556.

วรานนท์ ไชยวงศ์. (2559). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. (www.library.cmu.ac.th) สืบค้น เมื่อวันที่ วันที่ 26 มีนาคม 2556.

อดุลย์ จาตุรงค์กุลและดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจฉราพรรณ ลีพันธ์และวิชฌู เหลืองลออ. (2553). **ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ผลิตและนำเข้าจากจีน**. (www.rmutt.ac.th). สืบค้นเมื่อวันที่ วันที่ 26 มีนาคม 2556.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Factors affecting Purchase Decision Vitamin Water of Customers in Bangkok Metropolitan Area

นิสิตา สมพีรวงศ์^{1*}, มณีกัญญา นากามัทสึ²

Nisita Sompeewong¹, Maneekanya Nagamatsu²

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ เบอร์โทร 086-677-5760

¹ Graduate Student in Master of Business Administration, Southeast Asia University., Tel. 086-677-5760

²อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ เบอร์โทร 087-828-7074

² Lecturer, Master of Business Administration Program, Southeast Asia University., Tel 087-828-7074

*e-mail: S6241510035@sau.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อ 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อ แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อนำเสนอปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินภายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 398 คน ภายในแนวคิดของ Cochran et al., (1953) ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA; F-test) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า 1) ภาพรวมระดับส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11$, S.D.=.839) และระดับการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.60$, S.D.=.622) 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินแตกต่างกันที่ระดับ .05 ในขณะที่ ด้านเพศ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกันที่ระดับ .05 3) ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยส่วนประสมทางการตลาดสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินได้ร้อยละ 16.90

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด; การตัดสินใจซื้อ; น้ำดื่มผสมวิตามิน

Abstract

The objectives of this research were to study 1) levels of marketing mix and purchase intention 2) to compare purchase intention, classified by personnel factors and 3) to present relations between marketing mix and purchase intention. The research employs quantitative method by using a close-ended questionnaire for survey research. Data were collected from 398 persons who purchased vitamin water in Bangkok metropolitan under the concept of Cochran et al., (1953) by non-probability sampling and accidental sampling. The research was conceptualized to analyze the percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA F-test, and multiple regression analysis by using a statistic software

The research finding revealed that 1) factors marketing mix was at high level with an average value of (\bar{X} =4.11, S.D.=.839) and factors purchase intention was at highest level with an average value of (\bar{X} =4.60, S.D.=.622) 2) Personal factors different by age, status, education, and Incomes have an influenced purchase intention different of vitamin water at the statistically significant level of .05, while sex and occupation are different, there were no difference in purchase intention at the statistically significant level of .05 and 3) factors marketing mix; product, people, physical evidence, and process have an effects on purchase intention at the statistically significant level of .05. by the marketing mix can predicts purchase intention vitamin water were at 16.90 percent.

Keywords: Marketing Mix; Purchase Intention; Vitamin Water

บทนำ

ในร่างกายของมนุษย์นั้นมึน้ำเป็นส่วนประกอบอยู่ถึง 2 ใน 3 ของน้ำหนักตัว น้ำเป็นตัวช่วยลำเลียงสารต่าง ๆ ในร่างกายและทำให้กระบวนการทางเคมีในร่างกายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังช่วยขับของเสียออกจากร่างกาย เช่น เหงื่อ ปัสสาวะ โดยปกติในแต่ละวันร่างกายจะสูญเสียน้ำโดยเฉลี่ยประมาณ 2.7-3.2 ลิตร ซึ่งร่างกายมีความจำเป็นจะต้องดื่มน้ำเพื่อมาทดแทนปริมาณที่เสียไปเพื่อช่วยรักษาสมดุล และกลไกการทำงานต่าง ๆ ของร่างกายให้เป็นปกติ ซึ่งหากขาดน้ำเรื้อรัง คือ ดื่มน้ำไม่เพียงพอต่อความต้องการเป็นประจำก็จะส่งผลทำให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บได้ และหากร่างกายขาดน้ำ 3-4 วันก็จะทำให้เสียชีวิต จึงกล่าวได้ว่าน้ำเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างแท้จริง (Nectec, 2544)

นอกเหนือจากการบริโภคน้ำดื่มที่บริสุทธิ์เพื่อให้ร่างกายได้รับน้ำเพียงพอในแต่ละวัน ปัจจุบันน้ำดื่มผสมวิตามินก็ถือเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้บริโภค จากจุดเด่นสำคัญ คือ ความใส ไม่มีสี

สามารถดื่มเพื่อดับกระหายได้ และยังมีสารอาหารเพิ่มเข้าไปในน้ำดื่ม เช่น วิตามิน B และ วิตามิน C ซึ่งเป็นสารอาหารที่ร่างกายของเรานั้นไม่สามารถสร้างขึ้นได้เอง รวมถึงมีการปรับแต่งให้น้ำดื่มนั้นมีกลิ่นและรสชาติที่แตกต่างออกไปจากน้ำเปล่า โดยให้พลังงานที่ต่ำ เหมาะกับผู้บริโภคที่ต้องการน้ำดื่มที่มีกลิ่น รสชาติที่ให้พลังงานต่ำ และยังได้รับวิตามินที่จำเป็นต่อร่างกายด้วย

น้ำดื่มผสมวิตามินนับว่าเป็นสินค้าที่มีอัตราการเติบโตสูง โดยศูนย์วิจัยกสิกรได้ทำการประเมินมูลค่าตลาดไว้ว่าใน ปี 2563 ตลาดเครื่องดื่มผสมวิตามินในประเทศไทยนั้นจะมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 5,500 ล้านบาท หรือคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 1.2 ของมูลค่าเครื่องดื่มทั้งหมดของประเทศไทย และคาดว่ามูลค่าตลาดจะขยับขึ้นเป็นประมาณ 6,000-7,000 ล้านบาทในปี 2564 จากอัตราการเติบโตสำหรับผู้บริโภคนั้น ความนิยมน้ำดื่มผสมวิตามินเกิดจากการตื่นตัวในการดูแลสุขภาพตัวเอง จากภาวะแวดล้อมในชีวิต โรคภัยต่าง ๆ และวิถีการใช้ชีวิตแบบคนเมือง จึงต้องการเสริมภูมิคุ้มกันที่มากขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการเองก็เป็นการยกระดับการพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และความสามารถในการทำกำไร รวมถึงยังเป็นช่องทางการตลาดใหม่ ๆ สำหรับผู้ประกอบการที่พยายามปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐที่มีการควบคุมมากขึ้นสำหรับกลุ่มสินค้าที่มีผลต่อสุขภาพ โดยภาครัฐได้มีมาตรการปรับอัตราภาษีแอลกอฮอล์ ภาษีความหวาน ซึ่งทำให้สินค้าที่เข้าข่าย เช่น ชาเขียว น้ำอัดลม น้ำผลไม้ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำเป็นต้องปรับทิศทางแผนการผลิตจากผลกระทบด้านต้นทุนทางธุรกิจที่สูงขึ้น เกิดแนวโน้มที่ทำให้หลายบริษัทในกลุ่มเครื่องดื่มปรับทิศทางเพื่อมุ่งเข้าสู่ตลาดน้ำดื่มผสมวิตามินมากขึ้น จึงเป็นความท้าทายที่ว่าแต่ละบริษัทจะมีการวางแผนการตลาดอย่างไรเพื่อให้แบรนด์สินค้าของตนเองนั้น ได้เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นศึกษาความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อได้ข้อมูลที่เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่ธุรกิจ อีกทั้งผู้บริโภคจะได้มีผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเช่นกัน

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 2) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 3) เพื่อนำเสนอปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การทบทวนวรรณกรรม

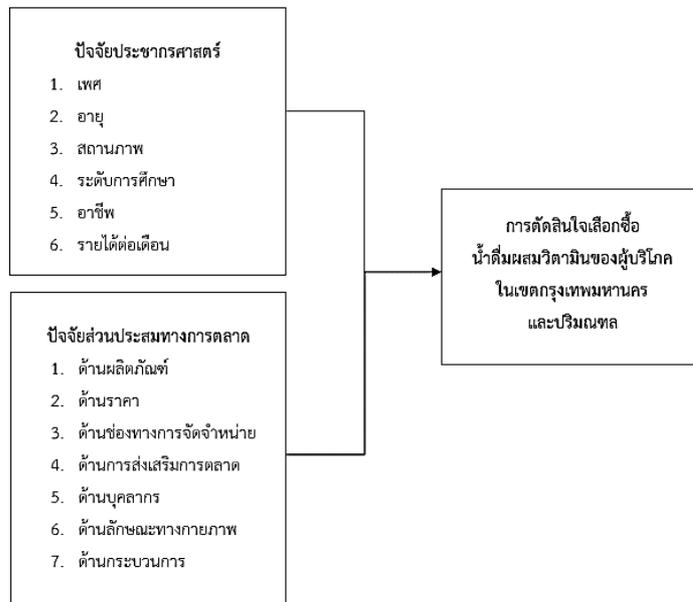
ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในตัวแปรต่าง ๆ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ส่วนประสมทางการตลาด จากการนิยามของ Kotler (1997) กล่าวว่า เป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งหลายบริษัทก็นำมาใช้ประกอบรวมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งส่วนประสมการตลาดเดิมมีเพียง 4 ตัวแปร คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ จึงได้มีตัวแปรเพิ่มขึ้นมา 3 ตัวแปร คือ บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) จึงรวมเรียกว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) โดย Kotler (2000) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ส่วนผสมทางการตลาดนั้นเป็นเครื่องมือที่บริษัทใช้เพื่อติดตามวัตถุประสงค์ของการตลาดว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

2. การตัดสินใจเลือกซื้อ คือ ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สองทางเลือกขึ้นไป โดยพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทางด้านพฤติกรรมทางกายภาพและจิตใจ การซื้อถือเป็นกิจกรรมด้านกายภาพและจิตใจ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยกิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และกระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย ขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน กระบวนการตัดสินใจซื้อเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งจะทำการตัดสินใจซื้ออย่างมีขั้นตอน ในขณะที่ คิวทอร์ ฟงศกรรังศิลป์ (2547) กล่าวว่า เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการ จะทำการแสวงหาข้อมูลเพื่อนำมาประกอบการพิจารณา และกำหนดแนวทางเพื่อประเมินทางเลือกว่าจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น นักการตลาดจะต้องให้ความสำคัญอย่างมากต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งหากผู้บริโภคไม่เกิดความพึงพอใจแล้วนั้น นักการตลาดจำเป็นต้องหาสาเหตุของปัญหาและทำการแก้ไข เพื่อรักษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคให้ตรงกับการปฏิบัติการของสินค้าในการตอบสนองต่อความคาดหวัง อันได้แก่ 1) การรับรู้ความต้องการ 2) การค้นหาสิ่งที่ต้องการ 3) การประเมินรายการเพื่อเปรียบเทียบ 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวความคิดในการ จากทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนารอบแนวความคิดได้ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการวิจัยที่มีขอบเขตและรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินภายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

2.2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินภายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 398 คน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงเลือกใช้วิธีการหากลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% โดยใช้สูตรของคอคแรน (Cochran et al., (1953) สามารถแสดงได้ดังนี้

$$\text{จากสูตร } n = \frac{F(1-F)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n แทนค่าของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัย

P แทนค่าสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (0.5)

Z แทนค่าความมั่นใจระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่า

เท่ากับ 1.96 ที่มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% (0.05)

d แทนค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่เกิดขึ้น = 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ซึ่งจากการคำนวณได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จำนวน 385 คน และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 398 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง โดยใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และเมื่อแก้ไขแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยสามารถนำแบบสอบถามมาเก็บกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Multiple Choice)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7) ด้านกระบวนการ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

โดยตอนที่ 2-3 มีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น มี 5 ระดับ ของ Likert Scale, (1932) สามารถอธิบายได้ดังนี้

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

ผลคะแนนที่ได้จากการสำรวจนั้น จะนำมาทำการวิเคราะห์และแปรผลความหมายค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญ โดยการให้คะแนนแต่ละระดับ มีเกณฑ์ดังต่อไปนี้ Best, (1977)

$$\text{ความห่างของอัตราค่าขึ้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0.80$$

เกณฑ์การวัดผลค่าคะแนนเฉลี่ย

ผลเฉลี่ย	4.21–5.00	ระดับมากที่สุด
ผลเฉลี่ย	3.41–4.20	ระดับมาก
ผลเฉลี่ย	2.61–3.40	ระดับปานกลาง
ผลเฉลี่ย	1.81–2.60	ระดับน้อย
ผลเฉลี่ย	1.00–1.80	ระดับน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ นำมากำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำผลที่ได้จากการศึกษาตามข้อ 1. มาสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น ส่วน ๆ และพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับแนวคิด วัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่สร้างปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขมาตรวจสอบความถูกต้อง
5. เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือน มกราคม-ธันวาคม 2564 ได้แบบสอบถามจำนวน 398 ฉบับ มีอัตราการตอบกลับอยู่ที่ 100%
6. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้จำนวนการตอบแบบสอบถามครบถ้วนตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้อ้อมมาประมวลผล และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและแบบสอบถาม เพื่อหาข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Description Statistic) สำหรับข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์หาค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และสำหรับระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การทดสอบที (Independent sample t-test) สำหรับวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้วิธีค้นหาข้อมูลด้วยเสียงต่อข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งจำแนกเป็น 2 กลุ่ม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งจำแนกมากกว่า 2 กลุ่มจะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงปริมาณระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษา

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 204 คน (ร้อยละ 51.26) อายุ 36-45 ปี จำนวน 146 คน (ร้อยละ 36.68) สถานภาพสมรส จำนวน 201 คน (ร้อยละ 50.50) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 234 คน (ร้อยละ 58.79) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 230 คน (ร้อยละ 57.79) รายได้ 10,000-20,000 บาท จำนวน 110 คน (ร้อยละ 27.64)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับส่วนประสมทางการตลาด สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ผลิตภัณฑ์	4.17	.805	มาก
2. ราคา	4.35	.746	มากที่สุด
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.20	.775	มาก
4. การส่งเสริมการตลาด	3.81	1.014	มาก
5. บุคลากร	3.88	.887	มาก
6. ลักษณะทางกายภาพ	4.10	.771	มาก
7. กระบวนการ	4.20	.747	มาก
รวม	4.11	.839	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ (\bar{X} =4.11, S.D.=.839) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปน้อยสามารถกล่าวได้ว่า มากที่สุดในด้านราคา (\bar{X} =4.35, S.D.=.746) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (\bar{X} =4.20, S.D.=.775) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ (\bar{X} =4.20, S.D.=.747) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (\bar{X} =4.17, S.D.=.805) รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (\bar{X} =4.10, S.D.=.771) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร (\bar{X} =3.88, S.D.=.887) รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (\bar{X} =3.81, S.D.=1.014) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อ ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความของระดับการตัดสินใจซื้อ

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของส่วนประสมทาง การตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลความ
ท่านจะยังซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินต่อไปอีกหรือไม่	4.60	.622	ซื้อแน่นอน
รวม	4.60	.622	ซื้อแน่นอน

พบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ($\bar{X}=4.60$, S.D.=.622) เมื่อพิจารณาการแปลความจะเห็นได้ชัดว่า ผู้บริโภคจะซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินอย่างแน่นอน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน จะมีการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามิน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ ด้านเพศ และอาชีพ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินแตกต่างกัน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน แต่ด้านเพศ และอาชีพ ไม่มีความแตกต่างกันทางนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อนำเสนอปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Beta=.221) ด้านบุคลากร (Beta=-.059) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Beta=.102) และด้านกระบวนการ (Beta=.130) ตามลำดับ

ผลวิเคราะห์มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.411 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจซื้อ (R Square) เท่ากับ 0.169 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจซื้อที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.113 และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Std. Error) เท่ากับ 0.573

แสดงว่า ตัวแปรต้นทั้งเจ็ด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ได้ร้อยละ 16.90

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” โดยจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอภิปรายผลการวิจัยและตีความข้อมูลต่าง ๆ ได้เป็น 2 ส่วน คือ 1. ปัจจัยส่วนบุคคล 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามิน

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินแตกต่างกัน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน แต่ด้านเพศ และอาชีพ ไม่มีความแตกต่างกันทางนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รวิกร สยามภักดิ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำแร่บรรจุขวดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแตกต่างกัน กล่าวได้ว่า เกิดจากช่วงอายุที่ต่างกันของผู้บริโภค มีแนวความคิด รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน อาจมีการคิดไตร่ตรองถึงอรรถประโยชน์และความคุ้มค่าก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อ ยังพบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแตกต่างกันเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับการศึกษาสูงนั้น มักจะมีขั้นตอนการคิดไตร่ตรองที่ซับซ้อนเนื่องจากการเรียนรู้ทฤษฎีความรู้ต่าง ๆ ที่มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า ด้านรายได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญวิทย์ ตระกูลวรสิน (2548) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารแช่แข็งสำเร็จรูปแช่แข็งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะเลือกรับประทานอาหารที่ต่างกัน หากมีรายได้น้อยก็จะเลือกตามอาหารที่ราคาเหมาะสมกับรายได้ที่มี หากมีรายได้ที่มากขึ้นก็จะมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นเพื่อเพิ่มความแปลกใหม่และความหลากหลายของอาหารมากขึ้น ด้านสถานภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของวราพร ต้นดิศริกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดนัดชุมชนเขตบางแค กล่าวว่า ปัจจัยด้านสถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามิน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.411 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจซื้อ (R Square) เท่ากับ 0.169 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจซื้อที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.113 และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Std. Error) เท่ากับ 0.573 ซึ่งสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 16.90 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัทธมน เดชประภัสสร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางอินเทอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบของเว็บไซต์ที่น่าสนใจ ใช้งานง่ายและสะดวก สามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย ง่ายต่อการค้นหา ข้อมูลผลิตภัณฑ์มีการจัดเรียงข้อมูลที่ง่ายต่อการอ่าน ขั้นตอนการสั่งซื้อง่ายและไม่ซับซ้อน สามารถใช้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ช่องทางการชำระเงินหลากหลาย สะดวก และรวดเร็ว รวมถึงความปลอดภัยของการชำระเงิน ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยสินค้าได้รับการรับรอง มีคุณภาพ มีความปลอดภัย มีประสิทธิภาพ ใช้แล้วเห็นผล รวมถึงมีฉลากแสดงข้อมูลรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวพัชราภรณ์ พร่องพรมราช (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าพรีเมียมแบรนด์ (Premium Brand) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้หากพนักงานผู้ให้บริการมีความสุภาพ ยิ้มแย้ม ให้เกียรติลูกค้า มีความกระตือรือร้นในการให้บริการสามารถแนะนำหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ระบุคุณประโยชน์ไว้ชัดเจน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล น้ำดื่มผสมวิตามินเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคหวังผลในเรื่องคุณประโยชน์ที่จะได้รับ เพื่อให้ผู้บริโภคมีข้อมูลมากพอในการพิจารณาตัดสินใจ ผู้ประกอบการควรออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ระบุคุณประโยชน์ไว้ชัดเจน

2. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านบุคลากรในเรื่องผู้ขายแต่งกายเหมาะสม เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งการแต่งกายถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้าได้พบเห็น และอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถสร้างความประทับใจแรก (First Impression) พบได้ทั้งด้านบวกและลบ เพราะพนักงานเป็นตัวแทนขององค์กรที่มีผลต่อความประทับใจอย่างชัดเจน หากพนักงานบริการแต่งกายเหมาะสม ย่อมเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรและผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

3. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการจัดร้านสะดวกค้าสามารถดึงดูดลูกค้า เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากร้านค้าที่จำหน่ายน้ำดื่มผสมวิตามินในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีอยู่มากมายให้ผู้บริโภคเลือก ร้านใดที่มีการจัดตกแต่งร้านให้

สะดวกที่สุด ก็ย่อมสามารถดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคได้มากกว่า ผู้บริโภคจึงเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินจากร้านที่จัดร้านสะดวกสุด

4. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านความรวดเร็วในการให้บริการ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความเร่งรีบและแข่งขันกับเวลา ผู้บริโภคจึงต้องการซื้อสินค้าหรือบริการที่มีความรวดเร็วในการให้บริการ ควรนำระบบ lean เข้ามาใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการ หรือนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่ตอบโจทย์ในการเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการเข้ามาใช้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภค ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายและมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ซึ่งจะสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้อง และตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้ต่อไป

2. ขยายขอบเขตงานวิจัยไปยังกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ต่างจังหวัด เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มประชากรผู้บริโภคน้ำดื่มผสมวิตามินได้มากขึ้น

3. ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินนอกเหนือจากปัจจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาไปแล้วในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

ชาญวิทย์ ตระกูลวรสิน. (2548). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารแช่แข็งสำเร็จรูปแช่แข็งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครฯ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

นันทมน เดชประภัสสร. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางอินเทอร์เน็ต. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พัชรภรณ์ พร่องพรมราช. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าพรีเมียมแบรนด์ (Premium Brand) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รวีกร สยามิภักดี. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำแร่บรรจุขวดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วราพร ตันติศิริกุล. (2559). พฤติกรรมซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดนัดชุมชนเขตบางแค. ภาคนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). วิชาหลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ที่ออปปากัด.

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). **น้ำดื่มผสมวิตามินเซกเมนต์ใหม่บุกตลาดเครื่องดื่ม**. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2564, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Vitamin-Water-FB-150920.aspx>.
- Best, J. W. (1977). **Research in Education**. (3rd ed). New Jersey: Prentice-hall Inc.
- Cochran, W. G., Mosteller, F., & Tukey, J. W. (1953). Statistical problems of the Kinsey report. **Journal of the American Statistical Association**, 48(264), 673-716.
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management** (9th edition). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management (The Millennium Edition)**. Upper Saddle River: Person Prentice Hall.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. **Archives of psychology**. 22(140), 1-55.
- Nectec. (2544). **ความสำคัญของน้ำ**. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2564, จาก <https://www.nectec.or.th/schoolnet/library/create-web/10000/science/10000-82.html>.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชน ในจังหวัดสมุทรสาคร

Factors Affecting Purchase Decision for Secondhand Cars of People within around Samut Sakhon

สรวิชญ์ อรรคพิพัฒน์¹, มณีกัญญา นากามัทลี²

Sorrawich Akkhapipat¹, Maneekanya Nagamatsu²

¹นักศึกษาลัทธิศึกษาระดับบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ เบอร์โทร 088-882-9990

¹ Graduate Student in Master of Business Administration, Southeast Asia University., Tel. 088-882-9990

²อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ เบอร์โทร 087-828-7074

²Lecturer, Master of Business Administration Program, Southeast Asia University., Tel 087-828-7074

¹e-mail: S6341410011@sau.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ 2) เปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 คน ตามแนวคิดของ Cochran et al., (1953) ด้วยวิธีไม่อาศัยความน่าจะเป็น ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA; F-test) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วย Pearson Correlation

ผลการศึกษาพบว่า 1) พฤติกรรมผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.48 ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.37 และ 3.00 ตามลำดับ 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านอายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาครที่แตกต่างกันที่ระดับ .05 ในขณะที่ ด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ อาชีพ แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาครที่ไม่แตกต่างกัน และ 3) ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคด้านการรับรู้ความต้องการ การสืบค้นข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการ บุคคล และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค; ส่วนประสมทางการตลาด; การตัดสินใจซื้อ; รถยนต์มือสอง

Abstract

The objectives of this research were to study 1) levels of customer behaviour, marketing mix, and purchase decision 2) to compare purchase decision factors, classified by personal factors and 3) to present relations between customer behaviour and marketing mix to purchase decision. The research employs quantitative method by using a close-ended questionnaire for survey research. Data were collected from 400 persons who purchased secondhand cars within around Samut Sakhon Province under the concept of Cochran et al., (1953) by nonprobability sampling and purposive sampling. The research was conceptualized to analyze the percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA F-test, and Pearson's correlation by using a statistic software

The research finding revealed that 1) Customer Behaviour was at high level with an average value of 3.48, Marketing Mix and Purchase Decision were at moderate level with an average value of 3.37 and 3.00 respectively 2) Personal factors different by age have an influenced buying decision different of secondhand cars at the statistically significant level of .05, while sex, education, incomes, status, and occupation are different, there were no difference in purchase decision of secondhand cars within around Samut Sakhon Province, and 3) overall factors customer behaviour; need recognition, information search, evaluation of alternative, and purchase decision, and overall factors marketing; product, price, place, promotion, people, process, and Physical Evidence have an effects on purchase decision of secondhand cars within around Samut Sakhon at the statistically significant level of .01

Keywords: Customer Behaviour; Marketing Mix; Purchase Decision; Secondhand Cars

บทนำ

การขยายตัวทางเศรษฐกิจนั้นได้ก่อให้เกิดการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ในหลายประเทศทั่วโลก ซึ่งแน่นอนว่าถนนนั้นเป็นอีกหนึ่งโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเร่งพัฒนาถนนเพื่อเชื่อมโยงจากพื้นที่หนึ่งไปสู่อีกพื้นที่หนึ่ง (รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, 2559) รถยนต์จึงเป็นยานพาหนะที่สำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการเดินทาง และเป็นทรัพย์สินที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตทั้งในส่วนของการเป็นพาหนะสำหรับการเดินทางไปทำงาน หรือสถานที่ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (ชนนต์ ธานีพงษ์ และคณะ, 2561) หรือแม้กระทั่งการเป็นสิ่งที่ยังบ่งบอกถึงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคลนั้น ๆ (จรรยา ยกยุทธ์, 2559) โดยในปัจจุบันตลาดรถยนต์ในประเทศไทยเป็นตลาดที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องส่งผลให้

ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้นทั้งในแง่ของผู้ผลิต ระดับราคา ประโยชน์ใช้สอย หรือแม้แต่รถยนต์พลังงานทางเลือกเพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองความต้องการของตน จึงก่อให้เกิดเป็นการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้ต้องการมีรถยนต์ส่วนตัวเพิ่มขึ้นในราคาที่ยังพอจ่ายได้ (จริญญา กิจสมสาท, 2561) และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งแพร่ระบาดไปทั่วโลกยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการซื้อรถยนต์เนื่องจากความกังวลต่อการใช้ขนส่งมวลชน และรถยนต์สาธารณะ

อย่างไรก็ตามรถยนต์มือหนึ่งหรือที่เรียกกันว่ารถยนต์ป้ายแดงนั้น แม้จะมีระดับราคาที่หลากหลายแตกต่างกันไป แต่ก็ยังคงมีราคาสูงสำหรับบุคคลหลายกลุ่ม และอาจไม่ตอบโจทย์หรือความต้องการในการใช้งาน ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวจึงเกิดเป็นธุรกิจรถยนต์มือสอง หรือรถยนต์ใช้แล้วได้เข้ามามีบทบาทในการทดแทนรถยนต์ป้ายแดง และเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้แก่ผู้ที่มีความต้องการใช้รถยนต์ในราคาที่สามารเข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้นและสอดคล้องกับรายได้ของบุคคลนั้น ๆ (ว่าที่ ร.ต. ณัฐพล ไชยกุลสินธุ์, 2563) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพเศรษฐกิจที่กำลังซบเซาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ยิ่งส่งผลให้ธุรกิจรถยนต์มือสองมีการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น สวนทางกับยอดขายรถยนต์ใหม่ที่ซบเซาลง อีกทั้งนโยบายด้านการลดดอกเบี้ย และการจูงใจจากสถาบันทางการเงิน ยังคงเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้ยอดขายรถยนต์มือสองเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง (ชนนัต ธานินพงศ์ และคณะ, 2561) จากข้อมูลทางด้านตลาดรถยนต์มือสองในประเทศไทยพบว่ามีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 4 แสนล้านบาทต่อปี (อนุชาติ ดีประเสริฐ, 2562)

จังหวัดสมุทรสาครแม้จะเป็นจังหวัดที่มีขนาดพื้นที่ขนาดเล็กเพียง 872.347 ตารางกิโลเมตร มีขนาดเป็นอันดับที่ 73 ของประเทศ แต่กลับมีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจในแง่ของการผลิตเนื่องจากเป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรม และโรงงานอุตสาหกรรม มากกว่า 4,900 แห่ง ดึงดูดเงินลงทุนกว่า 446,870 ล้านบาท ซึ่งเป็นอันดับ 7 ของประเทศ มีจำนวนการจ้างแรงงานมากถึง 381,476 คน ในขณะที่มีประชากรรวมมากกว่า 586,199 คน (กิตติศักดิ์ อังคะนาวิณ และคณะ, 2561) จังหวัดสมุทรสาครมีการคมนาคมทางบกเป็นหลักซึ่งนับได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานด้านคมนาคมที่สำคัญเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่ต้องมีระบบการคมนาคม และการขนส่งที่มีความทันสมัยและมีความสามารถรองรับผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง สอดคล้องกับจำนวนประชากรที่มีความหนาแน่นเป็นอย่างมาก ส่งผลให้ความต้องการใช้รถยนต์เพิ่มมากขึ้น แต่เนื่องจากการประกอบอาชีพส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบของพนักงานโรงงานซึ่งอาจมีรายได้ และสภาพเศรษฐกิจของครอบครัวไม่เพียงพอสำหรับการซื้อรถยนต์ใหม่ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการรถยนต์มือสองจะกลุ่มตลาดผู้บริโภคในกลุ่มนี้ อย่างไรก็ตามด้วยสภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการตลาดรถยนต์มือสอง ได้มีการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจการรถยนต์มือสองเพื่อสร้างผลกำไรให้แก่กิจการของตนเองไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (รถยนต์มือสอง) ที่มีความหลากหลายมากขึ้น (ว่าที่ ร.ต. ณัฐพล ไชยกุลสินธุ์, 2563) ด้านราคาที่มีการให้ส่วนลดหรือมีการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค หรือมีการส่งเสริมการตลาด โดยให้ส่วนลดของราคาขาย แต่ในบางครั้งปัจจัยเหล่านี้อาจไม่ได้ทำให้ธุรกิจการจำหน่ายรถยนต์มือสองประสบความสำเร็จเท่าที่ควรเนื่องจากผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง

บางรายก็ขาดการให้ข้อมูลที่เป็นจริงแก่ผู้บริโภค ได้แก่ ประวัติรถยนต์บางคันที่อาจจะมีอุบัติเหตุหนักมาก่อน ซึ่งการขาดจริยธรรมในการให้บริการเป็นผลให้ความน่าเชื่อถือของรถยนต์มือสองลดลงอย่างมาก สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการจูงใจผู้บริโภคให้หันมาซื้อรถยนต์มือสอง

จากสภาพเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นซึ่งเป็นความท้าทายที่สำคัญของการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายรถยนต์มือสองให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร

การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในตัวแปรต่าง ๆ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาสิ่งที่มีความจำเป็นหรือมีความต้องการในสิ่งเหล่านั้นมาให้ได้ และรวมไปถึงการใช้สินค้าและบริการที่มาจากการตัดสินใจที่จะซื้อหรือใช้บริการในสิ่ง ๆ นั้นที่มีอยู่ก่อนแล้ว และความต้องการมีส่วนสำคัญในการกำหนดให้มีการกระทำซึ่งนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจ (ชมพูนุท สุทธิกุล และคณะ, 2563) ในขณะที่ อริย์ธัช ศรีพิตรพิบูล และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2563) ได้กล่าวว่า เป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลในการซื้อ การใช้งาน การประเมินผล และการใช้จ่าย หรือเป็นการจัดการกับสินค้าและบริการซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้โดยมาจาก 1) การซื้อ 2) การใช้ 3) การประเมินผล 4) การใช้จ่าย

2. ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทใช้สำหรับทำการขายสินค้า หรือให้บริการต่อกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาเป็นลูกค้าในภายภาคหน้า ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นเครื่องมือที่ต้องสามารถควบคุมได้ และอยู่ภายใต้การทำงานของบริษัท โดยแรกเริ่มส่วนประสมทางการตลาดจะประกอบไปด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ 2) ราคา 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) โปรโมชัน เพื่อใช้ในการขายสินค้าปกติที่สามารถจับต้องได้ (รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ, 2559) ต่อมาการทำตลาดแบบเดิม ๆ ไม่สามารถมัดใจต่อกลุ่มลูกค้าหลักได้ จึงได้ทำการ

เพิ่ม 1) บุคคล 2) กระบวนการ และ 3) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เข้ามาเพื่อเป็นการขยายช่องทางการขายจากสินค้าที่จับต้องได้มาเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ หรือที่เรียกว่า การบริการ

ปัจจุบันทางบริษัทสามารถนำส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านมาใช้ในการทำตลาดโดยสามารถหีบยกองค์ประกอบตัวใดตัวหนึ่งออกมาใช้งานได้โดยไม่ต้องนำมาใช้ทั้งหมด เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบทางการค้าได้ (สุดที่รัก นุชนาถ, 2562)

3. การตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการประเมินของผู้บริโภคซึ่งจะจัดลำดับความชอบตราผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และสร้างความตั้งใจซื้อขึ้น โดยปกติผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อตราสินค้าที่ชื่นชอบมากที่สุด อย่างไรก็ตามความตั้งใจซื้อและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาจถูกคั่นกลางด้วยทัศนคติของผู้อื่น และปัจจัยทางสถานการณ์ที่คาดไม่ถึงถึงทัศนคติของผู้อื่น อาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคปัจจัยทางสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง นอกจากนี้อาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน ผู้บริโภคอาจมีความตั้งใจซื้อโดยอิงจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น รายได้ที่คาดว่าจะได้รับราคา และประโยชน์ของสินค้า (ศิริวัฒน์ เหมือนโพธิ์, 2559) ในขณะที่ แสงสุข พิทยานุกุล และศิริ ชะระอำ (2560) ได้กล่าวว่า ขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อนั้นจะประกอบไปด้วย 1) การรับรู้ความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่ง 5 ขั้นตอนนี้สามารถข้ามขั้นไปกลับได้ ตามความเหมาะสมและสภาวะเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องเรียงตั้งแต่ขั้นที่ 1 ถึง 5 แต่อาจจะสามารถเกิดขึ้น 1 ไปถึง 3 และวนกลับมา 2 ใหม่ได้ ในกรณีที่ประเมินทางเลือกแล้วยังไม่สามารถหาข้อมูลใหม่ได้ กลุ่มผู้บริโภคก็จะหาข้อมูลในสินค้านั้น ๆ ต่อไป หรืออาจเปลี่ยนสินค้า เปลี่ยนแบรนด์ไปเลย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดในการ จาก ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของ ประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร” โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนารอบแนวคิดได้ดังแสดงในภาพ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการวิจัยที่มีขอบเขตและรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตประชากร คือ ผู้ตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองภายในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งไม่ทราบประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มประชากรที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองภายในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 คน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงเลือกใช้วิธีการหากลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยใช้สูตรที่ให้ความเชื่อมั่นได้ 95% และสามารถคลาดเคลื่อนได้ 0.05 โดยใช้สูตรของ Cochran et al., (1953) สามารถแสดงได้ดังนี้

$$\text{จากสูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n แทนค่าของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัย

P แทนค่าสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (0.5)

Z แทนค่าความมั่นใจระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% (0.05)

d แทนค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่เกิดขึ้น = 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ซึ่งจากการคำนวณได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จำนวน 385 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของประชากร และเพื่อผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ ที่สามารถคลาดเคลื่อนได้ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยขอศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง โดยใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และนำไปเก็บค่า Alpha Cronbach จำนวน 30 คน ได้ .955 เมื่อหลังทำ Tryout เสร็จ ผู้วิจัยสามารถนำแบบสอบถามมาเก็บกับกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และอาชีพ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Multiple Choice)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ประกอบด้วย 1) การรับรู้ถึงความต้องการ 2) การสืบค้นข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก และ 4) การตัดสินใจ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านกระบวนการ และ 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ประกอบด้วย 1) ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ 2) ด้านการค้นหาข้อมูล 3) ด้านการประเมินทางเลือก 4) ด้านการตัดสินใจซื้อ 5) ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

โดยตอนที่ 2-4 มีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น มี 5 ระดับ ของ Likert Scale, (1932) สามารถอธิบายได้ดังนี้

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

ผลคะแนนที่ได้จากการสำรวจนั้น จะนำมาทำการวิเคราะห์และแปลผลความหมายค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญ โดยการให้คะแนนแต่ละระดับ มีเกณฑ์ดังต่อไปนี้ Best, (1977)

$$\text{ความห่างของอัตราภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0.80$$

เกณฑ์การวัดผลค่าคะแนนเฉลี่ย

ผลเฉลี่ย	4.21-5.00	ระดับมากที่สุด
ผลเฉลี่ย	3.41-4.20	ระดับมาก
ผลเฉลี่ย	2.61-3.40	ระดับปานกลาง
ผลเฉลี่ย	1.81-2.60	ระดับน้อย
ผลเฉลี่ย	1.00-1.80	ระดับน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ นำมากำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำผลที่ได้จากการศึกษาตามข้อ 1. มาสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น ส่วน ๆ และพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับแนวคิด วัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขมาตรวจสอบความถูกต้อง
5. เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือน มกราคม-ธันวาคม 2564 ได้แบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ มีอัตราการตอบกลับอยู่ที่ 100%
6. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้จำนวนการตอบแบบสอบถามครบถ้วนตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูล ที่ได้มาประมวลผล และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและแบบสอบถาม เพื่อหาข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Description Statistic) สำหรับข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์หาค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และสำหรับระดับของปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และการตัดสินใจซื้อ ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การทดสอบที (Independent sample t-test) สำหรับวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งจำแนกเป็น 2 กลุ่ม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และอาชีพ ซึ่งจำแนกมากกว่า 2 กลุ่มจะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วย Pearson Correlation

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. **ปัจจัยส่วนบุคคล** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 352 คน (ร้อยละ 88.0) อายุ 41-50 ปี จำนวน 204 คน (ร้อยละ 51.0) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 175 คน (ร้อยละ 43.8) รายได้อยู่ระหว่าง 20,000-30,000 บาท จำนวน 162 คน (ร้อยละ 40.5) สถานภาพโสด จำนวน 209 คน (ร้อยละ 52.3) อาชีพพนักงานบริษัท/โรงงาน จำนวน 191 คน (ร้อยละ 47.8)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร

2. **ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค** ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของพฤติกรรมผู้บริโภค	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. การรับรู้ความต้องการ	3.49	.601	มาก
2. การสืบค้นข้อมูล	3.45	.692	มาก
3. การประเมินทางเลือก	3.35	.807	ปานกลาง
4. การตัดสินใจซื้อ	3.61	.823	มาก
รวม	3.48	.731	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับพฤติกรรมผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ (\bar{X} =3.48, S.D.=0.731) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปน้อยสามารถกล่าวได้ว่า มากที่สุดในด้านการตัดสินใจซื้อ (\bar{X} =3.61, S.D.=0.823) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ความต้องการ (\bar{X} =3.49, S.D.=0.601) รองลงมา คือ ด้านการสืบค้นข้อมูล (\bar{X} =3.45, S.D.=0.692) รองลงมา คือ ด้านการประเมินทางเลือก (\bar{X} =3.35, S.D.=0.807) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับส่วนประสมทางการตลาดสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ผลิตภัณฑ์	3.54	.659	มาก
2. ราคา	3.36	.814	ปานกลาง
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.41	.745	มาก
4. การส่งเสริมการตลาด	3.33	.772	ปานกลาง
5. บุคคล	3.22	.885	ปานกลาง
6. กระบวนการ	3.35	.933	ปานกลาง
7. ลักษณะทางกายภาพ	3.36	.951	ปานกลาง
รวม	3.37	.823	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ (\bar{X} =3.37, S.D.=0.823) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปน้อยสามารถกล่าวได้ว่า มากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ (\bar{X} =3.54, S.D.=0.659) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจำหน่าย (\bar{X} =3.41, S.D.=0.745) รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (\bar{X} =3.36, S.D.=0.951) รองลงมา คือ ด้านราคา (\bar{X} =3.36, S.D.=0.814) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ (\bar{X} =3.35, S.D.=0.933) รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (\bar{X} =3.33, S.D.=0.772) รองลงมา คือ ด้านบุคคล (\bar{X} =3.22, S.D.=0.885) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. สังคม	3.30	.963	ปานกลาง
2. จิตวิทยา	2.65	.658	ปานกลาง
3. ข่าวสาร	2.05	.829	น้อย
4. สถานการณ์	4.01	.605	มาก
รวม	3.00	.764	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ($\bar{X}=3.00$, S.D.=0.764) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปน้อยสามารถกล่าวได้ว่า มากที่สุดในด้านสถานการณ์ ($\bar{X}=4.01$, S.D.=0.605) รองลงมา คือ ด้านสังคม ($\bar{X}=3.30$, S.D.=0.963) รองลงมา คือ ด้านจิตวิทยา ($\bar{X}=2.65$, S.D.=0.658) รองลงมา คือ ด้านข่าวสาร ($\bar{X}=2.05$, S.D.=0.829) ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ อาชีพ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน แต่ด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ อาชีพ ไม่มีความแตกต่างกันทางนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร
ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 สามารถนำไปในรูปแบบได้ดังนี้

ตารางที่ 4 การเสนอรูปแบบสหสัมพันธ์ที่ส่งผลกันของตัวแปรของ Pearson Correlation

ตัวแปร	Product	Price	Place	Promotion	Process	People	Physical
Product							
Price	.499**						
Place	.398**	.754**					
Promotion	.066	.071	.120*				
Process	-.029	-.011	-.001	.824**			
People	-.019	-.031	-.018	.806**	.870**		
Physical	-.043	-.045	-.036	.772**	.809**	.836**	

จากตารางที่ 4 พบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร สัมพันธ์กัน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพฤติกรรมผู้บริโภคด้านการรับรู้ความต้องการ การสืบค้นข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($R^2=.395^{**}$, $.624^{**}$, $.810^{**}$) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการ บุคคล และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($R^2=.499^{**}$, $.754^{**}$, $.120^*$, $.824^{**}$, $.870^{**}$, $.836^{**}$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร” โดยจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอภิปรายผลการวิจัยและตีความข้อมูลต่าง ๆ ได้เป็น 2 ส่วน คือ 1. ปัจจัยส่วนบุคคล 2. ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ในขณะที่ด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ อาชีพ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาณิสร์มัญญ์ เทียนฉาย และปริญญา บรรจงมณี (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการ

ตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคผ่านอินเทอร์เน็ตรถยนต์มือสองในจังหวัดเพชรบุรี โดยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองที่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ อิบดินทร์ แสงสว่าง และคณะ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดราชบุรี โดยพบว่า ลูกค้ำที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อรถยนต์ต่างกัน โดยลูกค้ำที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์มือสอง

2. ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคด้านการรับรู้ความต้องการ การสืบค้นข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการ บุคคล และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ จรรยา ยกยุทธ์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุบลราชธานี โดยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ นโยบายภาครัฐ สังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านสังคมและวัฒนธรรม สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจได้ร้อยละ 39 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาภิต คำราช และนภาพรรณ เนตรประดิษฐ์ (2564) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของสมาชิก Facebook Group ขายรถมือสองลำปาง โดยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของสมาชิก Facebook Group ขายรถมือสองในจังหวัดลำปางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แรงจูงใจและความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของสมาชิก Facebook Group ขายรถมือสองในจังหวัดลำปางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ว่าที่ ร.ต. ณัฐพล ไชยกุลสินธุ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลคุณค่าตราสินค้าในฐานะปัจจัยตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงส่วนประสมทางการตลาดสู่ความตั้งใจซื้อรถยนต์โตโยต้าฝั่งธนบุรีกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ผู้ซื้อรถยนต์โตโยต้าใช้อิทธิพลจากส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และยังส่งผลต่อทางอ้อมผ่านคุณค่าตราสินค้าไปยังการตัดสินใจซื้อ โดยมีค่าอิทธิพลอยู่ที่ 0.745

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร” มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าอายุของผู้บริโภคมีความสำคัญอย่างยิ่งของการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองแทนการซื้อรถยนต์มือหนึ่ง ดังนั้นควรมีการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันด้านอายุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง

2. จากผลการศึกษาทางด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งก็คือรถยนต์มือสอง ด้านราคา และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งในด้านของผลิตภัณฑ์ควรบำรุงรักษาให้รถยนต์มือสองที่จำหน่ายมีสภาพใหม่อยู่ตลอดเวลาทั้งภายในและภายนอก ด้านราคาควรมีราคาที่เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และสอดคล้องกับคุณภาพของรถยนต์ นอกจากนี้ควรมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อการส่งเสริมการตลาดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น

3. จากผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสองพบว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในด้านการรู้ถึงความต้องการซึ่งผู้ประกอบการจะต้องทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุดเพื่อที่จะได้นำเสนอรถยนต์ที่ตรงกับความต้องการทั้งงบประมาณและความชอบส่วนบุคคลหรือความเอนกประสงค์ของการใช้งานรถยนต์ ด้านการสืบค้นข้อมูลควรมีการระบุถึงคำหยา ร่องรอยการเกิดอุบัติเหตุ หรือคำหยาอื่นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบและช่วยเพิ่มระดับการตัดสินใจให้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยทั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ตลอดจนปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และช่องทางการรับรู้ เพื่อให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสอง หรือธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ได้นำข้อมูลจากการศึกษาเชิงลึกไปใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำการตลาดของการจำหน่ายรถยนต์มือสองต่อไป

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อรถยนต์มือสองในด้านอื่น ๆ เช่น ค่านิยมของการใช้รถยนต์มือสอง แรงจูงใจ และความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ และยังเป็นทางเลือกของการขายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคสำหรับการลบบางอย่างเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง ให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจมากยิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กิตติศักดิ์ อังคะนาวิน, ญาดา วรรณสุข, จิตตินันท์ วุฒิกุล, และเพ็ญศรี บางบอน. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ผ่านอินเทอร์เน็ตมือสองในจังหวัดชลบุรี. **วารสารบัณฑิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย**, 16(2), 92-108.

จรรยา ยกยุทธ์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ นึ่งส่วนบุคคลขนาดเล็กของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์**, 11(1), 38-48.

- จริญญา กิจสมสาท. (2561). **พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อรถยนต์มือสองในอำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชมพูนุท สุทธิกุล, นุชจรียา ตั้งตา, สिलाภรณ์ สายนาโก, และอารตี บุระคำ. (2563). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการจากตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์ในจังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิจัย มข. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 9(1), 160-174.
- ชนนธ์ ธานินพงศ์, ธนสุวิทย์ ทับทิมรักรักษ์, และสุคนธ์ เครือ่น้ำคำ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดระนอง. ใน **การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ธนาภิต คำราช และ นภาพรรณ เนตรประดิษฐ์. (2564) การตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของสมาชิก Facebook Group ขายรถมือสองลำปาง. **วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่**, 14(1), 17-28.
- ธิบดินทร์ แสงสว่าง, ธีระชัย สุรโชติเวศย์, จิราพร มุ่ยฮะ, และนัชชา โพธิ์เผือก. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดราชบุรี. **Phranakhon Rajabhat Research Journal (Humanities and Social Sciences)**, 16(1), 188-202.
- ปานัสมักัญ เทียนฉาย, และปริญญา บรรจงมณี. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคผ่านตัวแทนรถยนต์มือสองในจังหวัดเพชรบุรี. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น**, 13(1), 10-24.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ภาคภูมิ ภัควิภาส, และเบญญาภา กันทะวงค์วาร. (2559). พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. **Journal of Community Development Research**, 9(3), 127-139.
- ว่าที่ ร.ต. ณัฐพล ไชยกุลสินธุ์. (2563). **อิทธิพลคุณค่าตราสินค้าในฐานะปัจจัยตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงส่วนประสมทางการตลาดสู่ความตั้งใจซื้อรถยนต์โตโยต้าฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- ศิริวัฒน์ เหมือนโพธิ์. (2560). **กระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องวงจรปิดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- สุดที่รัก นุชนาถ. (2562). **ความพึงพอใจและความภักดีในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างส่วนประสมทางการตลาดสู่การตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน GrabFood ของผู้ใช้บริการในเขตฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.

- แสงสุข พิทยานุกุล, และศิริ ชะระอ่ำ. (2560). การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย. *Journal of Business Administration the Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 6(2), 135-145.
- อริย์รัช ศรีพิตรพิบูล, และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2563). คุณลักษณะของตลาดน้ำ อ.ต.ก. ที่มีผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารศิลปการจัดการ*, 4(2), 278-292.
- อนุชาติ ดีประเสริฐ. (2562). ตลาดรถมือสองเติบโตต่อเนื่องรุกคืบธุรกิจ!!! เตรียมขยายพื้นที่สู่ภูมิภาค. ค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2564, จาก <http://www.naewna.com/business/411738>.
- Best, J. W. (1977). *Research in Education*. (3rd ed). New Jersey: Prentice-hall Inc.
- Cochran, W. G., Mosteller, F., & Tukey, J. W. (1953). Statistical problems of the Kinsey report. *Journal of the American Statistical Association*, 48(264), 673-716.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of psychology*. 22(140), 1-55.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการผิดนัดชำระหนี้ ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

Factors Affecting to The Credit Default for Debtor of Thai Women Empowerment Funds in Bang Bo District, Samut Prakan Province

ทนิตร กิระติชัยนันท์

Thanit Keratichaiyanun

สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, โทรศัพท์ 084-102-1059

Community Development, Faculty of Social Administration. Thammasat University, Tell. 084-102-1059

e-mail: thanit15557@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อเสนอแนวทางในการจัดการปัญหาที่ก่อให้เกิดหนี้ค้างชำระ ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามข้อตกลงในสัญญาเงินกู้ และมีประวัติผิดนัดชำระ ตั้งแต่ 1 งวดขึ้นไป โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product-moment Correlation) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการผิดนัดชำระหนี้ มีจำนวน 10 ด้าน ได้แก่ อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จำนวนบุตร รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของโครงการ จำนวนหนี้สิน ภาระหนี้สิน การส่งคืนเงินกู้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และระยะเวลาที่มีปัญหาหนี้ค้างชำระของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ส่วนปัจจัยด้านการชำระหนี้สินที่ส่งผลต่อการผิดนัดชำระหนี้ มีจำนวน 6 ด้าน ได้แก่ วัตถุประสงค์การกู้ยืม ความซื่อสัตย์ในการชำระหนี้ ความตรงต่อเวลาในการชำระหนี้ ความสามารถในการชำระหนี้ ความเข้าใจทางการเงิน และเหตุผลในการผิดนัดชำระหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

คำสำคัญ: การผิดนัดชำระหนี้, ลูกหนี้, กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

Abstract

The objectives of this study were to study the factors affecting the credit default for debtor of Thai Women Empowerment Funds in Bang Bo District, Samut Prakan Province; and to propose guidelines for managing problems that cause the credit

default. The sample was member of the Thai Women Empowerment Funds in Bang Bo District, Samut Prakan Province who were unable to repay for debt under the terms of the loan agreement and had a history of the credit default from 1 installment or more. Data were collected with a questionnaire of 300 people. The statistics used in the research consisted of including One-Way ANOVA and Pearson's Product-moment Correlation, were determined the level of significance at the .05 level.

The results of the study revealed that personal factors affecting the credit default, had 10 aspects were as follows: Occupation, Household members, Number of children, Monthly average income, Monthly average expense, Type of project, Amount of debt, Liability, Repayment ability, and the Period of the credit default problems. As for the repayment factor affecting the credit default, had 6 aspects were as follows: Loan objective, Repayment integrity, Repayment punctuality, Repayment ability, Financial understanding, and Credit default reason.

Keywords: Credit default, Debtor, Thai Women, Empowerment Funds

บทนำ

กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีจัดตั้งขึ้น เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนดอกเบี้ยต่ำ โดยมีวัตถุประสงค์การจัดตั้งกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เพื่อยกระดับการส่งเสริมศักยภาพสตรีและเครือข่ายสตรีในทุกมิติ เพิ่มบทบาทสร้างภาวะผู้นำสตรี หนุนเสริมให้สังคมเข้าใจปัญหาสตรีทุกมิติโดยเฝ้าระวังดูแลปัญหา และช่วยเหลือเยียวยาสตรี ค้ำครอง พิชัยภัยสตรีและนำไปสู่การเสริมสร้าง สวัสดิภาพ สวัสดิการ โดยผ่านองค์กรสตรีในทุกระดับ(สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี, 2555)

กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีจังหวัดสมุทรปราการ เป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีปัญหาในเรื่องของการผิดนัดชำระในลำดับต้น ๆ ของประเทศ โดยเฉพาะอำเภอบางบ่อเป็นพื้นที่ที่พบปัญหาในเรื่องของการผิดนัดชำระของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีรุนแรงที่สุด ตั้งแต่ปี 2556-2563 อำเภอบางบ่อมีโครงการเงินทุนหมุนเวียน รวมทั้งสิ้น 322 โครงการ เป็นโครงการที่มีการผิดนัดชำระถึง 233 โครงการ จากข้อมูลในระบบซารา (Smart Account Receivable Application: SARA)

อย่างไรก็ตามแม้จะมีแนวทางในการบริหารจัดการหนี้ แต่ก็พบว่า การติดตามหนี้ค้างชำระของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีอำเภอบางบ่อ เป็นไปด้วยความลำบาก เช่น ระยะเวลาในการติดตามไม่สอดคล้องกับลูกหนี้ ลูกหนี้มีเจตนาหลบเลี่ยงการชำระหนี้ ลูกหนี้มีการนำเงินที่กู้จากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ จนไม่สามารถชำระหนี้คืนได้ นอกจากนี้ด้วยสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ส่งผลกระทบต่อการประกอบอาชีพของลูกหนี้ ซึ่งไม่สามารถประกอบกิจการได้ตามปกติ เนื่องจากนโยบายตามมาตรการป้องกันควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) จึงไม่สามารถสร้างรายได้จากการประกอบอาชีพ และนำเงินมาชำระหนี้คืนตามระยะเวลาที่กำหนดได้

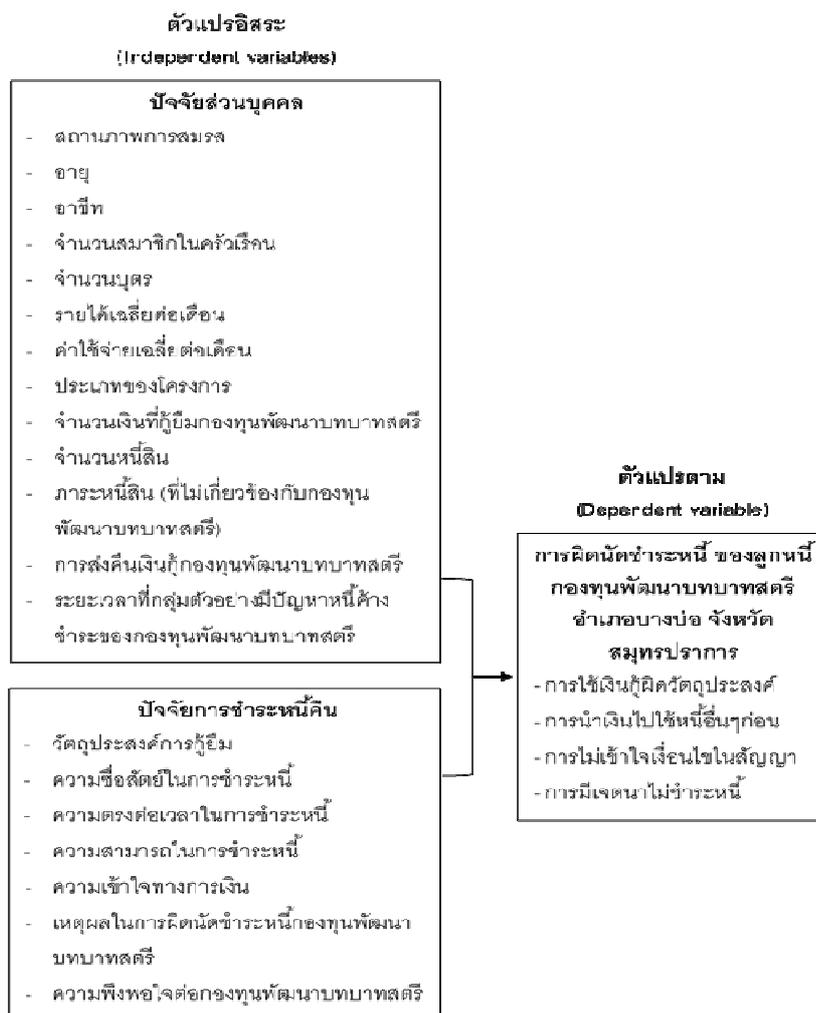
จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ทำให้เห็นถึงปัจจัยตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการชำระหนี้ ของสมาชิกลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้และพัฒนาการบริหารจัดการหนี้ให้มีประสิทธิภาพ และสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการลดอัตราการผิดนัดชำระหนี้ ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีอำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อเสนอแนวทางในการจัดการปัญหาที่ก่อให้เกิดหนี้ค้างชำระ ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีกรอบแนวคิดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ สมาชิกกลุ่มนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีอำเภอบางปะอง จังหวัดสมุทรปราการ ที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามข้อตกลงในสัญญาเงินกู้ และมีประวัติผิดนัดชำระ ตั้งแต่ 1 งวดขึ้นไป จำนวน 1,115 ราย

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane',1973) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 295 ราย แต่เนื่องด้วยผู้ศึกษามีความประสงค์ให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนเต็ม จึงปรับเพิ่มเป็นจำนวน 300 คน สำหรับวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ตามลำดับ ดังนี้

1. การแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ซึ่งกระจายสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างไปตามจำนวนสมาชิกของแต่ละตำบล

2. การสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple random sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างที่ประชากรมีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน โดยการจับสลาก ซึ่งมีการเขียนชื่อกลุ่มตัวอย่าง ทำเป็นสลาก (Lottery) นำลงกล่อง จากนั้นจับสลากขึ้นมาทีละแผ่น หากได้ชื่อใดให้ดำเนินการจดบันทึกไว้ ดำเนินการเช่นนี้จนครบ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งข้อคำถามที่ใช้ได้จะมีค่า IOC > 0.5 ขึ้นไป และวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 30 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเที่ยงด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α -Coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.937 และนำไปรายงานให้อาจารย์ที่ปรึกษาทราบ เพื่อขอความเห็นชอบในการนำแบบสอบถามไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน แล้วตรวจสอบความถูกต้อง และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาข้อสรุป

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product-moment Correlation) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ ประมวลผล และสรุปผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอบางปะอง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

- 1.1 ด้านปัจจัยส่วนบุคคล มีปัจจัยทั้งหมดจำนวน 13 ด้าน ซึ่งมีปัจจัยที่ไม่แตกต่างกับการผิดนัดชำระหนี้ จำนวน 3 ด้าน ประกอบด้วย สถานภาพการสมรส อายุ และจำนวนเงินที่กู้ยืมกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และมีปัจจัยที่แตกต่างกับการผิดนัดชำระหนี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 10 ด้าน ดังนี้

1.1.1 อาชีพ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจ/เจ้าของธุรกิจ มีการผิมนัดชำระหนี้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเกษตรกร/ประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.1.2 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 7-9 คน มีการผิมนัดชำระหนี้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1-3 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 และแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4-6 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

1.1.3 จำนวนบุตร โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนบุตร 1-2 คน มีการผิมนัดชำระหนี้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนบุตร 3-4 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 และแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีบุตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการผิมนัดชำระหนี้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 และแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

1.1.5 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีการผิมนัดชำระหนี้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 และแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

1.1.6 ประเภทของโครงการ โดยกลุ่มตัวอย่างประเภทโครงการด้านเกษตรกรรม มีการผิมนัดชำระหนี้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างประเภทโครงการด้านพาณิชย์กรรมและอาชีพบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างประเภทโครงการด้านคหกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.03

1.1.7 จำนวนหนี้สิน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหนี้สินต่ำกว่า 10,000 บาท มีการผิมนัดชำระหนี้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหนี้สิน 30,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 รวมถึงแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหนี้สิน 40,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 และแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนหนี้สินมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

1.1.8 ภาระหนี้สิน (ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีหนี้สิน มีการผิมนัดชำระหนี้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีภาระหนี้สินเป็นสินเชื่อส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 รวมถึงแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีภาระหนี้สินเป็นสินเชื่อเพื่อธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .00 และแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีภาระหนี้สินเป็นหนี้นอกระบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

1.1.9 การส่งคืนเงินกู้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการส่งคืนเงินกู้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี 6 งวดขึ้นไป มีการผิมนัดชำระหนี้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการส่งคืนเงินกู้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี 1-2 งวด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .02 และแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการส่งคืนเงินกู้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี 5-6 งวด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.1.10 ระยะเวลาที่เกิดปัญหาหนี้ค้างชำระของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลา 1 วัน - 1 เดือน มีการผิคนัดชำระหนี้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลา 6 เดือน-1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลามากกว่า 1 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

ตารางที่ 1 สรุปผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการผิคนัดชำระหนี้	ผลการทดสอบ	คู่ที่แตกต่าง
1. สถานภาพการสมรส	ไม่แตกต่าง	-
2. อายุ	ไม่แตกต่าง	-
3. อาชีพ	แตกต่าง	อาชีพประกอบธุรกิจ/เจ้าของธุรกิจ แตกต่างกับอาชีพเกษตรกร/ประมง
4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	แตกต่าง	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 7 - 9 คน แตกต่างกับจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1 - 3 คน และแตกต่างกับจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 - 6 คน
5. จำนวนบุตร	แตกต่าง	จำนวนบุตร 1 - 2 คน แตกต่างกับจำนวนบุตร 3 - 4 คน และแตกต่างกับไม่มีบุตร
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	แตกต่าง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท
7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	แตกต่าง	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และแตกต่างกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท
8. ประเภทของโครงการ	แตกต่าง	ประเภทของโครงการด้านเกษตรกรรม แตกต่างกับประเภทของโครงการด้านพาณิชยกรรมและอาชีพบริการ และแตกต่างกับประเภทของโครงการด้านคหกรรม
9. จำนวนเงินที่กู้ยืมกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี	ไม่แตกต่าง	-

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อ การผิมนัดชำระหนี้	ผลการทดสอบ	คู่ที่แตกต่าง
10. จำนวนหนี้สิน	แตกต่าง	จำนวนหนี้สินต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างกับจำนวนหนี้สิน 30,001-40,000 บาท รวมถึงแตกต่างกับจำนวนหนี้สิน 40,001-50,000 บาท และแตกต่างกับจำนวนหนี้สินมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป
11. ภาระหนี้สิน (ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี)	แตกต่าง	ผู้ที่ไม่มียอดหนี้สิน แตกต่างกับผู้ที่มีภาระหนี้สินเป็นสินเชื่อส่วนบุคคล รวมถึงแตกต่างกับผู้ที่มีภาระหนี้สินเป็นสินเชื่อเพื่อธุรกิจ และแตกต่างกับผู้ที่มีภาระหนี้สินเป็นหนี้นอกระบบ
12. การส่งคืนเงินกู้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี	แตกต่าง	ผู้ที่มีการส่งคืนเงินกู้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี 6 งวดขึ้นไป แตกต่างกับผู้ที่มีการส่งคืนเงินกู้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี 1 - 2 งวด และแตกต่างกับผู้ที่มีการส่งคืนเงินกู้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี 5 - 6 งวด
13. ระยะเวลาที่เกิดปัญหาหนี้ค้างชำระของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี	แตกต่าง	ระยะเวลาที่เกิดปัญหาหนี้ค้างชำระ 1 วัน - 1 เดือน แตกต่างกับระยะเวลาที่เกิดปัญหาหนี้ค้างชำระ 6 เดือน - 1 ปี และแตกต่างกับระยะเวลาที่เกิดปัญหาหนี้ค้างชำระ มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป

1.2 ปัจจัยด้านการชำระหนี้สิน มีปัจจัยทั้งหมดจำนวน 7 ด้าน ซึ่งมีปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการผิมนัดชำระหนี้ จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจต่อกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และมีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการผิมนัดชำระหนี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 6 ด้าน ดังนี้

1.2.1 ความซื่อสัตย์ในการชำระหนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.690 และมีลักษณะความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.2.2 ความเข้าใจทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.638 และมีลักษณะความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.2.3 ความตรงต่อเวลาในการชำระหนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.593 และมีลักษณะความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.2.4 ความสามารถในการชำระหนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.591 และมีลักษณะความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.2.5 วัตถุประสงค์การกู้ยืม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.482 และมีลักษณะความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.2.6 เหตุผลในการผิมนัดชำระหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.152 และมีลักษณะความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 2 สรุปผลการศึกษาด้านปัจจัยการชำระหนี้คืนที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผิดนัดชำระหนี้	ผลการทดสอบ	คู่ที่แตกต่าง
1. วัตถุประสงค์การกู้ยืม	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับปานกลาง
2. ความซื่อสัตย์ในการชำระหนี้	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับปานกลาง
3. ความตรงต่อเวลาในการชำระหนี้	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับปานกลาง
4. ความสามารถในการชำระหนี้	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับปานกลาง
5. ความเข้าใจทางการเงิน	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับปานกลาง

แนวทางในการจัดการปัญหาที่ก่อให้เกิดหนี้ค้างชำระ ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ มีดังนี้

1. ปัญหาสภาพเศรษฐกิจย่ำแย่ ทำให้รายได้จากการประกอบอาชีพลดลง จึงไม่สามารถนำเงินมาชำระหนี้ได้ตามระยะเวลาที่กำหนด โดยกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีควรพิจารณาอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยผิดนัดชำระหนี้ และเบี้ยปรับ รวมถึงพิจารณาให้มีการปรับโครงสร้างหนี้ หรือพักชำระหนี้เป็นกรณีไป

2. ปัญหาด้านภาระหนี้สิน และค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล รวมถึงภาระจำเป็นอื่น ๆ จึงทำให้ไม่สามารถชำระหนี้ของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีได้ตามเวลาที่กำหนด โดยกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีควรขยายระยะเวลาในการชำระหนี้เพิ่มขึ้นจากเดิม

3. ปัญหาในด้านการชำระหนี้สิน มีการนำเงินไปใช้ส่วนตัว และไม่สามารถตรวจสอบยอดชำระด้วยตนเองได้ ต้องสอบถามเจ้าหน้าที่กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีเพียงอย่างเดียว โดยกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีควรมีระบบในการตรวจสอบข้อมูลสำหรับลูกหนี้ เช่น ตรวจสอบยอดหนี้ค้างชำระ ตรวจสอบการชำระเงิน เป็นต้น

อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อการผิดนัดชำระหนี้ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จำนวนบุตร รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของโครงการ จำนวนหนี้สิน ภาระหนี้สิน การส่งคืนเงินกู้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และระยะเวลาที่มีปัญหาหนี้ค้างชำระ โดยผู้ศึกษาได้แบ่งปัจจัยดังกล่าวออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานะของบุคคล ได้แก่ อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และจำนวนบุตร จากผลการวิจัย พบว่า อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มักเป็นผู้ที่มีเงินทุนประกอบธุรกิจสูง รวมถึงมีรายได้ที่ชัดเจน จึงไม่ค่อยมีปัญหาในการชำระหนี้สิน แตกต่างกับผู้ที่ประกอบอาชีพเกษตร/ประมง ซึ่งมีรายได้ไม่แน่นอนในแต่ละวัน ขึ้นอยู่กับสินค้าและผลผลิตที่ได้ ในส่วนของจำนวนสมาชิกในครัวเรือน และจำนวนบุตร ยังมีมากย่อมส่งผลต่อรายจ่ายที่จะเพิ่มขึ้นด้วย

1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานะทางการเงิน ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนหนี้สิน และภาระหนี้สิน จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท ต่อเดือนขึ้นไป ซึ่งให้เห็นว่าคนในพื้นที่อำเภอบางปะอิน จังหวัดสมุทรปราการ มีรายได้น้อยจึงส่งผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้สินอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของจำนวนหนี้สินและภาระหนี้สิน ส่งผลต่อการมีค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนของลูกหนี้ที่มากขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า ผู้มีภาระหนี้สินน้อยกว่า 10,000 บาท แตกต่างกับผู้ที่มีภาระหนี้สินมากกว่า 10,000 บาท ขึ้นไป รวมถึงผู้ที่ไม่มีการชำระหนี้สิน แตกต่างกับผู้ที่มีภาระหนี้สินในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อเพื่อธุรกิจ และเงินกู้ยืมในระบบ จึงส่งผลให้การชำระหนี้สิน ไม่เป็นไปตามกำหนด เกิดการผิดผ่อนชำระหนี้และเกิดดอกเบี้ยผิดนัดชำระหนี้อย่างต่อเนื่อง

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานะเกี่ยวกับโครงการ ได้แก่ ประเภทของโครงการ การส่งคืนเงินกู้ และระยะเวลาที่มีปัญหาหนี้ค้างชำระของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี จากผลการวิจัยพบว่า ประเภทของโครงการด้านเกษตรกรรม มีความแตกต่างกับโครงการด้านพาณิชย์กรรมและอาชีพบริการ และโครงการด้านคหกรรม อาจมีสาเหตุมาจากผู้ขอกู้เงินโครงการประเภทเกษตรกรรม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรม/ประมง นอกจากนี้จำนวนงวดที่ผู้ส่งคืนเงินกู้ตั้งแต่ 6 งวดขึ้นไป แตกต่างกับผู้ส่งคืนเงินกู้ 1-2 งวด ซึ่งผู้ที่ชำระหนี้สินอย่างต่อเนื่องแสดงให้เห็นถึงการใช้จ่ายเงินเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพตามโครงการอย่างแท้จริง และมีการชำระหนี้ตรงเวลา ในขณะที่ผู้ที่ชำระหนี้เพียง 1-2 งวด จึงไม่มีความชัดเจนในการชำระหนี้ได้อย่างต่อเนื่อง และผู้ที่ผิดนัดชำระหนี้เป็นระยะเวลา 1 วัน-1 เดือน แตกต่างกับผู้ผิดนัดชำระหนี้เป็นระยะเวลา 1 ปี ขึ้นไป ซึ่งผู้ที่ผิดนัดชำระหนี้เป็นครั้งแรกบางส่วน อาจมีสาเหตุมาจากการไม่เข้าใจหลักเกณฑ์ วิธีการ และช่องทางในการชำระหนี้ ซึ่งไม่มีเจตนาในการหลีกเลี่ยงการชำระหนี้ ในขณะที่ผิดนัดชำระหนี้เป็นระยะเวลานานกว่า 1 ปี ส่วนใหญ่มักเป็นผู้ที่มีปัญหาในการชำระหนี้ หรืออาจตั้งใจไม่ชำระหนี้ จึงก่อให้เกิดดอกเบี้ยผิดนัดชำระหนี้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนไม่สามารถชำระหนี้ได้ และไม่มีเจตนาที่จะชำระหนี้ต่อไป

จากผลการวิจัยดังกล่าว มีความสอดคล้องกับแนวคิดของวิกิรานต์ พีซพันธ์ไพศาล (2548) ได้สรุปมูลเหตุการค้างชำระหนี้ ได้แก่ ปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการผิดนัดชำระหนี้ เช่น ลูกหนี้มีเจตนาที่จะไม่ชำระหนี้ โดยแสดงออกอย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น การนำเงินไปชำระหนี้ให้สถาบันอื่นแทน นอกจากนี้การที่ลูกหนี้นำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ หรือมีพฤติกรรมใช้จ่ายเกินตัว ทำให้มีหนี้สินหลายแห่ง จนไม่สามารถชำระหนี้ได้ และยังมีปัจจัยส่วนบุคคลอื่น ๆ เช่น ป่วยด้วยโรคเรื้อรัง จนอาจถึงแก่กรรม หรือทุพพลภาพ หรือมีปัญหาส่วนตัว เช่น หย่าร้าง เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านการชำระหนี้สินที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการผิดนัดชำระหนี้ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีอำเภอบางปะอิน จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ วัตถุประสงค์การกู้ยืมความซื่อสัตย์ในการชำระหนี้ ความตรงต่อเวลาในการชำระหนี้ ความสามารถในการชำระหนี้ ความเข้าใจทางการเงิน และเหตุผลในการผิด

นัดชำระหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สอดคล้องกับแนวคิดมูลเหตุของการค้างชำระหนี้ ซึ่งการค้างชำระหนี้ของลูกหนี้เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ แม้จะมีการตรวจสอบคุณสมบัติผู้กู้แล้วก็ตาม หากลูกหนี้ไม่มีความซื่อสัตย์ในการชำระหนี้ ขาดความตั้งใจที่จะชำระหนี้ ไม่เข้าใจทางการเงินหรือเงื่อนไขการชำระหนี้ นำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ของการกู้ยืม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของจรรยารัตน์ ตระการศิริพันธ์ (2540) พบว่า ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อผลประกอบการของธุรกิจขนาดเล็ก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาล การเกิดภัยธรรมชาติ สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการผลิต ส่งผลทำให้เกิดหนี้ค้างชำระมาก สำหรับปัจจัยภายในเกิดจากอัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้น การจำกัดการให้สินเชื่อบางประเภท และเงื่อนไขการชำระหนี้ที่สูงไป ส่วนปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้ คือ การลงทุนเกินกำลังความสามารถ ธุรกิจขาดสภาพคล่อง ใช้เงินผิดวัตถุประสงค์ ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย และทำการค้าเกินตัว ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระ นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมฤทัย บัวกิ่ง (2555) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพ ปัจจัยสภาพเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการกู้เงิน การชำระคืนเงินกู้ตามกำหนดเวลา และการรับชำระเมื่อมีรายได้ และปัจจัยการบริหารงาน ได้แก่ รูปแบบของหลักทรัพย์ค้ำประกัน การติดตามหนี้ จำนวนครั้งที่เจ้าหน้าที่ติดตามหนี้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการชำระเงินกู้ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการชำระคืนเงินกู้ที่ไม่ปกติของสมาชิกสหกรณ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย โดยประมวลข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดจากผลการวิจัย พบว่า ลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีประสบปัญหาสภาพเศรษฐกิจย่ำแย่ ทำให้รายได้จากการประกอบอาชีพลดลง กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีจึงควรพิจารณาลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยค้ำชำระหนี้ และเบี้ยปรับลง รวมถึงพิจารณาให้มีการปรับโครงสร้างหนี้ หรือพักชำระหนี้เป็นกรณีไป เพื่อช่วยลดโอกาสการเกิดหนี้เสีย หรือหนี้ด้อยคุณภาพ อีกทั้งยังช่วยให้ลูกหนี้ที่ไม่ตั้งใจผิดนัดสามารถจ่ายชำระหนี้ได้ ขณะเดียวกันควรมีการกำหนดแนวทางหรือวิธีการปรับปรุงการคำนวณดอกเบี้ยผิดนัดชำระหนี้ และเบี้ยปรับ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกหนี้มีความต้องการชำระหนี้คืนมากขึ้น เป็นการช่วยลดแนวโน้มและอัตราการฟ้องร้องดำเนินคดีที่อาจเกิดขึ้น และจากผลการวิจัยยังพบว่า ลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีส่วนใหญ่มีปัญหาด้านภาระหนี้สิน และค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล รวมถึงภาระจำเป็นอื่น ๆ โดยกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีควรขยายระยะเวลาในการชำระหนี้เพิ่มขึ้นจากเดิม เพื่อให้จำนวนการผ่อนชำระหนี้ต่อเดือนน้อยลง เป็นการช่วยเหลือลูกหนี้ให้มีความสามารถในการผ่อนชำระคืนเงินคืนให้มีความสอดคล้องกับรายได้และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ยังพบปัญหาในด้านการชำระเงิน และไม่สามารถตรวจสอบยอดชำระด้วยตนเองได้ กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีจึงควรมีการสร้างแพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน (Application Platform) ที่เป็นมาตรฐานแบบเบ็ดเสร็จในจุดเดียว (One-Stop Service) แบบออนไลน์เรียลไทม์ โดยมีบริการให้ข้อมูลต่าง ๆ อาทิ ยอดหนี้ค้างชำระ ช่องทางการชำระผ่านระบบออนไลน์ แบบฟอร์มต่าง ๆ เช่น แบบฟอร์มการขอพักชำระหนี้ แบบฟอร์มการปรับโครงสร้างหนี้ พร้อมคำอธิบายและขั้นตอนการใช้งาน เป็นต้น รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างแอปพลิเคชันกับระบบหลักของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีใช้ปฏิบัติงาน (Smart Account Receivable Application : SARA) เพื่อให้ลูกหนี้สามารถตรวจสอบการชำระเงิน

ดำเนินการชำระเงิน หรือสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง เป็นการอำนวยความสะดวก ประหยัดเวลา และเกิดประสิทธิภาพในการชำระหนี้สินของลูกหนี้ และการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาคณะศึกษากลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ไม่มีประวัติผิดนัดหรือมีการชำระหนี้ตามระยะเวลาปกติ และศึกษาพื้นที่ของอำเภออื่น ๆ ในจังหวัดสมุทรปราการเพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบหรือสรุปผลภาพรวมในระดับจังหวัด นอกจากนี้ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี รวมถึงการนำทฤษฎีและข้อมูลเชิงลึกที่ใช้ในการศึกษามาวิเคราะห์เพิ่มเติม เพื่อให้สามารถกำหนดหรือสังเคราะห์สิ่งที่ใช้ในการวิจัยให้มีความครอบคลุมปัจจัยด้านต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Bangbo District Community Development Office, Samut Prakan Province. (2021). **Information of Thai Women Empowerment Funds in Bangbo District.** Retrieved September 18, 2021, from <http://district.cdd.go.th/bangbo/>
- Buaking, S. (2012). **Factors Affecting the Loan Repayment of Members of Muang Songkhla Agricultural Cooperatives Limited, Songkhla Province.** (Thesis), Business Administration Program, Faculty of Business Management, Thaksin University.
- Cronbach, L. J. (1984). **Essential of Psychology and Education.** New York: Mc-Graw Hill.
- Puechpanpaisal, V. (2015). **Factors Affecting the Outstanding High-Purchase Loan of a company in Muang Nakhon Sawan District, Nakhon Sawan Province.** (Independent Study). Master's degree of Arts (Economics), Faculty of Political Social Sciences, Chiang Mai University.
- Samut Prakan Province. (2021). **Geography of Samut Prakan Province.** Retrieved September 18, 2021, from <http://th.wikipedia.org/wiki/SamutPrakanProvince/>
- Thai Women Empowerment Funds Office, Community Development Department. (2012). **Thai Women Empowerment Funds Manual.** Bangkok: Thai Women Empowerment Funds Office, Community Development Department.
- Thai Women Empowerment Funds Office, Community Development Department. (2021). **Information of Thai Women Empowerment Funds.** Retrieved February 15, 2021, from <http://www.womenfund.in.th/>
- Trakarnsirinont, Ch. (1997). **Factors Causing on Loan Repayment Problems of Commercial Banks in Chiang Mai Province.** (Independent Study), Faculty of Economics, Chiang Mai University.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: an introductory analysis.** New York: Harper & Row.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของ บุคลากรวิทยาลัยทองสุข

Impacted Factors Affecting to the Ethics of Personnel Officers' Performance at Thongsook College

วีรชัย ประพันธ์พจน์¹, อลงกต วรกี²

Veerachai Praphanphoj¹, Alongkot Vorakee²

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยทองสุข โทรศัพท์ 094-4358214

Branch of Public Administration Program, Faculty of Social Sciences and Education, Thongsook College

¹e-mail: dd2-w2@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยที่มีผลต่อจริยธรรม การปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข (2) จริยธรรมการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข และ (3) ความสัมพันธ์ของปัจจัยกับจริยธรรมการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้คือ บุคลากรจำนวน 170 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 31 - 35 ปี จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพโสด และมีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ปัจจัยที่ส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สวัสดิการในการปฏิบัติหน้าที่ รองลงมา คือ ด้านความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ ด้านการปฏิบัติหน้าที่เป็นทีม และลำดับสุดท้ายคือ สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติหน้าที่ ตามลำดับ ระดับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์ รองลงมา คือ ความสามัคคี และ ความรับผิดชอบ ตามลำดับ ปัจจัยส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ 2 ด้าน คือ ด้านความซื่อสัตย์และด้านความสามัคคี เมื่อพิจารณาจำแนก จะพบว่า ปัจจัยการปฏิบัติหน้าที่เป็นทีม ส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข ด้านความสามัคคีและปัจจัยสวัสดิการในการปฏิบัติหน้าที่ส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข ด้านความซื่อสัตย์

คำสำคัญ : จริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่, บุคลากร, วิทยาลัยทองสุข

Abstract

The objectives of this study were to find out the factors affecting to the ethics of personnel officers' performance, to find out the ethics levels of personnel officers' performance, and to find out the relationship between the factors and the

ethics of personnel officers' performance at Thongsook College. The impacted factors consisted of work ability, teamwork, surroundings at work, and welfares at work. The ethics at work consisted of the honesty, the responsibility, and the harmony.

The populations in this study were 131 persons of academic personnel officers and 39 persons of supported personnel officers; totally 170 persons. The statistical instrument of this research was questionnaire. The analytical statistics consisted of percentage, mean, standard deviation and correlation coefficient.

The results revealed that the major respondents were females, having ages between 31-35 years old, having the background of education higher than bachelor degree, having marital status as single, and having average monthly salary more than 20,000 Baht. The overview of the factors affecting to the ethics of personnel officers' performance at Thongsook College was at high level. The results in each aspect of the factors affecting to the ethics of personnel officers' performance were firstly in welfares at work, work ability, teamwork, and lastly, surroundings at work. The level of ethics of personnel officers' performance at Thongsook College was at high level. The results in each aspect of the ethics level at work were firstly in the honesty, then the harmony, and the responsibility. The results of hypothesis testing showed that there were two factors affecting to the ethics of personnel officers' performance at Thongsook College, i.e. the honesty and the responsibility. Furthermore, teamwork affected to the harmony of personnel officers' performance, and welfares at work affected to the honesty of personnel officers' performance.

Keywords: Ethics of Performance, Personnel, Thongsook College

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรต่างๆ ให้ความสำคัญของประเด็นทางด้านจริยธรรมกันมาก เนื่องจากปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ได้แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดถึงความบกพร่อง และความเสื่อมโทรมทางศีลธรรมหรือจริยธรรมของผู้คนโดยทั่วไป วัฒนธรรมตะวันตกซึ่งเน้นการสร้างสรรคทางวัตถุ และการแสวงหาความสุขสบายให้แก่ชีวิต ด้วยการพัฒนาเครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องอำนวยความสะดวก และรูปแบบของความบันเทิงในลักษณะต่างๆ ได้แพร่กระจายเข้าสู่สังคมไทยอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว อิทธิพลของการติดต่อสื่อสารและเทคโนโลยีสมัยใหม่ส่งผลให้ผู้คนติดอยู่กับความสะดวกสบาย และต่อเนืองจิตใจของคนที่ยึดเอาผลประโยชน์ของตนเป็นหลัก ไม่คำนึงถึงความทุกข์ยากเดือดร้อนของผู้อื่นซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา

จริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ เป็นเรื่องสำคัญในองค์การ เนื่องจากหากองค์การใดมีปัญหา การขาดจริยธรรมของพนักงานในองค์การ เช่นขาดความมีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ความยุติธรรมและความเชื่อถือได้ จะก่อให้เกิดผลเสียต่อองค์การโดยรวมทั้งในเรื่องของงบประมาณที่สูญเสีย ความน่าเชื่อถือต่อภาพลักษณ์ขององค์การ ผลเสียต่อขวัญและกำลังใจต่อพนักงานที่ทำงานดี เป็นต้น (วิชญาณี การุณย์สิริ.2551:2) ดังนั้น การเสริมสร้างจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ให้กับบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์การให้ประสบผลสำเร็จและทำให้บุคลากรในองค์กรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพที่ดี (ธนบัตร ศรีสวัสดิ์.2559:1)

วิทยาลัยทองสุขเป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่ง ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรในทุกส่วนงาน ตามนโยบายของวิทยาลัยในด้านต่างๆ การดำเนินงานให้บรรลุผลได้นั้น ปัจจัยสำคัญคือ บุคลากร ซึ่งวิทยาลัยทองสุขได้เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าว จึงได้มีการสร้างเสริมปัจจัยด้านต่างๆ ทั้งในด้านการสนับสนุนบุคลากรในด้านความรู้ ทักษะและความสามารถ การเสริมสร้างความร่วมมือร่วมใจ การรู้จักทำงานเป็นทีมของบุคลากร มีความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติหน้าที่ ต่อเพื่อนร่วมงาน และต่อองค์การ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ และนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ มีเสริมสร้างจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยการสนองตอบความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคลากร เช่น การจัดสวัสดิการที่ดีมั่นคง และเพียงพอต่อความต้องการของบุคลากรในองค์การ นับเป็นปัจจัยเสริมสร้างที่มีความสำคัญต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรของวิทยาลัยทองสุข

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาในฐานะที่ปฏิบัติงานในวิทยาลัยทองสุข จึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข เพื่อนำผลการศึกษาเสนอผู้บริหาร เป็นแนวทางในการเสริมสร้างจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากร วิทยาลัยทองสุขเพิ่มขึ้น อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรและเพิ่มประสิทธิผลของวิทยาลัยทองสุขต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข
2. เพื่อศึกษาระดับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากร วิทยาลัยทองสุข
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 35 ปี มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีสถานภาพโสด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุขโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีปัจจัยส่งเสริมลำดับที่หนึ่ง คือ สวัสดิการในการปฏิบัติหน้าที่ ลำดับที่สองคือ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ ลำดับที่สามคือ การปฏิบัติหน้าที่เป็นทีมและลำดับสุดท้ายคือ สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติหน้าที่ ตามลำดับโดยมีรายละเอียดของผลการศึกษาในแต่ละข้อดังนี้

2.1 ด้านความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีปัจจัยส่งเสริมลำดับที่หนึ่งคือ ความสามารถทำงานให้เสร็จตามเวลาที่ผู้บังคับบัญชากำหนด ลำดับที่สองคือ การแสวงหาความรู้ใหม่ๆ มาปรับใช้ในการปฏิบัติหน้าที่เสมอ ลำดับที่สามคือ ผลงานมีความถูกต้องแม่นยำและได้มาตรฐาน ลำดับที่สี่คือ ความสามารถที่จะทำให้ผู้อื่นยอมรับในการปฏิบัติหน้าที่และลำดับสุดท้ายคือ ความสามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ ตามลำดับ

2.2 ด้านการปฏิบัติหน้าที่เป็นทีม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีปัจจัยส่งเสริมลำดับที่หนึ่งคือ พนักงานแบ่งเบาภาระหน้าที่การปฏิบัติหน้าที่ร่วมกันอย่างเหมาะสม ลำดับที่สองคือ บรรยากาศการปฏิบัติหน้าที่ในองค์การส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่แบบร่วมกันคิดร่วมกันสร้างผลผลิตในการปฏิบัติหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพ ลำดับที่สามคือ เพื่อนร่วมงานในองค์การมีความไว้วางใจกันและเคารพนับถือซึ่งกันและกัน ลำดับที่สี่คือ หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน และบุคคลอื่น มีการยอมรับในผลการปฏิบัติหน้าที่ และมักจะยกย่องชมเชยอยู่เสมอและลำดับสุดท้ายคือ คนในหน่วยงานมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันมีการช่วยเหลือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันตามลำดับ

2.3 ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติหน้าที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีปัจจัยส่งเสริมลำดับที่หนึ่งคือ หน่วยงานมีพื้นที่ใช้สอยเพียงพอกับจำนวนบุคลากร ลำดับที่สองคือ สภาพแวดล้อมในหน่วยงานส่งเสริมบรรยากาศในการปฏิบัติหน้าที่ ลำดับที่สามคือ อุปกรณ์และเครื่องมือในหน่วยงานมีความปลอดภัยต่อการปฏิบัติหน้าที่ ลำดับที่สี่คือ สภาพแวดล้อมภายในหน่วยงานเหมาะสมที่จะทำให้ท่านทำงานได้อย่างสะดวกสบายและลำดับสุดท้ายคือ บรรยากาศในหน่วยงานสบายทำให้ทำงานอย่างมีความสุขตามลำดับ

2.4 ด้านสวัสดิการในการปฏิบัติหน้าที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีปัจจัยส่งเสริมลำดับที่หนึ่งคือ สวัสดิการที่ได้รับเหมาะสมกับตำแหน่งงานที่ได้รับ ลำดับที่สองคือ ความพอใจต่อสวัสดิการที่ได้รับจากหน่วยงาน ลำดับที่สามคือ หน่วยงานจัดสวัสดิการต่างๆได้อย่างเพียงพอกับความต้องการของบุคลากรในหน่วยงาน ลำดับที่สี่คือ หน่วยงานมีการช่วยเหลือด้านสวัสดิการเงินกู้ยืม และลำดับสุดท้ายคือ หน่วยงานมีสวัสดิการที่ดีและมั่นคง ตามลำดับ

3. ระดับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุขโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ลำดับที่หนึ่งคือ ความซื่อสัตย์ ลำดับที่สองคือ ความสามัคคี และลำดับสุดท้ายคือ ความรับผิดชอบ ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของผลการศึกษาในแต่ละข้อดังนี้

3.1 ด้านความซื่อสัตย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ลำดับที่หนึ่งคือ การปฏิบัติหน้าที่ตามหน้าที่ด้วยตนเองโดยไม่เอาผลงานของผู้อื่นมาแอบอ้างเป็นผลงานของตน ลำดับที่สองคือ การปฏิบัติหน้าที่โดยสุจริตไม่แสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนเองหรือผู้อื่น ลำดับที่สามคือ การประพฤติปฏิบัติตาม ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง และคู่มือการปฏิบัติหน้าที่ของวิทยาลัยอย่างเคร่งครัดและ ลำดับสุดท้ายคือ การรายงานพฤติกรรมของเพื่อนร่วมงานที่น่าสงสัยว่าฝ่าฝืนระเบียบของวิทยาลัยให้หน่วยงานที่รับผิดชอบทราบตามลำดับ

3.2 ด้านความรับผิดชอบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ลำดับที่หนึ่งคือ ความทุ่มเทกำลังกายและกำลังความคิดในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้แล้วเสร็จอย่างสมบูรณ์ตามระยะเวลาที่กำหนด ลำดับที่สองคือ การมาทำงานและเลิกงานตรงตามเวลาที่วิทยาลัยกำหนด ลำดับที่สาม คือ การปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายด้วยความรับผิดชอบ ละเอียดรอบคอบอย่างเต็มความสามารถ โดยคำนึงถึงชื่อเสียงที่ดีของวิทยาลัยและลำดับสุดท้ายคือ การปฏิบัติหน้าที่ที่รับผิดชอบให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดตามลำดับ

3.3 ด้านความสามัคคี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ลำดับที่หนึ่งคือ การให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆของวิทยาลัย ลำดับที่สองคือ การปฏิบัติต่อผู้บังคับบัญชา ผู้ร่วมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยความมีน้ำใจ สุภาพ โดยเท่าเทียมกัน ลำดับที่สามคือ การสร้างและรักษาสัมพันธภาพที่ดีภายในองค์กรโดยเคารพในเกียรติศักดิ์ศรีและสิทธิส่วนบุคคลและลำดับสุดท้ายคือ การสร้างบรรยากาศที่ดีในการปฏิบัติหน้าที่ร่วมกันในหน่วยงาน ตามลำดับ

4. การทดสอบสมมติฐานการศึกษา ด้วยการหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลกับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากร วิทยาลัยทองสุข เป็นรายคู่ ด้วยค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) และหาระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient) พบว่า ปัจจัยส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข ใน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความซื่อสัตย์และด้านความสามัคคี เมื่อพิจารณาจำแนก จะพบว่า ปัจจัยการปฏิบัติหน้าที่เป็นทีม ส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข ด้านความสามัคคีและปัจจัยสวัสดิการในการปฏิบัติหน้าที่ส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข ด้านความซื่อสัตย์

อภิปรายผล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุขโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ จวน พงษ์จุมพล (2550) ได้ศึกษาสภาพการปฏิบัติหน้าที่ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมและค่านิยมที่พึงประสงค์ ผลการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอภิปรายผลการศึกษาในแต่ละด้านได้ดังนี้

1. ด้านความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสมโชค มงคลยุทธ (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า อยู่ในระดับมากเช่นกัน อาจเป็นเพราะ บุคลากรวิทยาลัยทองสุข มีความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ให้เสร็จตามเวลาที่ผู้บริหารกำหนด แสวงหาความรู้ใหม่ๆ มาปรับใช้ในการปฏิบัติหน้าที่เสมอ สามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ ผลงานมีความถูกต้องแม่นยำและได้มาตรฐานสามารถที่จะทำให้ผู้อื่นยอมรับในการปฏิบัติหน้าที่ได้เป็นอย่างดี จึงเป็นปัจจัยส่งผลให้ด้านความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ อยู่ในระดับมาก

2. ด้านการปฏิบัติหน้าที่เป็นทีม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุนันทา ททรัพย์ประเสริฐ (2554) ศึกษาเรื่องคุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยาและการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลมีผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการปฏิบัติหน้าที่เป็นทีม อยู่ในระดับมากเช่นกัน อาจเป็นเพราะบุคลากรวิทยาลัยทองสุขมีการแบ่งเบาภาระหน้าที่การปฏิบัติหน้าที่ร่วมกันอย่างเหมาะสม มีบรรยากาศในการปฏิบัติหน้าที่แบบร่วมกันคิดร่วมกันสร้างผลผลิตในการปฏิบัติหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพ มีความไว้วางใจกันและเคารพนับถือซึ่งกันและกัน มีการช่วยเหลือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อกัน หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน และบุคคลอื่น มีการยอมรับในผลการปฏิบัติหน้าที่ซึ่งกันและกันอยู่เสมอ จึงเป็นปัจจัยส่งผลให้ด้านการปฏิบัติหน้าที่เป็นทีม อยู่ในระดับมาก

3. ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติหน้าที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธนกร กรวัชรเจริญ (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติหน้าที่เป็นทีมของพนักงานบริษัท ควอลิตี้เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติหน้าที่อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะ วิทยาลัยทองสุขมีพื้นที่ใช้สอยเพียงพอกับจำนวนบุคลากร อุปกรณ์และเครื่องมือในหน่วยงานมีความปลอดภัยต่อการปฏิบัติหน้าที่ สภาพแวดล้อมในหน่วยงานส่งเสริมบรรยากาศในการปฏิบัติหน้าที่ เหมาะสมที่จะทำให้บุคลากรทำงานได้อย่างสะดวกสบาย บรรยากาศในหน่วยงานสบายทำให้ทำงานอย่างมีความสุข จึงเป็นปัจจัยส่งผลให้ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติหน้าที่ อยู่ในระดับมาก

4. ด้านสวัสดิการในการปฏิบัติหน้าที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธนวุฒิ เนียมทอง (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ด้านการให้บริการการbinสนามbinอยู่ตะเภา ผลการศึกษา

เป็นรายด้าน พบว่า ด้านสวัสดิการในการปฏิบัติหน้าที่อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะวิทยาลัยทองสุข มีการจัดสวัสดิการที่ดีและมั่นคงเหมาะสมกับตำแหน่งงานที่ทำ สามารถจัดสวัสดิการต่างๆ ได้อย่างเพียงพอกับความต้องการของบุคลากรในหน่วยงาน อีกทั้งมีการช่วยเหลือด้านสวัสดิการเงินกู้ยืมให้กับบุคลากร ทำให้บุคลากรมีความพึงพอใจต่อสวัสดิการที่ได้รับจากหน่วยงาน จึงเป็นปัจจัยส่งผลให้ด้านสวัสดิการในการปฏิบัติหน้าที่อยู่ในระดับมาก

สำหรับระดับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุขโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จวน พงษ์จุมพล (2550) ได้ศึกษาสภาพการปฏิบัติหน้าที่ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมและค่านิยมที่พึงประสงค์ ผลการศึกษา พบว่า 1) สภาพการปฏิบัติหน้าที่ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ต่อนักเรียนในสถานศึกษาโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีรายละเอียดของผลการศึกษาในแต่ละข้อดังนี้

1. ความซื่อสัตย์ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ กัลยกร คลังสมบัติ (2551) ศึกษาเรื่อง จริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 8 ผลการศึกษาพบว่า พนักงานธนาคารออมสินภาค 8 มีการปฏิบัติเกี่ยวกับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ด้านความซื่อสัตย์สุจริตโดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นกัน

2. ด้านความรับผิดชอบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยกร คลังสมบัติ (2551) ศึกษาเรื่อง จริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 8 ผลการศึกษา พบว่า พนักงานธนาคารออมสินภาค 8 มีการปฏิบัติเกี่ยวกับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน

3. ด้านความสามัคคี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยกร คลังสมบัติ (2551) ศึกษาเรื่อง จริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 8 ผลการศึกษา พบว่า พนักงานธนาคารออมสินภาค 8 มีการปฏิบัติเกี่ยวกับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ด้านการรักความสามัคคี อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา เพื่อให้ปัจจัยที่ส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข เห็นควรดำเนินการดังนี้

1.1 ผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานตามหน้าที่ตนเอง ประพฤติตนปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง และคู่มือการปฏิบัติหน้าที่ของวิทยาลัยอย่างเคร่งครัดด้วยความสุจริต ไม่เอาผลงานของผู้อื่นมาแอบอ้างเป็นผลงานของตนและไม่แสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนเองหรือผู้อื่น รวมทั้งรายงานพฤติกรรมของเพื่อนร่วมงานที่น่าสงสัยว่าฝ่าฝืนระเบียบของวิทยาลัยให้หน่วยงานที่รับผิดชอบทราบ

1.2 ผู้บริหารหน่วยงานควรมีการจัดสวัสดิการและผลตอบแทนอื่นๆ ให้บุคลากรอย่างเหมาะสมและเพียงพอ เพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้แก่ผู้ปฏิบัติงานตลอดจนการจัดสวัสดิการสนับสนุนด้านการศึกษา เพื่อยกระดับและความก้าวหน้าและความมั่นคงของบุคลากรด้วย

1.3 หน่วยงานควรมีการส่งเสริมให้บุคลากรได้มีการฝึกอบรมด้านต่าง ๆ ที่เหมาะสมและสามารถนำมาปฏิบัติได้จริงเพื่อความสำเร็จของงานตลอดจนควรมีการสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับสามารถแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้บุคลากรแต่ละคนได้ใช้ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มความรู้ความสามารถ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรดำเนินการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุขกับมหาวิทยาลัยหรือวิทยาลัยอื่นๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบและปรับปรุงให้เกิดจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ ตลอดจนเป็นต้นแบบสำหรับการปฏิบัติหน้าที่ของหน่วยงานอื่นๆต่อไป

2.2 ควรศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยทองสุข เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ และนำผลที่ได้มาปรับปรุงเพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์และคณะ (2546) กลยุทธ์การสร้างองค์การคุณภาพ. กรุงเทพฯ: ธรรมกมล การพิมพ์.
- นิศารัตน์ ศิลปเดช. (2542) เอกสารคำสอนระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์เบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- สมคิด บางโม.(2549) จริยธรรมธุรกิจ. กรุงเทพฯ : พัฒนวิทย์การพิมพ์.
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2526) การบริหาร. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ :ไทยวัฒนาพานิชย์.
- สมภพ ชีวรัฐพัฒน์.(2539) จริยธรรมกับชีวิต. ยะลา: วิทยาลัยพลศึกษายะลา.
- กัลยกร คลังสมบัติ. (2551) จริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 8 มหาวิทยาลัย มหาสารคาม การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ เชียงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กรกนก บุญชูจรัส. (2552) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติหน้าที่เป็นทีมของพัฒนากรในพื้นที่ ความรับผิดชอบของศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชน จังหวัดเพชรบุรี.
- จวน พงษ์จุมพล (2550) สภาพการปฏิบัติหน้าที่ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมและค่านิยมที่พึงประสงค์ต่อนักเรียนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามหาสารคาม เขต 2. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ธนกร กรวัชรเจริญ. (2555) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติหน้าที่เป็นทีมของพนักงานบริษัทควอลิตี้ เฮาส์ จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธนวุฒิ เนียมทอง.(2557) ปัจจัยแรงจูงใจภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ด้านการให้บริการการบินสนามบินอุตะเถา. รายงานการวิจัยปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.

- พวงเพชร สุวรรณชาติ. (2553) **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการดำเนินการด้านโครงสร้างพื้นฐาน** ของเทศบาลนครหาดใหญ่ระหว่างพ.ศ. 2552 – พ.ศ. 2553.วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รัตกัมพล พันธุ์เพ็ง. (2547) **ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติหน้าที่ ความเหนื่อยล้าทางจิตใจและสุขภาพของพนักงานโรงงานผลิตเลนส์** วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิชญาณี การุณย์สิริ. (2551) **ความสัมพันธ์ระหว่างเขาวนอารมณ์ ค่านิยมในการปฏิบัติหน้าที่ กับจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ : กรณีศึกษาเจ้าหน้าที่ตำรวจกองบังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.** วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชาจิตวิทยา คณะศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมโชค มงคลยุธ. (2554) **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.** สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการภาครัฐ)บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีแห่งอยุธยา. 2554.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนใน
สถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ

Factors affecting the People's Attitude toward the Service
Delivered by Waribchamrab Provincial Police Station

กนตินันท์ จิตรระออน¹, อัครพงศ์ บุญแท้² และฐิติพร ชีระจิต³

Kuntinunu jitraoon¹, Akatong Boontae² and Dhitiporn Keerajit³

¹รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี , 0863832862

¹Public Administration, Faculty of Political Science, Tel. 0863832962

²นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 0631277740

²Faculty of law, Bangkokthonburi University 0631277740

³นักวิจัยอิสระ

³Independent Researcher

aomkunti@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ ในการวิจัยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย และเพื่อศึกษาทัศนคติการใช้บริการของประชาชนสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ โดยงานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากประชาชนที่มาใช้บริการในองค์การเก็บข้อมูลจะอาศัยแบบสอบถามที่ผู้ตอบจะกรอกข้อมูลเองและนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ผู้วิจัยได้รู้ข้อเท็จจริง พบว่าผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่างอายุ 25-35 ปี สถานภาพสมรส และการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และเมื่อผู้วิจัยได้พิจารณาจากแบบสอบถามเบื้องต้นแล้วปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วประชาชนผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีมากต่อการให้บริการของสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ ผู้วิจัยพบว่าประชาชนที่มาใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ปัจจุบัน ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันแต่ไม่ได้มีความแตกต่างกันทางด้านทัศนคติต่อการให้บริการของประชาชนในการให้บริการสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ

คำสำคัญ: ทัศนคติของประชาชน, สถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ

Abstract

This study was mainly designed to determine the factors affecting the people's attitude toward the services delivered by Waribchamrab Provincial Police Station.

200 service users comprised the sample of the study. The sample was selected by means of simple random sampling technique. The study instrument was a set of self – administered questionnaire. The collected data were analysis by resorting to descriptive statistics (percentage, mean and standard deviation). The data analysis has brought to light the facts specified below:

Most of the service users were male; age 25-35 year; married; high school graduates; having a monthly income less than 15,000 bath.

As for the service users' attitude toward the service provided by the police station; it was found that the service users had a good attitude toward the services delivered by the police station. Moreover, it was found that the service users with different sexes, age, marital, statures, educational levels, acceptations, and incomes failed to differ in their attitude toward the service given by the police station

Keywords: peoples attitude; service; Waribchamrab Police Station

บทนำ

ผู้พิทักษ์สันติราชหรือที่คนทั่วไปเรียกว่าตำรวจนั้น มีมาตั้งแต่ยุคโบราณในสมัยยุคโรมันซึ่งจะขึ้นอยู่กับการปกครองของสมัยนั้น ส่วนตำรวจในประเทศแถบยุโรปจะมีหลังจาก ค.ศ. 1000 และในประเทศอเมริกาการได้เริ่มพัฒนากรมตำรวจในปี ค.ศ.1844 โดยได้รับอิทธิพลมาจากประเทศอังกฤษนั่นเอง

ตำรวจไทยเรียกได้ว่ามีต้นกำเนิดมาช้านานตั้งแต่ปลายสมัยสุโขทัยแต่ยังไม่มีหลักฐานที่ได้รับ การยืนยันจะใช้กฎหมายเป็นแบบลักษณะโจร จนมาถึงในช่วงสมัยอยุธยา ณ เวลานั้นจึงถือว่าเป็นต้นกำเนิดตำรวจไทย อยู่ในรูปแบบการปกครองที่เรียกว่าจตุสดมภ์ หรือ เวียง วัง คลัง นา ในยุคสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ตำรวจจะขึ้นอยู่กับกรมเวียงเพียงกรมเดียวและมีเจ้าพระยาจักรีศรีอริยวงศ์สมุหนายกอัครมหาเสนาบดีเป็นผู้บังคับบัญชา โดยแบ่งตำรวจออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ตำรวจพระนครบาล ตำรวจภูธร ตำรวจหลวงที่ขึ้นตรงกับวังหลวงโดยตรง การตราคดีนาตำรวจจะถูกระบุเป็นตำแหน่งนายพลเรือนเหมือนข้าราชการฝ่ายอื่นๆ ดังนั้นตำรวจในยุคสมัยนั้นจะขึ้นตรงต่อกษัตริย์แต่เพียงผู้เดียว และท่านมีอำนาจตัดสินถืออำนาจเป็นสิ้นสุด ยาวมาจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์พระบาทสมเด็จพระเจ้าเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงแต่งตั้งให้มี ข้าหลวงกองจับ หรือเรียกอีกอย่างว่าตำรวจหวาย การแต่งกายเป็นพลเรือนถือมัดหวาย มีหน้าที่คอยช่วยเหลือตุลาการ หลังจากนั้นไม่นานท่านได้มีการจัดจ้าง Samuel Joseph Bird Ames มาวางโครงสร้างระบบเพื่อจัดตั้งกองตำรวจเพื่อรักษาความปลอดภัยในพระนคร และมีการตั้งกองโปลิศคอนสแตเบิล โดยจ้างแขกมลายู แขกอินเดีย และบุคคลที่เคยเป็นทหาร ตำรวจจากต่างประเทศมาเป็นพลตำรวจ ในช่วงยุคแรกเริ่มที่ก่อตั้งกรมตำรวจมานั้นเกิดปัญหาขัดข้องหลายอย่าง รวมไปถึงกฎหมายสิทธิสภาพนอกอาณาเขตของต่างชาติที่เข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทยในช่วง

ยุคสมัยนั้น ต่อมารัชกาลที่ 4 ได้มีการโปรดเกล้าเพิ่มกิจการตำรวจและยกขึ้นให้เป็น กองโปลิศ มีหน้าที่ในการปราบจลาจล ใน พ.ศ. 2418 ได้มีการจัดตั้งตำรวจภูธรอย่างเป็นทางการ ประชาชนในสมัยนั้นยังเห็นว่าเป็นสิ่งแปลกใหม่อยู่ จึงเรียกดำรวจภูธรในสมัยนั้นว่า ทหารโปลิศ แต่เมื่อทหารมีพระราชบัญญัติเกณฑ์ทหาร ทางตำรวจภูธรจึงขออนุญาตใช้พระราชบัญญัติเกณฑ์คนเป็นตำรวจ และมีการตรากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับตำรวจโดยตรงแทนการใช้กฎหมายทหาร และมีการขอพระราชทานเครื่องแบบ พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนเรศวรฤทธิ์ พระอนุชาของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าฯ เป็นผู้ออกแบบตามแบบตำรวจกรุงลอนดอน นุ่งกางเกงสมัยนิยม เสื้อสีน้ำเงิน ส่วนนายตำรวจนุ่งผ้านุ่งเข้ากับเสื้อแบบใหม่เสมอถัดมาในรัชสมัยรัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าให้รวมหลายกองขึ้นเป็นกรม เรียกกรมกองตระเวนหัวเมือง ในปีพ.ศ.2440 พลตรีพระยาवासเทพที่เป็นเจ้ากรมตำรวจภูธรโรงเรียนนายร้อยตำรวจ จึงถือเป็นต้นกำเนิดของโรงเรียนนายร้อยตำรวจที่ผลิตตำรวจออกมาเพื่อช่วยเหลือประชาชน กรมตำรวจจึงกำหนดให้วันที่ 13 ตุลาคมของทุกปีเป็นวันตำรวจไทย ในเวลาต่อมาได้มีการรวมเอากระทรวงนครบาลกับกระทรวงมหาดไทยรวมเป็นกระทรวงเดียวกัน เรียกว่า กระทรวงมหาดไทย

ตำรวจยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง เริ่มในพ.ศ.2475จนถึงปัจจุบัน ตั้งแต่ประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นแบบประชาธิปไตย และได้ประกาศจากกระทรวงมหาดไทยเรื่องการแบ่งส่วนราชการกรมตำรวจ พ.ศ. 2475 ออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 คือหน่วยบริหารงานส่วนกลางและและสำนักบริหาร

ส่วนที่ 2 ตำรวจนครบาล

ส่วนที่ 3 ตำรวจภูธร

ส่วนที่ 4 ตำรวจสันติบาล เป็นหน่วยที่ตั้งหลังจากมีการยุบ ตำรวจภูธร ตำรวจกลาง ตำรวจกองพิเศษ ในปีพ.ศ.2541 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้โปรดเกล้าให้ตราพระราชบัญญัติโอนกรมตำรวจ จากกระทรวงมหาดไทยขึ้นเป็นสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

ตำรวจถือว่าเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับประชาชนมานาน หากประชาชนเดือดร้อนสิ่งที่ประชาชนนึกถึงมากที่สุดคือตำรวจ ทั้งการเกิดที่เราจะเห็นตามภาพข่าว การเจ็บ การตาย ทำให้ประชาชนเกิดความศรัทธาในอาชีพรับราชการตำรวจเป็นอย่างมาก ทำให้สมัยก่อนผู้ใหญ่ในสังคมมักจะสนับสนุนให้ลูกหลานในตระกูลรับราชการหรือเป็นตำรวจ แต่ในยุคหลังการกระทำของตำรวจบางอย่างทำให้ความศรัทธาของประชาชนเสื่อมถอยลงไปมาก แต่ตำรวจก็ยังมีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตของประชาชนอยู่เสมอ ไม่ว่าจะอย่างไรก็ตามเราจึงยังถือได้ว่าตำรวจยังมีความสำคัญต่อประชาชนอยู่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติการใช้บริการของประชาชนสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเพื่อทำงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนในสถานีดำรงภูธรวารินชำราบนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยมาเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

ในสถานีดำรงแต่ละแห่งนั้นจะมีเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ปฏิบัติหน้าที่ในการทำงานเพื่อบริการประชาชน โดยจะมีลำดับชั้นยศที่แตกต่างกันออกไป การให้แต่งตั้งยศตำแหน่งนั้นประเทศไทยเริ่มรับมาจากชาติตะวันตกในสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นช่วงที่มีการจัดระบบการบริหารราชการเพื่อให้ทัดเทียมกับชาติมหาอำนาจ สำหรับตำรวจชั้นสัญญาบัตรการจะรับตำแหน่งนั้นจะต้องได้รับพระราชองค์การพระราชทานยศเท่านั้น และมีการยกเว้นตำรวจยศชั้นนายพลได้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542:775) ความพึงพอใจ หมายถึง ความชอบใจ ความพึงใจที่มีส่วนเกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่ปฏิบัติงานอยู่และส่งผลต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

ธงชัย สันติวงษ์ (2539:389) ได้ให้ความหมาย ของความพึงพอใจใน การปฏิบัติงาน หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดจากการตอบสนองความต้องการของตัวเองอย่างดีหรือความสมบูรณ์

ดิเรก (2528) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงทัศนคติในทางบวกของบุคคลต่อการทำงานในทางบวก มีความสุขในการปฏิบัติงานและได้รับผลอยู่ในทิศทางที่ดี มีความกระตือรือร้น ทำให้เกิดประสิทธิภาพและส่งผลต่อความสำเร็จของงานที่ทำ

วิรุฬ (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกนึกคิดภายในจิตใจของมนุษย์ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลจึงไม่เหมือนกันในความรู้สึกของแต่ละคน มีความคาดหวังและได้รับการตอบสนองด้วยดี

คิฎฐิวัชรณ์ วิทยาภรณ์ (2550 : 29) กล่าวว่า เป็นความพึงพอใจที่ได้รับบริการทั้ง 5 ด้าน

กาญจนา (2546) กล่าวว่า เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมนามธรรมไม่สามารถเห็นเป็นรูปร่าง บุคคลแต่ละคนมีความซับซ้อน สิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลให้เกิดความพึงพอใจ

เทพพนม และสวิง (2540) กล่าวคือ ความพึงพอใจเป็นอารมณ์ในทางบวก เป็นอารมณ์ของคนๆหนึ่ง ระหว่างการเสนอสิ่งที่ได้รับเป็นพื้นฐานของความพอใจและไม่พอใจ การบริการสาธารณะไปด้วย 2 เงื่อนไขคือ

1. บริการสาธารณะคือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนิติบุคคล หมายถึง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือรัฐวิสาหกิจเป็นผู้ดำเนินการ และหมายถึงกรณีที่มีรัฐมอบกิจการบางประเภทให้แก่เอกชนเป็นผู้ดำเนินการ

2. กิจการในข้อ1 จะต้องมิวัตถุประสงค์เพื่อสาธารณะประโยชน์ของประชาชน

ศาสตราจารย์ ฌ็อง ริเวโร้ กล่าวว่าเป็นการตอบสนองความต้องการของบุคคลและสังคมที่จะได้รับการบริการจากภาครัฐในเรื่องที่เอกชน รัฐวิสาหกิจไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลได้ในด้านต่างๆและเป็นการจัดให้มีสิ่งสาธารณูปโภค

ปริญพร อัมพันธ์ (2548 : 12) กล่าวว่า บริการสาธารณะ เป็นพื้นฐานของเจ้าหน้าที่ขององค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลที่เข้ามาใช้บริการ ประกอบด้วย ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยฝ่ายแรกปฏิบัติเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อฝ่ายหลัง

นันทวัฒน์ บรมานันท์ (2543) กล่าวว่า บริการสาธารณะเป็นกิจกรรมที่ฝ่ายปฏิบัติดำเนิน เพื่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะ ประกอบด้วยกิจกรรมที่นิติบุคคลเป็นผู้ประกอบการเพื่อตอบสนอง ความต้องการของประชาชน

บรรจบ กาญจนกุล (2546) กล่าวว่า ให้ความหมาย Public Service Delivery หมายถึง กิจกรรม ทุกประเภทที่รัฐ จัดทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการของประชาชน

ศุภชัยยะ ประภาส (2539) อ้างถึงใน การุณย์ คล้ายคลึง, 2550, หน้า 27) กล่าวว่าบริการ สาธารณะ มีองค์ประกอบอยู่ 2 องค์ประกอบ 1. เป็นกิจการที่ฝ่ายปกครองดำเนินกิจกรรมเพื่อ ตอบสนองความต้องการของประชาชน 2. บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์เพื่อสาธารณะประโยชน์ให้ ประชาชน

อนุเทพ เบื้องบน (2544:14) กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจทั้ง2ประโยชน์สามารถสลับ สับเปลี่ยนใช้แทนกันได้ บุคคลที่เข้าร่วมมีทศนคติด้านบวกทำให้เห็นความพึงพอใจในสิ่งนั้น ทศนคติ ด้านลบเกิดจากความไม่พึงพอใจในการให้บริการ

ประยูร กาญจนกุล (2549: 119-121)กล่าวว่า แนวคิดของการให้บริการสาธารณะว่าการ บริการเมืองประกอบสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1. คือกิจกรรมในการอำนวยความสะดวกหรือการควบคุมของรัฐ
2. มีวัตถุประสงค์ในการตอบสนองความต้องการของประชาชน
3. สามารถเปลี่ยนแปลงเพื่อความเหมาะสมสำหรับยุคสมัย
4. ต้องดำเนินการอยู่เสมอ
5. เอกชนมีสิทธิได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะ

อรธสิทธิ์ เครือทอง (2543:8) กล่าวว่า ในแต่ละหน่วยงานของรัฐจะมีการให้บริการที่ แตกต่างกันไป ทางภาครัฐต้องให้บริการตามกฎหมายที่กำหนดการให้บริการที่ไม่ดีจะให้เกิด ความขาดศรัทธาในการรับบริการของประชาชน

ลูซีกิลเบิร์ตและเบิร์คเฮด (Lucy Gilbert and Birkhead. 1957 : 78) กล่าวคือ การ ให้บริการสาธารณะมี 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ปัจจัยนำเข้า เป็นทรัพยากรเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก
2. กิจกรรมคือเป็นวิธีการใช้ทรัพยากร
3. ผลผลิต คือ สิ่งที่เกิดหลังใช้ทรัพยากร
4. ความคิดเห็นต่อผลกระทบ ความเห็นของประชาชนที่มาใช้บริการ

โกวิท พวงงาม (2549) กล่าวว่า สมาชิกชุมชนร่วมกันสร้างสรรค์รูปแบบในการดำเนินชีวิต เป็นไปตามบริบท แต่ละชุมชนแตกต่างกันไปในกิจกรรมสาธารณะหรือส่วนรวมที่มีความแตกต่างกันใน ระหว่างชุมชนต่างๆ

วรเจตน์ ภาคีรัตน์ (2546: 28) กล่าวว่า เป็นกิจกรรมที่ทำประโยชน์เกี่ยวกับสาธารณะเพื่อ ความต้องการของประชาชน จัดทำโดยเอกชนซึ่งฝ่ายปกครองใช้อำนาจในการกำกับดูแลอยู่ในพื้นฐาน ของหลักเกณฑ์ที่รัฐกำหนด

อรรถสิทธิ์ เครือทอง (2543) กล่าวว่า การบริการของทั้งสองหน่วยงานจะมีความแตกต่างกันออกไป ภาครัฐจะให้บริการประชาชนตามกฎหมายห้ามปฏิเสธการให้บริการประชาชน หากให้บริการประชาชนไม่ดีก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจของประชาชนและเกิดการร้องเรียนและขาดความศรัทธาต่อองค์กร หากได้รับบริการที่ดีประชาชนจะเกิดความพึงพอใจและให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี

ศุภชัยยะ ประภาส (2539) กล่าวว่า ในความหมายของนโยบายสาธารณะมีองค์ประกอบอยู่ 2 ประการ คือ 1.บริการสาธารณะต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของฝ่ายปกครอง 2.บริการสาธารณะเพื่อสาธารณประโยชน์ บริการสาธารณะของรัฐไม่สามารถจัดทำเพื่อประโยชน์ของคนให้มีความเท่าเทียมและเสมอภาค และเท่าเทียมกัน

การศึกษางานวิจัยเรื่องนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนที่เข้าใช้บริการในสถานีดำรวจ อาจเรียกได้ว่าการบริการประชาชนเป็นส่วนหนึ่งของราชการไทย แต่ปัจจุบันเมื่อประชาชนจะเข้ามาใช้บริการในระบบราชการไทยนั้นส่วนใหญ่มักไม่ค่อยได้รับความสะดวกในการให้บริการ ดังนั้นการวิจัยเรื่องนี้จะเปรียบเสมือนการเก็บข้อมูลเพื่อปรับปรุงการให้บริการประชาชนของสถานีดำรวจภูธรวารินชำราบเพื่อให้ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการมีทัศนคติที่ดี โดยที่ผู้วิจัยมีความเห็นว่าทฤษฎีมาสโลว์สามารถนำมาปรับใช้ได้กับการให้บริการ อับราฮัม มาสโลว์ นั้นเป็นผู้คิดค้นทฤษฎีแรงจูงใจโดยนำรากฐานจากจิตวิทยามานุษยนิยม มาสโลว์จะเน้นเรื่องลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานเพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน พฤติกรรมของบุคคลจะนำไปสู่การตอบสนองความพึงพอใจ 5 ระดับ

1. **ความต้องการทางสรีระ** หมายถึง ความต้องขั้นพื้นฐานของร่างกายในการดำรงชีวิต คือ ปัจจัย 4 ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงวัยชรา

2. **ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย** หมายถึง ความต้องการความมั่นคงในด้านความปลอดภัยทั้งทางร่างกายและจิตใจ

3. **ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ** หมายถึง ความต้องการที่จะเป็นที่ชื่นชอบและเป็นที่ยอมรับของทุกคนเพื่อสัมพันธภาพในการทำงานที่ดี

4. **ความต้องการที่จะรู้สึกว่ามีคุณค่า** หมายถึง ความต้องการให้ตนเองมีคุณค่า มีเกียรติมีฐานะ เป็นคนที่มีความมั่นใจในตนเองทำให้ตัวรู้สึกมีประโยชน์

5. **ความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริงและพัฒนาศักยภาพของตน** หมายถึง การรู้จักตนเองให้มากเพื่อจะได้รู้ศักยภาพของตนเอง เพื่อที่จะพัฒนาตนเองให้สมบูรณ์

สมใจ ลักษณะ (2542, หน้า 192) ได้สรุปเกี่ยวกับความหมายของแรงจูงใจและสิ่งที่เกี่ยวข้อง ที่ เป็นองค์ประกอบสำคัญ ของสาเหตุการทำพฤติ กรรมของบุคคล หรือแรงจูงใจและสิ่งที่เกี่ยวข้องกับ แรงจูงใจคือความต้องการ แรงขับสิ่งล่อใจและรางวัล

Fesler (1980) เห็นว่า การบริหารราชการ คือ กระบวนการในการกำหนดนโยบายและการนำนโยบายของ รัฐบาลไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชน โดยองค์การราชการ หรือหน่วยงานของรัฐและ มุ่งประโยชน์สาธารณะ

สุมารินทร์ ยามสุข ได้ศึกษาเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจในการ ปฏิบัติงานของข้าราชการครู โรงเรียนบ้านฉางกาญจนกุลวิทยา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขตผลการวิจัยพบว่า

ข้าราชการครูโรงเรียนบ้านฉางกาญจนกุลวิทยา มีความพึงพอใจ ในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ข้าราชการ ครูมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของข้าราชการครูอยู่ในระดับมาก ด้าน จำแนกตามประสบการณ์ โดยรวมแตกต่างกันประสบการณ์น้อยกว่ามีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอื่น

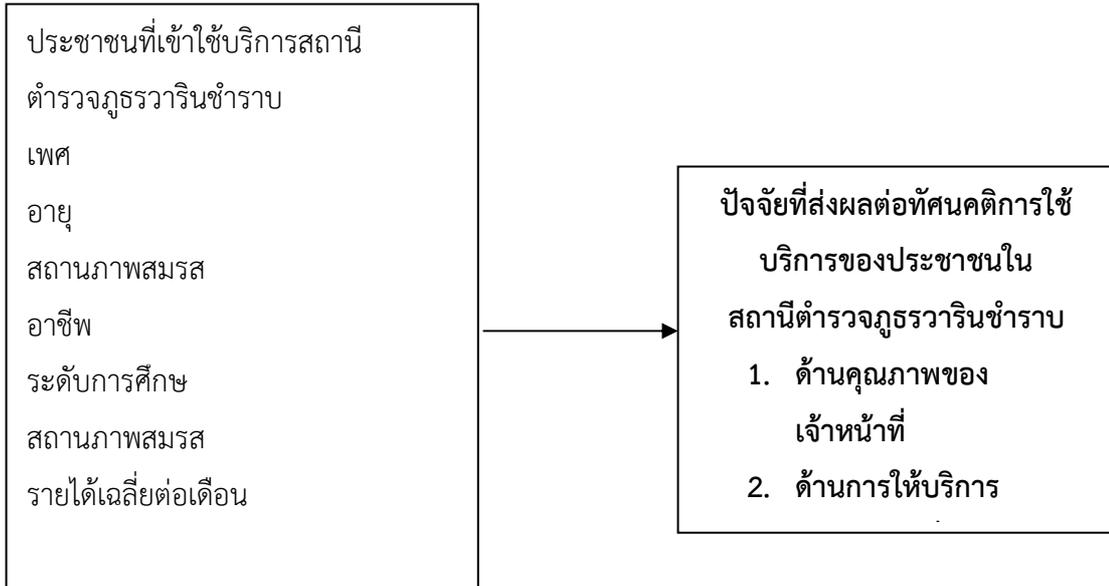
Ronald Aland (1997) ศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ฝึกอบรม ผลการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมมีความพึงพอใจในการทำงานในระดับสูง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานมากที่สุด คือ ขวัญกำลังใจ การบริการสังคมและกิจกรรมในการทำงาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานน้อยที่สุด คือ ความก้าวหน้า ค่าชดเชยและระดับการศึกษา

กาญจนามาส ชำนาญกิจ (2555) ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปาก:กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอหลักช้าง จังหวัดนครศรีธรรมราช การศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้างโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก และความพึงพอใจต่อการให้บริการระดับดีมาก องค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอหลักช้างกลางจังหวัดนครศรีธรรมราช ควรพัฒนาคุณภาพในการให้บริการเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริการจะทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้บริการเพิ่มขึ้นส่งผลให้มีการสื่อสารแบบการบอกต่อหรือเรียกว่าการบอกแบบปากต่อปากไปในทิศทางที่ดีมากขึ้น

ปัฐพล มิ่งขวัญ โชติมา แก๊งกรอง (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เป็นการศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการบริการเป็นการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของประชาชนและเป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนในการใช้บริการร่วมไปถึงการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชน จึงสรุปได้ว่าการมาใช้บริการไปรษณีย์ของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับน้อยและมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรีเพื่อเป็นการบริการที่เป็นเลิศ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาที่ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัย บทความ ข้อมูล รวมไปถึงเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดการศึกษา เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนในสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ



ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนในสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยศึกษาจากทัศนคติของประชาชนที่เข้ามาใช้บริการสถานีตำรวจ ผู้วิจัยใช้วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยจะใช้การเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม 1 ชุดและให้ประชาชนที่เข้าใช้บริการสถานีตำรวจเป็นผู้กรอกแบบสอบถามจำนวน 200 คน การวิจัยในเชิงปริมาณผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaires) แบ่งออกเป็น 2 ตอน

ส่วนที่ 1 การสร้างแบบสอบถาม มีการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง การจัดทำแบบสอบถามตามกรอบที่กำหนด โดยเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

ส่วนที่ 2 รายละเอียดแบบสอบถาม ปัจจัยส่วนบุคคลที่ตอบแบบสอบถาม ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ข้อเสนอแนะความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนในสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบในด้านเจ้าหน้าที่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและเป็นที่พึงพอใจของประชาชนในการให้บริการ
2. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนในสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบในด้านสถานที่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีการจัดขั้นตอนการปฏิบัติงานให้ประชาชนเข้าใจง่าย

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนในสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ ดังนี้

ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนในสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ ด้านเจ้าหน้าที่พบว่าประชาชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีบุคลิกภาพ มีท่าทางสุภาพ

เปรียบร้อยต่อผู้ใช้บริการ รองลงมาคือความเพียงพอในการให้บริการของเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติงานสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชดาษา อิมสำราญ (2555) ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจนครบาลบางเขน พบว่าประชาชนที่เข้ามาใช้บริการสถานีตำรวจนครบาลบางเขนอยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้บริการของประชาชนในสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ ด้านบริการ สถานีที่ที่แตกต่างกันพบว่าประชาชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เจ้าหน้าที่ให้บริการไม่มีการเลือกปฏิบัติได้รับการความสะดวกสบายในการไปบริการ และมีการจัดขั้นตอนการปฏิบัติงานให้ประชาชนเข้าใจได้ง่ายขึ้นมีความสะอาดทั้งภายในและภายนอก สอดคล้องกับงานวิจัยของวีรยุทธ สำเภาทองและโสภณ ศรีวพจน์ ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อตำรวจจราจร สถานีตำรวจนครบาลบางพลัด กรุงเทพมหานคร พบว่าทัศนคติของประชาชนอยู่ในระดับดี

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บังคับบัญชาสามารถนำข้อมูลที่ศึกษาในด้านต่างๆไปใช้เพื่อพัฒนาในแต่ละด้านในการให้บริการประชาชนได้และทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ
2. ผู้บังคับบัญชาสามารถนำข้อมูลที่ศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนที่เข้ามาใช้บริการของเจ้าหน้าที่ในสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ

ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนที่เข้ามาใช้บริการกับเจ้าหน้าที่ของสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ
2. ควรศึกษาปัจจัยความคาดหวังของประชาชนที่เข้ามาใช้บริการกับเจ้าหน้าที่ของสถานีตำรวจภูธรวารินชำราบ

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา อรุณสุขจุฑา. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต, สาขาส่งเสริมการเกษตร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- กาญจนา มาส ชำนาญกิจ (2555) ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปาก:กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอลำปาง จังหวัดนครศรีธรรมราช วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน ปีที่19 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2555) หน้า 1 -35
- ชดาษา อิมสำราญ (2555) ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานี ตำรวจนครบาลบางเขน. สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกริก.

- ดิเรก. (2528). **ทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก.** กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. (2529). **พฤติกรรมองค์การ.** กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). **องค์การและการจัดการ: ทันสมัยยุคโลกาภิวัตน์.** กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ปัฐพล มิ่งขวัญ โชติมา แก้งกรอง (2558) **ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทย ในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อการบริการที่เป็นเลิศ วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปีที่26 ฉบับที่2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2558)**
- พล.ต.ต.พจนารถ หวลมานพ (2561) **ประวัติตำรวจไทย สืบค้น 22 พฤศจิกายน 2564 จาก https://saranitet.police.go.th/museum/?page_id=337**
- วีรยุทธ สำเภาทองและโสภณ ศรีวพจน์ (2562) **ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อดำรวจจราจร สถานีตำรวจนครบาลบางพลัด กรุงเทพมหานคร วารสารอาชญากรรมและความปลอดภัย ปีที่1 ฉบับที่2(กรกฎาคม-ธันวาคม 2562) หน้า 65-76**
- วีรุฬ พรรณเทวี. (2542). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน.** วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรพจน์ วีรพลิน (2563) **ศิลปวัฒนธรรม ฉบับตุลาคม 2531 สืบค้น 22 พฤศจิกายน 2564 จาก https://www.silpa-mag.com/history/article_48245**
- อนุเทพ เบื้องบน. (2544). **การศึกษาความพึงพอใจการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน).** ภาคนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป ของผู้บริโภคใน
สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ในเขตทวีวัฒนา
กรุงเทพมหานคร

Factors affecting the buying behavior of ready meals of
consumers in the situation of Coronavirus Disease 2019 (COVID - 19)
in Thawi Watthana District Bangkok

รุจิรวัทน์ ลำताल¹, นนทิชัย ดวงดารา², พีรวิทย์ ใจสม³,
น้อม ฉิมคล้าย⁴ และวันเพ็ญ เดชเดชา⁵

Ruchirawat Lamtan¹, Nonthichai Jaisom², Peerawit Jaisom³,
Nom Chimklai⁴, Wanpen Dejdech⁵

สาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ โทร 095-8765491

Branch: Public Administration Faculty of Political Science Tel. 095-8765491

e-mail: Nonthichai.1212 @gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป
ของผู้บริโภคในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร
2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการ การซื้ออาหารสำเร็จรูป ของผู้บริโภคในสถานการณ์โรค
ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร การวิจัยเชิงปริมาณ
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดของ กลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณ
กลุ่มตัวอย่างตามสูตรของครีคชีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) เป็นประชาชนที่อาศัยในเขตทวี
วัฒนา กรุงเทพมหานคร การศึกษาวิจัยพบว่าเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป
ของผู้บริโภคในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ในเขตทวีวัฒนา
กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย ส่วนมากอายุอยู่ระหว่าง 30-40
ปีมากที่สุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000-30,000 บาท ปัจจัยค่านิยมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
พบว่า มีความแตกต่างความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ เมื่อวิเคราะห์ การตัดสินใจซื้อพบว่าผู้บริโภค
ตัดสินใจซื้อ จาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การเลียนแบบ ความไวใจในตัวผู้ผลิตและจำหน่าย มีผลต่อ
พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเรียงลำดับตามที่กล่าวมา

คำสำคัญ: โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19), พฤติกรรม, ผู้บริโภค

Abstract

This research is to study 1) factors affecting consumers' ready meal buying habits in coronavirus disease 2019 (COVID-19) situations in Thawi Watthana District, Bangkok 2) the psychological factors that affect the Consumer purchase of ready meals in coronavirus disease 2019 (COVID-19) situation in Thawi Watthana Bangkok. Quantitative Research The researchers determined the size of the sample by calculating the sample according to the formula of Krejcie & Morgan. Bangkok Research Studies Found That Factors affecting consumers' ready meal buying habits in coronavirus disease 2019 (COVID-19) situation in Thawi Watthana Bangkok. The samples were found to be female, more than male, most between the ages of 30 and 40 at most. The average earnings per spurt are 15,000-30,000 baht, and the value factors that influence the purchase decision showed differences in relation to purchasing decisions. When analyzing Purchasing decisions show that consumers make purchase decisions based on product factors. Imitation, trust in manufacturers and distributors It affects the behavior of purchasing decisions, sorted as mentioned above.

Keywords: Coronavirus Disease 2019 (COVID-19), Behavior, Consumer

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์ช่วงเวลาที่ผ่านนับตั้งแต่ต้นปี 2020 เกิดการระบาดของเชื้อไวรัส โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) เป็นโรคติดต่อที่เกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่เพิ่งค้นพบ ซึ่งโรคนี้โดยหลักแล้วจะแพร่จากคนผ่านทางฝอยละอองจากจมูกหรือปากซึ่งขับออกมาจากการไอจาม มีการรับเชื้อได้จากการหายใจเอาฝอยละอองเข้าไปจากผู้ป่วย โดยการสัมผัสทั้งทางตรงและทางอ้อม โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เป็นโรคติดเชื้ออันเกิดจากไวรัสโคโรนากลุ่มอาการทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง 2 (SARS-CoV-2) มีระบุโรคครั้งแรกในเดือนธันวาคม 2562 ในนครอู่ฮั่น เมืองเอกของมณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน และได้กระจายไปทั่วโลกนับแต่นั้น ส่งผลให้เกิดการระบาดทั่วของโคโรนาไวรัส พ.ศ. 2562-2563 ยังส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจทั่วทั้งโลก โดยการระบาดของโรคในครั้งนี้ยังมีวัคซีนและการแพร่กระจายไปทั่วโลก ส่งผลต่อการใช้ชีวิตของทุกคนทั้งในประเทศไทย ปลายต่างประเทศ ฟันเฟืองต่างๆในการทำงานของระบบสังคม เศรษฐกิจเกิดปัญหาตามมาอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน มีการปิดประเทศ ล็อกดาว ในพื้นที่ต่างๆทั่วโลกเพื่อสกัดกั้นโรคระบาดที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดความกระทบสะเทือนต่อระบบเศรษฐกิจ ทั้งระดับโลกและระดับภูมิภาค ซึ่งปฏิเสธไม่ได้เลยว่าประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจโลก ไทยมีการพึ่งพิงการส่งออกในปริมาณที่มากเมื่อคิดต่อ GDP ประเทศไทยก็ได้รับผลนี้อย่างมากมายมหาศาลที่เกิดการคาดการณ์ของหน่วยงานทาง

เศรษฐกิจ กิจกรรมค้าขายที่มีทั้ง ขนาดกลางขนาดย่อมสำหรับผู้ประกอบกิจการนั้น การเข้าใจตลาด หรือพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญ

ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป ของผู้บริโภค ในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร เนื่องจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น ส่งผลต่อการใช้ชีวิตแบบปกติของประชาชนในพื้นที่ ที่ผู้วิจัยอาศัยอยู่ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาค้นหาว่าปัจจัยใดบ้างที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป พร้อมรับประทานในเขตทวีวัฒนา เพื่อเป็นออกมาตรการหรือนโยบายเพื่อความช่วยเหลือผู้ค้า ผู้วิจัยอยากเป็นส่วนหนึ่งในการค้นหาคำตอบ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป ของผู้บริโภคในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการ การซื้ออาหารสำเร็จรูป ของผู้บริโภคในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)ผลิตภัณฑ์คือส่วนประกอบแรกและสำคัญที่สุดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์นั้น นักการตลาดควรพิจารณาตั้งแต่ Core benefit ของสินค้าจนกระทั่งถึงระดับ Potential Product ผลิตภัณฑ์สามารถเป็นได้ทั้ง สินค้า หรือบริการ ประสบการณ์ หรือข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับ ซึ่งต้องมีคุณสมบัติหลักที่พอจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้กลยุทธ์สำคัญที่นักการตลาดควรใช้ในด้านผลิตภัณฑ์คือการพยายามสร้างความแตกต่างของสินค้าผ่านแบรนด์ รูปลักษณ์ คุณภาพ คุณค่า ประสิทธิภาพ หรือคุณลักษณะอื่นๆ ทั้งนี้สินค้าที่จับต้องได้จะต้องมีการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามหรือตรงตามความต้องการของผู้บริโภคเพื่อสร้างคุณค่าที่สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค สำหรับความสัมพันธ์ของสินค้าและแบรนด์นั้นจะต้องมีลักษณะที่ส่งเสริมกัน ซึ่งการสร้าง ความแตกต่างของสินค้าเบเกอรี่ผ่านแบรนด์สามารถทำได้จากการออกแบบรูปลักษณ์ต่างๆ และชื่อเสียงของเบเกอรี่ ตลอดจนความน่าเชื่อถือ และความคงที่ของสินค้า ราคา (Price) การตั้งราคาสินค้า เป็นการสร้างราคาที่เหมาะสมถึงคุณค่าที่ลูกค้ามองเห็น ซึ่งคุณค่าที่สะท้อนราคาอาจจะเป็นคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางการจัดจำหน่ายจะมาช่วยสร้างหรือเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หลักการพัฒนากลยุทธ์ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และราคา บริษัทควรที่จะทำให้ลูกค้ารับรู้และนำเสนอสินค้าแก่ลูกค้า ผ่านการสื่อสารทางการตลาดเป็นการส่งเสริมการตลาด

วัฒนธรรมผู้บริโภคสินค้าวัฒนธรรมผู้บริโภค (Consumer culture) Hermans and Kempen (1998) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า วัฒนธรรมที่มองเห็น (Visible Culture) ถูกจัดหมวดหมู่เป็น

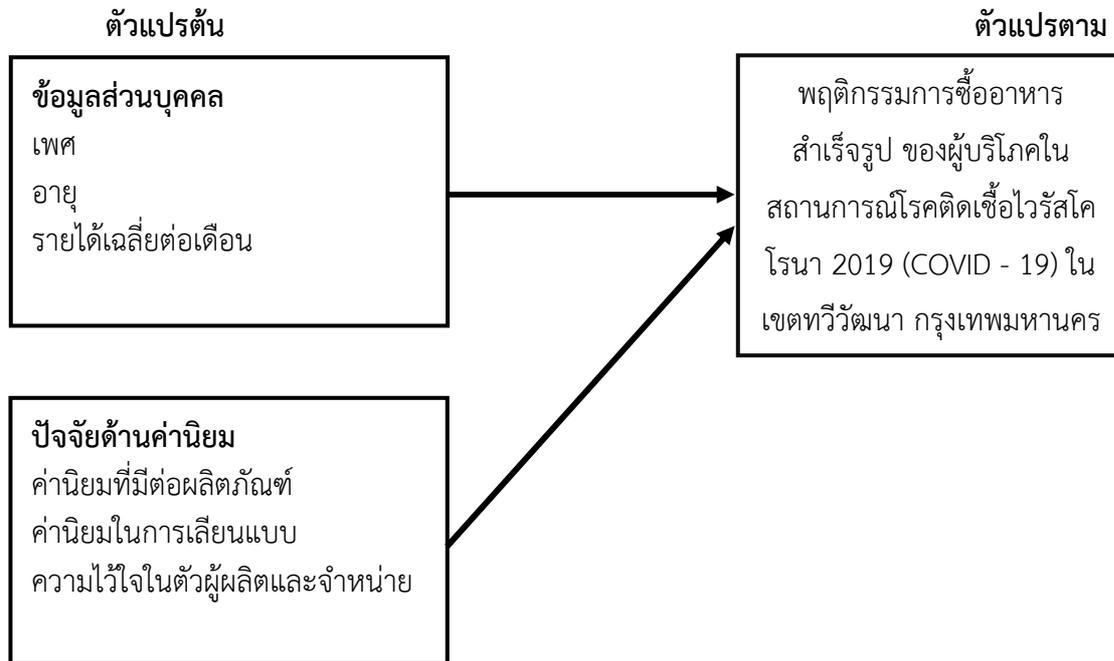
เครื่องมือในการใช้ชีวิต เช่น แฟชั่น สื่อ ศิลปะ เบเกอรี่ เพลง และ แบรินด์ เป็นต้น ส่วนสัญลักษณ์หรือการยอมรับต่างๆ ถูกจัดเป็นวัฒนธรรมที่มองไม่เห็น (Invisible culture) จากหลักการของวัฒนธรรมทั้ง 2 ประเภทนี้ นำมาใช้เป็นวิธีการที่ใช้แยกแยะความแตกต่างของวัฒนธรรมผู้บริโภค (Global consumer culture) ทั้งในเชิงกลไก (Functional) และเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic) สำหรับวัฒนธรรมผู้บริโภคเชิงกลไกมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่มองเห็น ซึ่งอาจอ้างได้ว่าเป็นความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อความต้องการที่ผู้บริโภคได้ประโยชน์ ดังนั้นสิ่งสำคัญของผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรมจึงเกี่ยวข้องกับกระบวนการการบริโภคในเชิงเหตุผลแบบตรรกะ และ/หรือการรับรู้ประโยชน์ของสินค้านั้นๆ ในทางกลับกันในแง่ของวัฒนธรรมผู้บริโภคเชิงสัญลักษณ์จะเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่มองไม่เห็น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นความพึงพอใจของผู้บริโภคในความต้องการเชิงสัญลักษณ์ ดังนั้นผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรมอาจเกี่ยวข้องกับ

กระบวนการการบริโภคที่คล้ายกับสัญลักษณ์ Five Stage Model Kotler & Keller (2012) นักการตลาดได้สร้าง Five Stage Model ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องใช้ก่อนการตัดสินใจซื้อทั้ง 5 ขั้นตอน แต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภคบางรายอาจข้ามบางขั้นตอนในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือ

บริการ ซึ่ง 5 1 Problem Recognition กล่าวคือ ผู้ซื้อเริ่มตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการที่มาจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมากระตุ้น 2 Information Search กล่าวคือ การหาข้อมูลนั้นผู้บริโภคสามารถหาได้จากช่องทางได้หลายแห่ง เช่น สมาชิกในครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน โฆษณา เว็บไซต์ต่างๆ สื่อสาธารณะต่าง หรือแม้แต่การที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ มาก่อน

วิโรจน์ ตระกูลสุขสันต์ (2556) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภค ใน เขตกรุงเทพมหานคร 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านพฤติกรรมกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทำการวิจัยโดยกลุ่มตัวอย่างประชากรทั้งสิ้น 400 ราย ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร เหตุผลในการซื้อประเภทของอาหารที่ ซื้อ ยี่ห้อในการซื้อ สถานที่ในการซื้อ ความถี่ในการซื้อ ปริมาณในการซื้อและช่วงเวลาในการซื้อ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ยกเว้น ด้านราคาที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของคริคซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) เป็นประชาชนที่อาศัยในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้าง และพัฒนาเครื่องมือขึ้น ตามกรอบแนวคิดของการศึกษา มีลำดับขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ และการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาดังต่อไปนี้ ศึกษาทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวข้อง นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยพบว่าเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป ของผู้บริโภคในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานครพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย ส่วนมากอายุอยู่ระหว่าง 30-40 ปีมากที่สุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000-30,000 บาท ปัจจัยค่านิยมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพบว่า มีความแตกต่างความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ เมื่อวิเคราะห์ การตัดสินใจซื้อพบว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ จาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การเลียนแบบ ความไวใจในตัวผู้ผลิตและจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเรียงลำดับตามที่กล่าวมา

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยพบว่าเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป ของผู้บริโภคในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร มีผลไปในทางเดียวกัน วิโรจน์ ตระกูลสุขสันต์ (2556) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภค ใน เขตกรุงเทพมหานคร แต่ใช้การวิเคราะห์และเปรียบเทียบผลของการวิจัยมีความแตกต่างกันในส่วนองงานวิจัยของ วิโรจน์ ตระกูลสุขสันต์ ใช้ส่วนประสมทางการตลาด แต่ผลที่ออกมามีลักษณะคล้ายตามกันว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นเน้นไปที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการซื้อพฤติกรรมการซื้อ

ข้อเสนอแนะ

- 1.ในงานวิจัยพบว่าค่านิยมที่มีต่อผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปในช่วงที่เกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ดังนั้นการจะสามารถปรับตัวได้จากวิกฤติการณ์ในครั้งนี้ต้องสร้างแบรนด์เป็นของตัวเองที่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน
- 2.ในงานวิจัยครั้งนี้ค้นพบว่าค่านิยมในการเลียนแบบ มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคนั้นการทำการตลาดเพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริโภคก็เป็นสิ่งมีความจำเป็น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการเข้าถึงกลยุทธ์ในร้านอาหารหรือกิจการที่สามารถปรับตัวในช่วงของการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) เพื่อนำมาปรับใช้หรือสร้างกลยุทธ์ในการขาย

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร ภูมริน. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร สำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพีในเขตกรุงเทพมหานคร”. รายงานศึกษาค้นคว้า อิศระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2554
- นภาพร ภู่อึ้ง. (2557). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วิจิตรา เป็ ยคง. แผนการตลาดธุรกิจอาหารกล่อง, ปริญญาโท บธ.ม. สาขาการตลาด, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2554
- วิทยาพล ธนวิศาลขจร. (2559). กลยุทธ์การตลาดธุรกิจ อาหารสำเร็จรูป พร้อมรับประทานของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสาร ปารีชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ. 29(1) เมษายน-กันยายน 2559.
- Corlett Jr., D.A. 1989. Refrigerated Foods and Use of Hazard Analysis and Critical Control Point Principles. Food Technol

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

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากร
ในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30
Factors Affecting Motivation for Practitioners of The Civil Servants
at The Revenue Department in Under the Bangkok Area
Revenue Office 30

ชนัดดา แหลมเพชร^{1*}, ฉัตรพล มณีกุล²

Chanadda Laempet^{1*}, Chartpol Maneeekool²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ เบอร์โทร 082-808-9865

¹ Graduate Student in Master of Business Administration, Southeast Asia University., Tel. 082-808-9865

²อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ เบอร์โทร 085-980-2040

²Lecturer, Master of Business Administration Program, Southeast Asia University., Tel 085-980-2040

*e-mail: S6341420005@sau.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และ 2) นำเสนอปัจจัยค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินและค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงินที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 จำนวน 203 คน ตามแนวคิดของ Hair et al., (2006) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA; F-test) และการวิเคราะห์เชิงถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า 1) ภาพรวมของระดับค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.48, 3.69, และ 3.83 ตามลำดับ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .673, .658 และ .630 ตามลำดับ และ 2) ปัจจัยค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ด้านค่ารักษาพยาบาล และเงินบำเหน็จบำนาญ และปัจจัยค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ ความมั่นคงในงาน ความสำเร็จของงาน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน และค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงินสามารถพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 51.60 และ 67.80 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน, ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน, แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, สำนักงานสรรพากร

Abstract

The objectives of this research were to study 1) levels of financial compensation, non-financial compensation, motivation for practitioners 2) to present financial compensation and non-financial compensation affects motivation for practitioners. The research employs quantitative method by using a close-ended questionnaire for survey research. Data were collected from 203 persons who were The Civil Servants at The Revenue Department in Under the Bangkok Area Revenue Office 30, under the concepted of Hair et al., (2006) by stratified random sampling and simple random sampling. The research was conceptualized to analyze the percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA F-test, and multiple regression analysis by using a statistic software

The research finding revealed that 1) overall factors financial compensation, non-financial compensation, motivation for practitioners were at high level with an average value of 3.48, 3.69, and 3.83 respectively, and standard deviation; .673, .658 and .630 respectively 2) overall factors financial compensation; medical expenses, pension rewards, and overall factors non-financial compensation; career advancement, job stability, job success, and interpersonal relationships have an effects on motivation for practitioners at the statistically significant level of .05. by the financial compensation and non-financial compensation can predicts motivation for practitioners were at 51.60 percent and 67.80 percent respectively.

Keywords: Financial Compensation, Non-financial Compensation, Motivation for Practitioners, The Revenue Department

บทนำ

ทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยพื้นฐานในการบริหารงานขององค์กร ซึ่งการบริหารทรัพยากรบุคคลภาครัฐ หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารใช้ศิลปะ และกลยุทธ์ดำเนินการสรรหา คัดเลือก และบรรจุบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้ปฏิบัติงานภายในองค์กร จุดมุ่งหมายที่สำคัญ คือ การทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผล และมีการพัฒนาอยู่เสมอ นอกจากนี้ ส่วนตัวของบุคลากรในองค์กรยังจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้นโยบาย หรือโครงการที่จะนำไปดำเนินการ ประสบผลสำเร็จ หรือไม่ประสบความสำเร็จก็ได้

ปัจจัยดังกล่าวอาจจะเกิดจากปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรบุคคลผู้มีศักยภาพสูง โดยปัญหานี้ในประเด็นนี้เป็นเรื่องของการที่ภาครัฐมีภาพลักษณ์ และค่านิยมขององค์กรเฉพาะ เช่น เรื่องของการมีระเบียบที่เคร่งครัด เครื่องมือในการทำงานไม่ทันสมัย ค่าตอบแทนต่ำกว่าเมื่อเทียบกับภาคเอกชนที่

มีการแข่งขันสูง อย่างไรก็ตามงานของภาครัฐเป็นงานที่มีความสำคัญของประเทศที่ต้องอาศัยเวลาในการดำเนินการ จึงมีข้อจำกัด และอุปสรรคในการแข่งขันกับภาคเอกชนทั้งในด้านเทคโนโลยี หรือค่าตอบแทน (ภักพงษ์ ทวีพัฒน์, 2564) ดังนั้นบุคลากรจึงเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานขององค์กรจะมีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ทั้งนี้บุคลากรต้องได้รับแรงจูงใจอย่างดีให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

บุคคลทุกคนเมื่อตัดสินใจเข้าร่วมงานกับภาครัฐแล้วเลือกมาปฏิบัติงานให้กับองค์กรก็ย่อมต้องการ ค่าตอบแทนในการทำงาน บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถก็มีแนวโน้มว่าจะต้องปฏิบัติงานมาก หรือมีภาระรับผิดชอบมาก และสร้างผลงานในระดับที่มีประสิทธิภาพสูงให้กับองค์กร ฉะนั้นเขาย่อมต้องคาดหวังว่าจะได้รับค่าตอบแทนในระดับที่น่าพอใจ อีกอย่างที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญ คือสวัสดิการที่ได้รับเพิ่มเติมจากเงินเดือน เพราะในขณะเดียวกันมันก็ช่วยลดรายจ่ายในชีวิตประจำวันได้เช่นกัน โดยเฉพาะรายจ่ายสำคัญอย่างค่ารักษาพยาบาลที่เราคาดเดาไม่ได้เลยว่าจะต้องจ่ายเมื่อไร และจะต้องใช้เงินเล็กหรือก้อนโตเพียงใด ซึ่งภาครัฐให้อัตราค่าตอบแทนที่น้อยกว่าก็จริงแต่มีสวัสดิการให้กับข้าราชการที่ดีและคุ้มค่ากว่า (Thai Public Administration Wiki, 2564) ถือว่ามีอิทธิพลต่อการจูงใจให้บุคลากรมีขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงาน การจูงใจนับเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากขวัญและกำลังใจเป็นเรื่องของทัศนคติ และความรู้สึกที่ดีต่อการทำงาน

แรงจูงใจทำให้พฤติกรรมของมนุษย์มีพลัง มีทิศทาง และมีความรู้สึกมุ่งมั่นที่ต้องการจะบรรลุเป้าหมาย “แรงจูงใจ” จึงเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรในองค์กร พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดจากแรงจูงใจที่จะทำให้เกิดความต้องการ และการแสดงออกแต่สิ่งผลักดันเอาความสามารถของมนุษย์ออกมา (กรองกาญจน์ ทองสุข, 2554)

ในช่วงระยะที่ผ่านมาสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 ได้มีการวางแผนอัตรากำลังให้เหมาะสมสอดคล้องกับภารกิจของส่วนราชการ ซึ่งมีความเหมาะสมอยู่ในระดับหนึ่ง โดยมีการพัฒนา ส่งเสริม เพื่อเพิ่มศักยภาพ และประสิทธิภาพให้กับบุคลากรในองค์กรอย่างต่อเนื่อง แต่จากปริมาณงาน และความท้าทายในการจัดเก็บภาษีที่มีผลกระทบจากมาตรการภาษี ทำให้การจัดเก็บภาษียากยิ่งขึ้น บุคลากรมีปริมาณงานที่มากกว่ามาตรฐานงานปกติที่ควรเป็น ซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้บุคลากรที่มีศักยภาพขอโอนไปอยู่หน่วยงานอื่นเป็นจำนวนมาก และเป็นไปอย่างต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพบุคคลที่มีศักยภาพ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน การขาดแคลนอัตรากำลังของหน่วยปฏิบัติงาน จึงถือเป็นปัญหาสำคัญของกรมสรรพากร ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการสูญเสียอัตรากำลังอย่างต่อเนื่อง หัวหน้าหน่วยงานเลยได้เสนอขอทบทวนที่ควรจะเป็น เช่น การสร้างระบบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแก่ท่านผู้บริหาร (ปิ่นสาย สุรัสวดี, 2561)

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวที่ยังคงอยู่จนถึงปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะทำการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากร เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุงรวมถึงการวางแผนและการพัฒนาปัจจัยในด้านค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน (Financial Compensation) ซึ่งประกอบด้วย เงินเดือน เงินประจำตำแหน่ง เงินค่ารักษาพยาบาล เงินค่าสวัสดิการเกี่ยวกับการศึกษาบุตร เงินบำเหน็จบำนาญ และปัจจัยในด้านค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัว

เงิน (Nonfinancial Compensation) ซึ่งประกอบด้วย ความก้าวหน้าในอาชีพ ความมั่นคงในงาน ความสำเร็จในงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นต้น ซึ่งความรู้ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการบุคลากรซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารในการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับข้าราชการและบุคลากรภายในกรมสรรพากรเพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติราชการของข้าราชการต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30
2. เพื่อนำเสนอปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินของข้าราชการสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในตัวแปรต่าง ๆ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน (Financial Compensation) คือ เงิน สวัสดิการและผลประโยชน์อื่น ๆ ที่องค์กรจ่ายให้แก่ผู้ปฏิบัติงานเพื่อตอบแทนการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ จูงใจในการปฏิบัติงาน และเป็นการส่งเสริมขวัญกำลังใจของผู้ปฏิบัติงานให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสร้างความเป็นอยู่และฐานะทางครอบครัวให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ในขณะที่ ปิยนุช รัตนกุล (2559) ได้กล่าวว่า เป็นรูปแบบค่าตอบแทนทางการเงินหรือการบริการที่สามารถจับต้องได้ หรือผลประโยชน์ที่พนักงานได้รับจากความสัมพันธ์ในการจ้างงานหรือรางวัลตอบแทน โดยการแลกเปลี่ยนกับการทำงานซึ่งอาจประกอบด้วย ค่าจ้าง เงินเดือน โบนัสหรือรางวัลเหมาจ่ายรวมถึงประโยชน์อื่น ๆ ค่าตอบแทนจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการดึงดูดคนที่มีความสามารถให้มาทำงานกับองค์กร ตลอดจนธำรงรักษาบุคลากรขององค์กร ให้ทำงานกับองค์กรไปนาน ๆ และช่วยให้บุคลากรในองค์กรมีความตั้งใจและเต็มใจในการปฏิบัติงานได้บรรลุผลสำเร็จตามที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ ซึ่ง Bohlander (2010) ได้แยกประเภทของค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินไว้ โดยอ้างอิงจาก Randhawa (2007) ไว้คือ 1) ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินทางตรง เป็นค่าตอบแทนมาตรฐานซึ่งได้แก่ ค่าจ้าง หรือ เงินเดือน โดยมากจะคิดเป็น รายเดือน รายวัน รายชั่วโมง หรือการจ่ายจูงใจที่ จ่ายให้กับบุคคล หรือจ่ายตามผลการปฏิบัติงานตามบุคคล เช่น ยอดขาย โบนัส และ 2) ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินทางอ้อม หรือ “ผลประโยชน์เกื้อกูล” เช่น ประกันอุบัติเหตุ ประกันสุขภาพ ค่าตอบแทนที่ได้รับในวันที่ ลาหยุดงาน หรือเงินที่ได้รับตอนเกษียณ ทั้งนี้ต้องเป็นสิ่งที่จับต้องได้

2. ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-Financial Compensation) คือ บริการต่าง ๆ สิทธิประโยชน์ หรือสิ่งของที่องค์กรให้ต่อบุคคล เพื่อสร้างความพึงพอใจ หรือเพื่อช่วยให้การปฏิบัติมีความสะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น อาจกล่าวได้ว่า คือ ค่าตอบแทนที่ไม่สามารถแยกออกเป็นตัวเงิน เช่น

ความพึงพอใจด้านสังคม ความสัมพันธ์ในองค์กร ความภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ความภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ เช่น 1) ได้รับการยกย่อง หรือเลื่อนตำแหน่ง คือ การที่พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การรับรางวัล การปรับตำแหน่งงาน 2) การได้รับผิดชอบงานที่ทำ ทาย คือ การได้รับมอบหมายให้ทำงานที่มีความสำคัญ มีความท้าทาย มีการใช้ความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นจากงานเดิมที่รับผิดชอบอยู่ หรือการมอบงานพิเศษให้ปฏิบัติ 3) ความรู้สึกมั่นคง คือ ทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคงในงานที่ปฏิบัติ หรือการจูงใจให้เกิดความเป็นเจ้าของร่วมกัน เช่น กองทุน สวัสดิการ หรือการให้หุ้น 4) โอกาสเรียนรู้และพัฒนา คือ เปิดโอกาสให้บุคคลได้เรียนรู้เพิ่มเติม ฝึกฝนทักษะ ความรู้ให้มากขึ้นกว่าเดิม หรือการให้หน้าที่รับผิดชอบที่มากขึ้นกว่าเดิมเพื่อเพิ่มการเรียนรู้ และพัฒนาทักษะในการทำงานให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น (ณัฐพันธ์ เขจรนนท์, 2545)

3. แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน (Motivation for Practitioners) คือ แรงกระตุ้นที่ตอบสนองแก่บุคคลให้แสดงออกพฤติกรรมตามความต้องการนั้น ๆ กระทำเพื่อให้ได้ผลงานหรือผลการกระทำ บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดในการปฏิบัติงาน ในขณะที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวว่า เป็นการบุคคลได้รับการกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมในการกระทำ กิจกรรมต่าง ๆ อย่างมีพลัง มีคุณค่า มีทิศทางที่ชัดเจน ซึ่งแสดงออกถึงความตั้งใจ เต็มใจความพยายาม หรือพลังภายในตนเอง รวมทั้งการเพิ่มพูนความสามารถที่จะทุ่มเทในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุด ในขณะที่ ประเสริฐ อุไร (2559) ได้กล่าวว่า เป็นแรงขับของแต่ละบุคคลเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรม โดยเฉพาะที่เกิดขึ้นในการทำงานให้สำเร็จโดยได้รับอิทธิพลจากการกระทำของคนอื่นในการทำงาน การกำหนดแนวทางในการบริหาร โดยผู้บริหารจะจูงใจพนักงานทำงานให้องค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ แรงจูงใจแรงกระตุ้นเกิดจากความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นที่องค์กรจัดให้ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมในการทำงานประกอบด้วยปัจจัยแห่งความต้องการพื้นฐานความสำเร็จ ความเจริญเติบโตปัจจัยสุขอนามัย นโยบายการบริหารขององค์กร ค่าจ้างเงินเดือนที่ได้รับ ความสัมพันธ์เพื่อนร่วมงาน สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความมั่นคง เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานเหล่านี้เกิดขึ้น ภายในจิตใต้สำนึกของทุกคน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวความคิดในการ จาก ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการ กรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30” โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนา กรอบแนวความคิดได้ดังแสดงในภาพ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการวิจัยที่มีขอบเขตและรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตประชากร คือ ข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 จำนวนทั้งหมด 239 คน (กรมสรรพากร, 2564)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 จำนวน 203 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของตามแนวคิดของ Hair et al. (2006) โดยได้กำหนดวิธีการการสุ่มตัวอย่างชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 ซึ่งได้มีการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแบบชั้นภูมิได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

สาขา	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1. สรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30	160	136
2. สรรพากรสาขาในพื้นที่บางกอกใหญ่	23	20
3. สรรพากรพื้นที่สาขาบางกอกน้อย	23	20
4. สรรพากรพื้นที่ธนบุรี 1	17	14
5. สรรพากรพื้นที่ธนบุรี 2	16	13
รวม	239	203

เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละฝ่ายแล้วจะดำเนินการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละฝ่าย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง โดยใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทตำแหน่ง และอายุราชการ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Multiple Choice)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงินที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30

โดยตอนที่ 2-4 มีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น มี 5 ระดับ ของ Likert Scale, (1932) สามารถอธิบายได้ดังนี้

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

ผลคะแนนที่ได้จากการสำรวจนั้น จะนำมาทำการวิเคราะห์และแปลผลความหมาย ค่าเฉลี่ยตามระดับความสำคัญ โดยการให้คะแนนแต่ละระดับ มีเกณฑ์ดังต่อไปนี้ Best, (1977)

$$\text{ความห่างของอัตราภาคขึ้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0.80$$

เกณฑ์การวัดผลค่าคะแนนเฉลี่ย

ผลเฉลี่ย	4.21-5.00	ระดับมากที่สุด
ผลเฉลี่ย	3.41-4.20	ระดับมาก
ผลเฉลี่ย	2.61-3.40	ระดับปานกลาง
ผลเฉลี่ย	1.81-2.60	ระดับน้อย
ผลเฉลี่ย	1.00-1.80	ระดับน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน นำมากำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำผลที่ได้จากการศึกษาตามข้อ 1. มาสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น ส่วน ๆ และพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับแนวคิด วัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่สร้างปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขมาตรวจสอบความถูกต้อง
5. เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือน กรกฎาคม 2564–มกราคม 2565 ได้แบบสอบถามจำนวน 203 ฉบับ มีอัตราการตอบกลับอยู่ที่ 100%
6. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้จำนวนการตอบแบบสอบถามครบถ้วนตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้อามาประมวลผล และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและแบบสอบถาม เพื่อหาข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Description Statistic) สำหรับข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์หาค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และสำหรับระดับของปัจจัยค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ปัจจัยค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การทดสอบที (Independent Sample t-test) สำหรับวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งจำแนกเป็น 2 กลุ่ม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทตำแหน่ง และอายุราชการ ซึ่งจำแนกมากกว่า 2 กลุ่มจะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงปริมาณระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษา

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. **ปัจจัยส่วนบุคคล** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 127 คน (ร้อยละ 62.56) อายุ 25-34 ปี จำนวน 97 คน (ร้อยละ 47.78) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 137 คน (ร้อยละ 67.49) รายได้อยู่ระหว่าง 10,000-20,001 บาท จำนวน 96 คน (ร้อยละ 47.29) อยู่ในตำแหน่งปฏิบัติงาน จำนวน 88 คน (ร้อยละ 43.35) อายุงานอยู่ระหว่าง 1-10 ปี จำนวน 121 คน (ร้อยละ 59.60)

2. **ผลการวิเคราะห์คำตอบแทนที่เป็นตัวเงิน** ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคำตอบแทนที่เป็นตัวเงินสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยคำตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคำตอบแทนที่เป็นตัวเงิน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. เงินเดือน	3.30	.787	ปานกลาง
2. เงินประจำตำแหน่ง	3.38	.857	ปานกลาง
3. เงินค่ารักษาพยาบาล	3.62	.764	มาก
4. เงินค่าสวัสดิการเกี่ยวกับการศึกษาบุตร	3.48	.832	มาก
5. เงินบำเหน็จบำนาญ	3.61	.749	มาก
รวม	3.48	.673	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับคำตอบแทนที่เป็นตัวเงินอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ($\bar{X}=3.48$, S.D.=0.673) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปน้อยสามารถกล่าวได้ว่า มากที่สุดในด้านเงินค่ารักษาพยาบาล ($\bar{X}=3.62$, S.D.=.764) รองลงมา คือ ด้านเงินบำเหน็จบำนาญ ($\bar{X}=3.61$, S.D.=.749) รองลงมา คือ ด้านเงินค่าสวัสดิการเกี่ยวกับการศึกษาบุตร ($\bar{X}=3.48$, S.D.=.832) รองลงมา คือ ด้านเงินประจำตำแหน่ง ($\bar{X}=3.38$, S.D.=.857) รองลงมา คือ ด้านเงินเดือน ($\bar{X}=3.30$, S.D.=.787) ตามลำดับ

3. **ผลการวิเคราะห์คำตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน** ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคำตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงินสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ความก้าวหน้าในอาชีพ	3.54	.768	มาก
2. ความมั่นคงในงาน	3.76	.719	มาก
3. ความสำเร็จของงาน	3.82	.756	มาก
4. สภาพแวดล้อมในการทำงาน	3.63	.779	มาก
5. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.72	.746	มาก
รวม	3.69	.658	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงินอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ($\bar{X}=3.69$, S.D.=.658) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปน้อยสามารถกล่าวได้ว่า มากที่สุดในด้าน ความสำเร็จของงาน ($\bar{X}=3.82$, S.D.=.756) รองลงมา คือ ด้านความมั่นคงในงาน ($\bar{X}=3.76$, S.D.=0.719) รองลงมา คือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\bar{X}=3.72$, S.D.=.746) รองลงมา คือ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ($\bar{X}=3.63$, S.D.=0.779) รองลงมา คือ ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ ($\bar{X}=3.54$, S.D.=.768) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ท่านรู้สึกพึงพอใจกับกระบวนการทำงานของท่านที่ดำเนินการอยู่ตอนนี้	3.69	.774	มาก
2. ท่านรู้สึกภูมิใจที่ผลงานของท่านมีส่วนช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	3.86	.745	มาก
3. ท่านรู้สึกพึงพอใจที่ผลงานของท่านได้รับการประเมินอยู่ในระดับดีถึงดีมากกว่ามาตรฐานและได้รับการนำไปเป็นตัวอย่างแก่ผู้ปฏิบัติงานคนอื่น ๆ	3.79	.806	มาก
4. ท่านรู้สึกพึงพอใจกับเครื่องใช้สำนักงานสมัยใหม่ที่มีส่วนช่วยให้งานของท่านออกมาสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง	3.73	.831	มาก
5. ท่านรู้สึกว่าเงินเดือนและสวัสดิการของท่านเป็นแรงจูงใจในการทำงาน	3.86	.879	มาก
6. ท่านต้องการที่จะได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความสามารถของท่าน	4.06	.794	มาก
รวม	3.83	.630	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ (\bar{X} =3.83, S.D.=0.630) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปน้อยสามารถกล่าวได้ว่า มากที่สุดในข้อท่านต้องการที่จะได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความสามารถของท่าน (\bar{X} =4.06, S.D.=.794) รองลงมา คือ ท่านรู้สึกภูมิใจที่ผลงานของท่านมีส่วนช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (\bar{X} =3.86, S.D.=.745) รองลงมา คือ ท่านรู้สึกว่าเงินเดือนและสวัสดิการของท่านเป็นแรงจูงใจในการทำงาน (\bar{X} =3.86, S.D.=.879) รองลงมา คือ ท่านรู้สึกพึงพอใจที่ผลงานของท่านได้รับการประเมินอยู่ในระดับดีถึงดีมากกว่ามาตรฐาน (\bar{X} =3.79, S.D.=.806) รองลงมา คือ ท่านรู้สึกพึงพอใจกับเครื่องใช้สำนักงานสมัยใหม่ที่มีส่วนช่วยให้งานของท่านออกมาสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง (\bar{X} =3.73, S.D.=.831) รองลงมา คือ ท่านรู้สึกพึงพอใจกับกระบวนการทำงานของท่านที่ดำเนินการอยู่ตอนนี้ (\bar{X} =3.69, S.D.=.774) ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 โดยใช้ Enter Method

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta*	T	P
เงินเดือน	0.092	0.063	0.116	1.459	0.146
เงินประจำตำแหน่ง	0.052	0.057	0.071	0.901	0.368
เงินค่ารักษาพยาบาล	0.218	0.066	0.266*	3.274	0.001
เงินค่าสวัสดิการเกี่ยวกับการศึกษาบุตร	0.053	0.057	0.071	0.935	0.351
เงินบำเหน็จบำนาญ	0.254	0.057	0.306*	4.008	0.000
ค่าคงที่ (Constant)	1.478	0.166		8.888	0.000*

Multiple R = 0.719 R Square = 0.516 Adjusted R Square = 0.504 Std. Error = 0.438

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 เมื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ เงินบำเหน็จบำนาญ (Beta = 0.306) เงินค่ารักษาพยาบาล (Beta = 0.266)

ผลวิเคราะห์มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.719 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.516 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.504 และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Std. Error) เท่ากับ 0.438 แสดงว่า ตัวแปรต้นทั้งสองตัว คือ เงินบำเหน็จบำนาญและเงินค่ารักษาพยาบาล สามารถพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 ได้ร้อยละ 51.6

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงินส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมุติฐานปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 โดยใช้ Enter Method

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta*	T	P
ความก้าวหน้าในอาชีพ	0.173	0.056	0.214*	3.085	0.002
ความมั่นคงในงาน	0.196	0.068	0.224*	2.863	0.005
ความสำเร็จของงาน	0.137	0.059	0.165*	2.328	0.021
สภาพแวดล้อมในการทำงาน	0.103	0.055	0.128	1.883	0.061
ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	0.180	0.059	0.212*	3.028	0.003
ค่าคงที่ (Constant)	0.914	0.150		6.101	0.000*

Multiple R = 0.823 R Square = 0.678 Adjusted R Square = .669 Std. Error = 0.353

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 เมื่อทดสอบสมมุติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงินส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ คือ ความมั่นคงในงาน (Beta = 0.224) ความก้าวหน้าในอาชีพ (Beta = 0.214) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Beta = 0.212) และความสำเร็จของงาน (Beta = 0.165)

ผลวิเคราะห์มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.823 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.678 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้ว Adjusted R Square) เท่ากับ 0.669 และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Std. Error) เท่ากับ 0.353 แสดงว่า ตัวแปรต้นทั้งสิ้น คือ ความมั่นคงในงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความก้าวหน้าในอาชีพ และความสำเร็จของงาน สามารถพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 ได้ร้อยละ 67.80

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30” สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงินส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 ได้แก่ ความมั่นคงในงาน ความก้าวหน้าในอาชีพ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความสำเร็จของงาน ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชฎฐา กุสุโมทย์ (2558) ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท สวิสดีช็อป จำกัด กล่าวว่า พนักงานให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยด้านสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล ด้านการยอมรับนับถือ ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการบังคับบัญชา ความก้าวหน้าในอาชีพ ส่งผลต่อแรงจูงใจของพนักงานในบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขากรุงเทพมหานคร 30 ได้แก่ เงินค่ารักษาพยาบาล สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ ศรีไย (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จังหวัดเชียงราย กล่าวว่า ปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานมากที่สุด คือ เงินเดือน และเงินค่ารักษาพยาบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30 ได้แก่ ความสำเร็จของงาน ความมั่นคงในงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความก้าวหน้าในงาน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมวงศ์ สีหาเสนา (2557) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลค่ายเนินวง ตำบลบางกะจะ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี กล่าวว่า ด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความมั่นคง ความก้าวหน้า มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสรรพากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 30” มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1 จากผลการวิจัยด้านเงินค่าบำเหน็จบำนาญ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับเงินค่าบำเหน็จบำนาญ ควรให้ข้าราชการทุกท่านได้ตั้งเป้าหมายหรือเลือกเปอร์เซ็นต์การเก็บออมด้วยตัวเอง เพื่อเป็นการวางแผนเงินบำเหน็จบำนาญให้เพียงพอต่อการดำรงชีพในอนาคต

2. จากผลการวิจัยด้านเงินค่ารักษาพยาบาล ผู้บริหารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับสวัสดิการ เงินค่ารักษาพยาบาลให้ครอบคลุม เพียงพอ และเหมาะสมต่อการดำรงชีพของข้าราชการในสถานะ เศรษฐกิจในปัจจุบัน

3. จากผลการวิจัยด้านความมั่นคงในงาน ผู้บริหารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับนโยบายของ หน่วยงานที่จะทำให้ข้าราชการรู้สึกมั่นคงในงานที่ทำ ไม่โยกย้าย หรือสับเปลี่ยนงานที่ทำบ่อย จนเกินไป

4. จากผลการวิจัยด้านความก้าวหน้าในอาชีพ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ความก้าวหน้าในสายงาน หรือตำแหน่งให้มีความชัดเจน เนื่องจากในปัจจุบันข้าราชการส่วนใหญ่ ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่ต่ำกว่าคุณวุฒิทางการศึกษาที่มี เช่น ข้าราชการเรียนจบในระดับปริญญาโทแต่ ปฏิบัติงานในตำแหน่งสายงานประเภททั่วไป ไม่มีโอกาสที่จะเลื่อนระดับไปยังตำแหน่งสายงาน ประเภทวิชาการได้ ดังนั้นควรพิจารณาในเรื่องของการสร้างความก้าวหน้าในอาชีพ หรือตำแหน่งให้มีความชัดเจนและเหมาะสมกับระดับการศึกษาของข้าราชการ

5. จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานข้าราชการ ผู้บริหารควร ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ให้มีความรักใคร่สามัคคี ปราศจากความขัดแย้ง อาจจะมีการจัดกิจกรรมร่วมกัน เช่น งานกีฬา งานสานสัมพันธ์ระหว่างสำนักงานสรรพากรพื้นที่ สาขาด้วยกัน หรือระหว่างสำนักงานสรรพากรพื้นที่กับสำนักงานสรรพากรสาขา ฯลฯ

6. จากผลการวิจัยด้านความสำเร็จของงาน ผู้บริหารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสำเร็จใน งาน ควรชี้แจงว่าและงานมีความสำคัญต่อหน่วยงานขนาดไหน หากขาดฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหน่วยงานอาจไม่ เดินหน้าต่อไปได้ เพื่อให้ข้าราชการทุกท่านรู้สึกว่าการที่ทำงานที่มีส่วนช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นกรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มประชากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 30 เพื่อให้ได้ทราบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น ๆ ควรมีการสำรวจ ประชากรในสังกัดสำนักงานสรรพากรในภาคส่วนอื่น ๆ ด้วยเพื่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัย

2. นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีอื่นด้วย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงประเด็นและสามารถนำ ผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

3. ควรพิจารณาและศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจเป็นปัญหาที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปัจจัยด้านค่าตอบแทนในหน่วยงานให้สอดคล้องกับความสามารถ ในการปฏิบัติงาน

เอกสารอ้างอิง

กรองกาญ ทองสุข. (2554). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของบุคลากรใน วิทยาลัยการอาชีพร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด. งานค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- จุฑารัตน์ ศรีโย. (2554). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐภา กุสุโมทย์. (2558). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท สวัสดิ์ซ้อป จำกัด**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2545). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ประเสริฐ อุไร. (2559). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัท เอจีซี ออโตโมทีฟ (ประเทศไทย) จำกัด**. งานสารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ), มหาวิทยาลัยเกริก.
- ปฐมวงค์ สีหาเสนา. (2557). **กรณีศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาล ตำบลค่ายเนินวง ตำบลบางกะจะ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี**. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปิ่นสาย สุรัสวดี. (2561). **แบบรายงานทรัพยากรบุคคลประจำปีระดับกรมของส่วนราชการ**. ค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.rd.go.th/fileadmin/download/annual_report/annual_report63.pdf.
- ปิยนุช รัตนกุล. (2559). **กรณีศึกษาความคาดหวังและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยมหิดล**. งานยุทธศาสตร์และพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรบุคคล, กองทรัพยากรบุคคล มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภัคพงศ์ ทวีพัฒน์. (2564). **การบริหารงานบุคคลภาครัฐที่กำลังถูกท้าทายจากการเปลี่ยนแปลง**. ค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2564, จาก https://wiki.ocsc.go.th/_media.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลก ธุรกิจ.
- Best, J. W. (1977). *Research in Education*. (3rd ed). New Jersey: Prentice-hall Inc.
- Bohlander, S. (2010). **Human Resource Management**. (12th ed). Ohio: South-Weston Collage.
- Hair, E., Halle, T., Terry-Humen, E., Lavelle, B., & Calkins, J. (2006). Children's school readiness in the ECLS-K: Predictions to academic, health, and social outcomes in first grade. *Early Childhood Research Quarterly*, 21(4), 431-454.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of psychology*. 22(140), 1-55.
- Randhawa, G. (2007). **Human resource management**. Atlantic Publishers & Dist.
- Thai Public Administration Wiki. (2564). **การบริหารทรัพยากรบุคคลภาครัฐ,สวัสดิการ**. ค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2564, จาก <http://thachangnyk.go.th/UserFiles/File/041158/HUM.pdf>.

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดสมุทรสาคร

Factors in business operations that affect the success of small
and medium enterprises (SMEs) in Samut Sakhon Province

พนิดา กาลจักร^{1*}, ปราณี เรายัง²

Panida Galajak¹, Pranee Raouyang²

¹อาจารย์คณะ สาขาการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

¹Faculty of Accountancy, Bangkokthonburi University Tell. 061-891-4241

²อาจารย์คณะ สาขาการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

² Faculty of Accountancy, Bangkokthonburi University Tell. 061-891-4241

*e-mail: panida7159@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 400 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลของผู้ประกอบการ ในจังหวัดสมุทรสาคร และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test Scheffit's method กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของประชากรกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับ ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวม พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านการจัดการ รองลงมา ด้านการตลาด ด้านการดำเนินและเทคโนโลยี และด้านการเงินตามลำดับ

การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา เงินลงทุนและประเภทของธุรกิจ พบว่า ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดสมุทรสาคร ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ทุกด้าน มีความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ร้อยละ 70.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ, ผู้ประกอบการ

Abstract

A research study on business factors affecting the success of small and medium enterprises (SMEs) to study the opinions of small and medium enterprises (SMEs) about the importance of personal factors. Factors in business operations that affect the success of small and medium enterprises (SMEs) in Samut Sakhon Province which the sample population used in the research study including 400 small and medium-sized enterprises Use the questionnaire as a tool to collect information of entrepreneurs. in Samut Sakhon Province and the statistics used in the data analysis were frequency, percentage, standard deviation, t-test, F-test Schefft's method, the level of statistical significance was set at 0.5 level.

The results showed that

The opinions of the sample population regarding factors in business operations that affect the success of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Samut Sakhon Province found that the aspect with the highest average management, followed by marketing, operation, and technology and financial respectively

Comparison of opinions on business factors Classified by gender, age, education level, domicile, investment, and type of business found that the factors in business operations affecting the success of small and medium enterprises (SMEs) in Samut Sakhon Province Both in overall and in each aspect, every aspect is different. The statistical significance at the 0.05 level was able to jointly explain the variation in business success factors by 70.4%, the statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Business Factors, Entrepreneur

บทนำ

สถานประกอบการขนาดกลางและย่อมมีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ อย่างยิ่ง อีกทั้งมีส่วนช่วยลดความแออัดจากการเติบโต ของสังคมเมืองและขยายความเจริญไปยังส่วนภูมิภาค และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในภูมิภาคให้เกิดประโยชน์ มากยิ่งขึ้น และ SMEs มีบทบาทในสังคม ของธุรกิจในประเทศไทยมาตั้งแต่อดีต และเริ่มรู้จัก SMEs หลังจากที่ประเทศไทย ประสบปัญหาทาง เศรษฐกิจ และประเทศไทยเกิดวิกฤติทางด้านเศรษฐกิจในปี 2540 เป็นต้นมา จึงส่งผลให้สถาน ประกอบการทุกขนาดไม่สามารถที่จะดำเนินการทางธุรกิจต่อไปได้เป็นจำนวนมาก ทำให้ส่วนของ ภาครัฐได้ออกนโยบายและมีมาตรการต่างๆเพื่อกู้สถานการณ์วิกฤติที่เกิดขึ้นนี้ เศรษฐกิจมีหลากหลาย ประเภท มาตรการหนึ่งนั้น ก็คือ การภาครัฐเข้ามาส่งเสริมธุรกิจให้กับธุรกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม ดังนั้น จึงทำให้ SMEs ได้รับความสำคัญและมีฐานะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาด

ย่อมที่ใหญ่ที่สุดของภาคธุรกิจที่จะเข้ามามีบทบาทในการฟื้นฟูเพิ่มศักยภาพและพัฒนาให้เศรษฐกิจของชาติให้แข็งแกร่งขึ้นได้อีกครั้ง (สำนักงานงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,2564)

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะประสบผลความสำเร็จได้นั้นต้องมีด้านการจัดการที่ดีการบริหารงานด้านต่าง ๆ ส่งเสริมทางด้านการตลาด และต้องนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่อเพิ่มศักยภาพ และความสามารถทางการแข่งขัน สร้างความหลากหลายให้กับธุรกิจ และทำให้เกิดผลกำไร แต่ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นมีหลายสาเหตุ เช่น มีข้อจำกัดในด้านเงินทุนทำให้ประสบปัญหาด้านการจัดการโดยเฉพาะเรื่องเงินลงทุน ทางด้านการตลาดก็พบว่า ยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศยิ่งเพราะในปัจจุบันโลกเปลี่ยนไปมาก เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนในทุกภาคส่วน ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวในเรื่องการทำการตลาดให้กับธุรกิจมากขึ้น เรื่องด้านแรงงาน เป็นปัญหาหนึ่งของผู้ประกอบการรายย่อยคือ การเข้าออกของแรงงานมีตัวเลขค่อนข้างสูง เมื่อคนทำงานฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้นก็จะย้ายออกไปทำงานโรงงานที่มีขนาดใหญ่ที่มีระบบ รายได้ สวัสดิการ ที่มากกว่า ทำให้คุณภาพแรงงานไม่สม่ำเสมอ การพัฒนาขาดความต่อเนื่อง ส่งผลไปถึงประสิทธิภาพคุณภาพสินค้าได้ ทางด้านการจัดการ ถือเป็นปัญหาธุรกิจ SME ปัญหาหนึ่งของผู้ประกอบการรายย่อย ส่วนใหญ่มักจะใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้เป็นหลัก ลองผิดลองถูก อาจจะมีคนในครอบครัวเข้ามาช่วยงานได้บางส่วน แต่หากว่า เมื่อถึงเวลาที่กิจการต้องขยายตัว หากไม่มีการปรับปรุงการจัดการให้มีระบบอาจจะเกิดขึ้นได้ (moneywoman by Donley C.,2564)

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยที่เกิดในการดำเนินธุรกิจและเปิดโอกาสในการสร้างหรือเริ่มต้นในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและก้าวหน้าในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปพัฒนาปรับปรุงแก้ไข ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดสมุทรสาคร

การทบทวนวรรณกรรม

การบริหารเชิงสถานการณ์ (Situational Management Theory) หรือทฤษฎีปฏิบัติการณ์ (Contingency Theory) การบริหารในยุคนี้ค่อนข้างเป็นปัจจุบัน ปรัชญาของการบริหารเริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากการมองการบริหารในเชิงปรัชญา ไปสู่การมอง การบริหารในเชิงสภาพข้อเท็จจริง เนื่องจากในปัจจุบันมนุษย์ต้องประสบกับปัญหาอยู่เสมอ เนื่องจากปัจจุบันมนุษย์ต้องประสบกับปัญหาอยู่เสมอ การเลือกทางออกที่จะไปสู่การแก้ปัญหาทางการบริหารถือว่าไม่มีวิธีที่ดีที่สุด There

is one best way สถานการณ์ต่างหากที่จะเป็นตัวกำหนดว่าควรจะใช้การบริการบริหารแบบใด การบริหารในยุคนี้มุ่งเน้น ความสัมพันธ์ระหว่าง องค์การกับสภาพแวดล้อมขององค์การ และเป็นส่วนขยายของทฤษฎีระบบว่า ทุก ๆ ส่วนจะต้องสัมพันธ์กัน สถานการณ์บางครั้งจะต้องใช้การตัดสินใจอย่างเฉียบขาด บางสถานการณ์ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ บางครั้งก็ต้องคำนึงถึง หลักมนุษยและแรงจูงใจ บางครั้งก็ต้องคำนึงถึงเป้าหมายหรือผลผลิตขององค์การเป็นหลัก การบริหารจึงต้องอาศัยสถานการณ์เป็นตัวกำหนดในการตัดสินใจหลักการของการบริหารโดยสถานการณ์ถือว่าการบริหารจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ผู้บริหารจะต้องพยายามวิเคราะห์สถานการณ์ให้ดีที่สุดเป็นการผสมผสานแนวคิดระหว่างระบบปิดและระบบเปิด และยอมรับหลักการของทฤษฎีระหว่างทุกส่วนของระบบจะต้อง สัมพันธ์ และมีผลกระทบซึ่งกันและกันสถานการณ์จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจและรูปแบบการบริหารที่เหมาะสมคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความต้องการของบุคคลในหน่วยงานเป็นหลักมากกว่าที่จะแสวงหาวิธีการอันดีเลิศมาใช้ในการทำงาน โดยใช้ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาในการพิจารณาด้วยเน้นให้ผู้บริหารรู้จักใช้การพิจารณาความแตกต่างที่มีอยู่ในหน่วยงาน เช่น ความแตกต่างระหว่างบุคคล ความแตกต่างระหว่างระเบียบกฎเกณฑ์ วิธีการ กระบวนการ และการควบคุมงาน เป็นต้นความแตกต่างระหว่างความสัมพันธ์ของบุคคลในองค์กรความแตกต่างระหว่างเป้าหมายการดำเนินงานขององค์การ เป็นต้น นักบริหารที่เป็นผู้เสนอแนวความคิดทางการบริหารนี้ คือ Fred E.Fiedler (1967)

ทฤษฎีความสำเร็จ (Achievement Needs (nAch)) เมคเคลแลนด์ (McClelland,1953) มีความเชื่อว่า มนุษย์เรามุ่ง จะกระทำ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ให้สำเร็จลุล่วงไป เมคเคลแลนด์ ได้สร้างแบบทดสอบ เพื่อแยกประเภทของมนุษย์ ออกเป็น พวกที่มีความต้องการความสำเร็จสูงต่ำ เรียกว่า ThematicApprecptionTest (TAT) TAT จะประกอบด้วย ภาพต่าง ๆ ภาพเหล่านี้ จะไม่มีคำบรรยายกำกับไว้ ผู้ทดสอบ จะเป็นผู้บรรยายว่า ภาพเหล่านั้น เกี่ยวกับ สิ่งใด หรือคนในภาพนั้น มีความรู้สึกอย่างไร เช่น ภาพวาดหนึ่ง มีเด็กหนุ่ม กำลังพรวนดินกลางทุ่งนา ที่ปลายนา มีพระอาทิตย์กำลัง จะลับขอบฟ้า แสดงถึง เวลาเย็น ผู้ทดสอบ จะต้องบรรยายว่า เด็กหนุ่มคนนั้น มีความรู้สึกอย่างไร คำบอกเล่า ของผู้ทดสอบ จะได้รับ การตีความจากผู้ตัดสินว่า เขามีแรงจูงใจ ในความสำเร็จสูงหรือต่ำ โดยได้รับ การเปรียบเทียบ คำตอบของผู้ทดสอบต่าง ๆ เช่น ถ้าผู้ทดสอบเล่าว่า หนุ่มผู้นั้น กำลังเสียใจว่า พระอาทิตย์ กำลังตกดิน ซึ่งหมายความว่า เขาไม่สามารถปลูกต้นไม้ ให้เสร็จสิ้นในวันนี้ได้ ในขณะที่เดียวกัน มีผู้ทดสอบอีกผู้หนึ่ง บรรยายว่า หนุ่มคนนั้น ดีใจว่า พระอาทิตย์ตก และเขาจะได้พักผ่อนเสียที จะได้ดื่มเหล้า สรวลเสเฮฮาบ้าง จากข้อมูลดังกล่าว ผู้ทดสอบคนหนึ่ง จะได้รับการตีความว่า เขามีแรงจูงใจ ในความสำเร็จสูง และผู้ทดสอบคนที่สอง จะได้รับการตีความว่า เขามีแรงจูงใจในความสำเร็จต่ำ ลักษณะของบุคคลที่มีแรงจูงใจ ในความสำเร็จสูง

ปัจจัยความสำเร็จของการทำเบนซ์มาร์ก ในปัจจุบันได้มีองค์การหลายแห่งที่พูดถึงและมีการนำเบนซ์มาร์กมาใช้ ซึ่งกระบวนการบางแห่งก็ประสบความสำเร็จ บางแห่งก็ล้มเหลว ทำให้เกิดความสงสัยว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำเบนซ์มาร์กมาใช้ในองค์การ ซึ่ง พลุเตชะรินทร์ (2546) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่สำคัญที่จะส่งผลต่อระดับความสำเร็จของการนำเบนซ์มาร์กมา

ใช้ในองค์การคือ 1.ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ 2.ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ 3.ปัจจัยด้านความพร้อมของระบบสนับสนุน 4.ปัจจัยด้านความแม่นยำของหลักการ

อัศกร ปานเพชร (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 11-15 ปี มีมูลค่า เงินลงทุนไม่เกิน 30 ล้านบาท มีจำนวนพนักงาน 1-50 คน ส่วนมากดำเนินธุรกิจในภาคการค้าปลีกในภาคอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมการทำเหมืองแร่ โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ได้แก่ กลยุทธ์องค์กร โครงสร้างและการแข่งขัน การดำเนินงานหรือปัจจัยทางการผลิต อุปสงค์หรือความต้องการ และรัฐบาล ตามลำดับ

SMEs หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสมุทรสาคร

1. ปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ

ด้านการจัดการ หมายถึง การให้กลุ่มบุคคลในองค์กรเข้ามาทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดการองค์กร การสรรบุคคลากร การนำหรือสั่งการ และการควบคุมองค์กรหรือความพยายามที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน แนวคิดด้านการบริหารจัดการ (Management Concept) ตลอดจนทฤษฎีองค์กร (Organization Theory) นั้น เป็นการนำเสนอกรอบความคิดในการบริหารจัดการการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนได้ผลผลิตที่มีประสิทธิผลไปพร้อมกันด้วย ในยุคปัจจุบันนี้ไม่ว่าจะองค์กรเล็กหรือองค์กรใหญ่ต่างก็ต้องการการจัดการที่ดีทั้งนั้น เพื่อให้องค์กรสามารถก้าวหน้าได้ดีที่สุด

ด้านการตลาด คือกระบวนการของการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังลูกค้า การตลาดอาจถูกตีความว่าเป็นศิลปะแห่งการขายสินค้าในบางครั้ง แต่การขายนั้นเป็นเพียงส่วนเล็ก ๆ ส่วนหนึ่งของการตลาด แนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ได้กล่าวรวมถึง การตลาดความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ การตลาดเชิงธุรกิจหรือการตลาดเชิงอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นองค์กรหรือสถาบัน และการตลาดเชิงสังคมที่มุ่งเน้นประโยชน์ต่อสังคม

ด้านการดำเนินงานและเทคโนโลยี อยู่ในขอบเขตการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและควบคุมกระบวนการผลิตและการออกแบบในการดำเนินธุรกิจในการผลิตสินค้าหรือบริการ มีหน้าที่รับผิดชอบในการสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจจะมีประสิทธิภาพในแง่ของการใช้ทรัพยากรอย่างน้อยเท่าที่จำเป็นและมีประสิทธิภาพในแง่ของการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เกี่ยวข้องกับการจัดการระบบการผลิตทั้งหมดซึ่งเป็นกระบวนการที่แปลงข้อมูล (ในรูปแบบของวัตถุดิบ แรงงาน และพลังงาน) เป็นผลผลิต (ในรูปแบบของสินค้าและ หรือบริการ) เป็นสินทรัพย์หรือส่งมอบผลิตภัณฑ์ หรือบริการ การปฏิบัติการผลิตผลิตภัณฑ์ จัดการคุณภาพและสร้างการบริการ แต่ละสิ่งเหล่านี้ต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและหาทางออกที่ดีขึ้นเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการผลิตหรือการบริการ

ด้านการเงิน เป็นการศึกษาและกำหนดวิธีการที่ บุคคล, หน่วยงานธุรกิจการค้า และองค์กรต่าง ๆ จะจัดหา, แบ่งสรร และใช้ทรัพยากรเงิน โดยมีการคำนึงถึงความเสี่ยงต่าง ๆ อันอาจจะ

เกิดผลกระทบกับโครงการได้ คำว่า การเงิน จะเกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านี้: การศึกษาเกี่ยวกับเงินตราและสินทรัพย์ต่าง ๆ การบริหารจัดการสินทรัพย์หรือการลงทุน

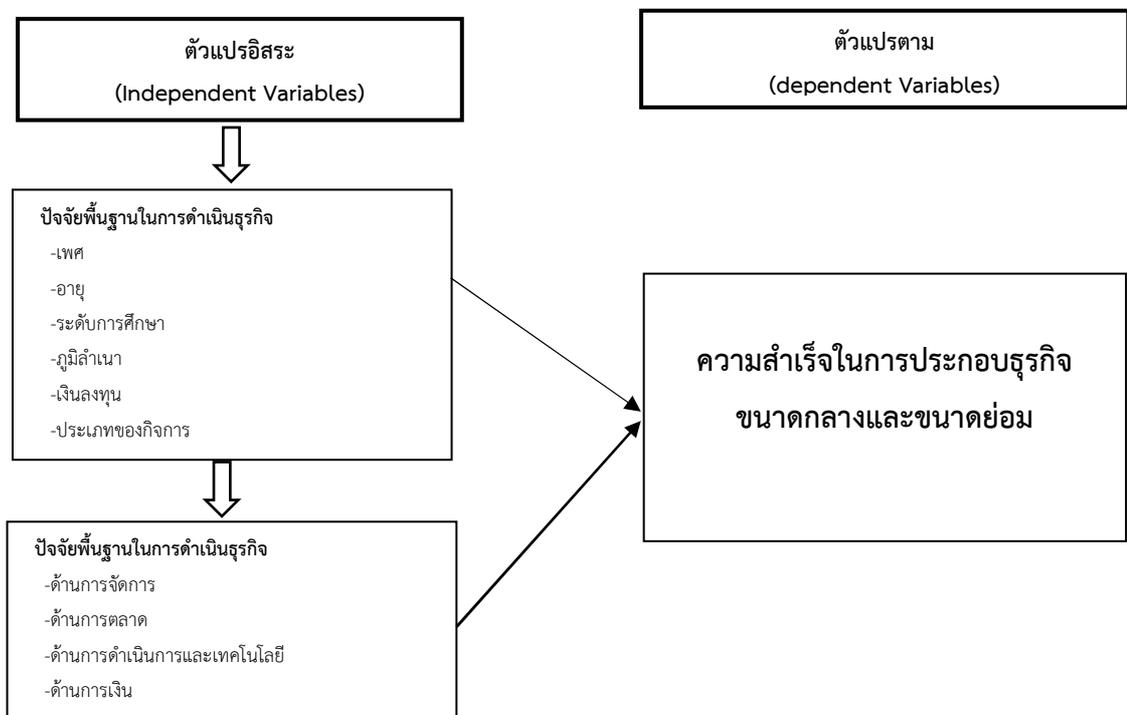
2. ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง องค์ประกอบหรือสิ่งที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิสำเนาเดิมของผู้ประกอบการ ประสบการณ์ทำงานของผู้ประกอบการ อายุของกิจการ จำนวนพนักงานในกิจการ เงินลงทุนของกิจการ ประเภทของธุรกิจของท่าน ลักษณะการดำเนินงาน ท่านเคยประกอบการ ธุรกิจประเภทอื่นก่อนธุรกิจปัจจุบัน และท่านมีประสบการณ์การทำงานจากที่อื่นก่อนเริ่มประกอบ ธุรกิจปัจจุบัน

2.2 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ หมายถึง การประกอบการธุรกิจในด้านการจัดการด้านการตลาด ด้านการดำเนินงานและเทคโนโลยี และด้านการเงิน ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสมุทรสาคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจในแต่ละตัวแปร ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านดำเนินการและเทคโนโลยี ด้านการเงิน นำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยที่ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการภายใต้ขอบเขตในแต่ละด้านดังนี้
การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการของ
ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดสมุทรสาคร อันประกอบด้วย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในเรื่องนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและ
ขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้ประกอบการขนาดกลาง (M) และขนาดย่อม(S) จำนวน
6,205 ราย (ที่มา : สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร,2564) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
วิจัย ได้แก่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 400 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม(SMEs)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถามและทำการ
วิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ค่าเฉลี่ย และเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาด
กลางและขนาดย่อม(SMEs) โดยใช้ t-test , F-test

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 62.25 มี อายุอยู่ในช่วงอายุ 31-40
ปี ร้อยละ 38.25 การศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 46.25 มีภูมิลำเนาเดิม ที่กรุงเทพฯ ร้อยละ
61.50 อายุของสถานประกอบการ มีอายุ 1-5 ปี ร้อยละ 43.50 จำนวนพนักงานของสถาน
ประกอบการ 1-20 คน ร้อยละ 32.75 เงินลงทุนของสถานประกอบการ ต่ำกว่า 1,000,000 บาท
ร้อยละ 48.25 ประเภทกลุ่มธุรกิจ การอุตสาหกรรมการผลิต ร้อยละ 36.75 การดำเนินงานลักษณะ
เจ้าของคนเดียว ร้อยละ 43.25 ไม่เคยประกอบธุรกิจ ร้อยละ 86.25 และไม่มีประสบการณ์ในการทำ
ธุรกิจ ร้อยละ 70.75

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยการดำเนินงานของธุรกิจ	Mean	Std.	แปลผล
ด้านการจัดการ	3.754	0.448	มาก
ด้านการตลาด	3.708	0.492	มาก
ด้านดำเนินงานและเทคโนโลยี	3.678	0.489	มาก
ด้านการเงิน	3.684	0.461	มาก

ผลการศึกษาระดับปัจจัยการดำเนินงานของธุรกิจ โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง (Mean 3.684 -3.754, Std.= 0.448-0.492)

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมีต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดสมุทรสาคร กับคุณลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	ด้านการจัดการ	การตลาด	การดำเนินงาน	ด้านการเงิน
เพศ	-0.132	2.299*	3.917**	3.998**
อายุ	41.737**	53.400**	50.504**	47.404**
ระดับการศึกษา	19.516**	37.294**	35.312**	30.211**
ภูมิลำเนา	0.028	2.401*	3.998**	4.096**
อายุกิจการ	34.470**	57.703**	49.203**	37.870**
จำนวนพนักงาน	33.983**	38.249**	48.059**	50.445**
เงินลงทุน	17.843**	34.621**	25.763**	20.416**
ประเภทธุรกิจ	61.072**	51.336**	59.436**	67.412**
จำแนกตามลักษณะ	29.736**	33.737**	47.118**	51.278**
เคยประกอบธุรกิจ	0.281	3.483**	5.378**	5.711**
ประสบการณ์ก่อนประกอบธุรกิจ	0.318	3.777**	4.651**	4.548**

P<0.05*, P<0.01**

จากตาราง ผลการเปรียบเทียบ ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมีต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดสมุทรสาคร ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อายุกิจการ จำนวนพนักงาน เงินลงทุน ประเภทธุรกิจ จำแนกตามลักษณะ เคยประกอบธุรกิจ ประสบการณ์ก่อนประกอบธุรกิจ พบว่า ทุกปัจจัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมุติฐานพยากรณ์ โดยการทดสอบ Multiple Linear Regression: Enter Method

ตัวแปร พยากรณ์	b	S.E.	B	t	p	Tolerance	VIF
ด้านการจัดการ	.166	0.022	.281	7.535	0.000	.550	1.820
ด้านการตลาด	.139	0.025	.243	5.546	0.000	.400	2.502
ด้านการดำเนินงาน	.159	0.024	.268	6.510	0.000	.451	2.219
ด้านการเงิน	.139	0.018	.245	7.656	0.000	.731	1.368
(Constant)	1.453	0.079		18.458	0.000	-	-

***P < 0.01,0.05

R = 0.841, R² = 0.707, Adj R = 0.704, F = 230.708 sig = 0.000

จากตาราง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการดำเนินงานและเทคโนโลยี และ ด้านการเงิน สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ร้อยละ 70.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการจัดการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอย เท่ากับ .166 หมายความว่า หากมีการจัดการในสถานประกอบการจะสามารถสร้างความสำเร็จของธุรกิจเพิ่มขึ้นได้ 16.6%

ตัวแปรอิสระมีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.400 – 0.731 และ VIF มีค่าระหว่าง 1.368 - 2.502 ซึ่งทั้ง 2 ค่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กันน้อย จึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity โดยค่า Tolerance ต้องมากกว่า 0.01 และ ค่า VIF ต้องน้อยกว่า 10 (Vanichbuncha, 2007)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดสมุทรสาคร ในครั้งนี้ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการดำเนินงานและเทคโนโลยี และ ด้านการเงิน สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ร้อยละ 70.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการจัดการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอย เท่ากับ .166 หมายความว่า หากมีการจัดการในสถานประกอบการจะสามารถสร้างความสำเร็จของธุรกิจเพิ่มขึ้นได้ 16.6% ตัวแปรอิสระมีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.400 – 0.731 และ VIF มีค่าระหว่าง 1.368 -2.502 ซึ่งทั้ง 2 ค่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กันน้อย จึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity โดยค่า Tolerance ต้องมากกว่า 0.01 และ

ค่า VIF ต้องน้อยกว่า 10 (Vanichbuncha, 2007) และซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา ศิริโท (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) ในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตลาด และด้านการเงิน พนักงานที่มีเพศต่างกันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านเทคโนโลยี พบว่า พนักงานที่มีจำนวนเงินทุนต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านการจัดการ พบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้งาน

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ส่วนมากเป็นประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ผู้วิจัยควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในครั้งถัดไป กับ ผู้ประกอบการที่เป็นลักษณะห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือ บริษัทจำกัด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัย ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยใช้การศึกษาจากบทวิจัยในด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มาเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ให้เกิดความครอบคลุมในระดับหนึ่ง ซึ่งหากต้องการผลวิจัยที่ครอบคลุมมากขึ้น การออกแบบสอบถาม ควรมีความละเอียดมากกว่านี้ เพราะการออกแบบสอบถามที่ดีนั้น จะสามารถทำให้ได้รับคำตอบที่ชัดเจนมากขึ้น และควรจะมีการวิจัยด้วยวิธีการอื่น ๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากการทำแบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์ การทำเป็นกลุ่ม และทำวิจัยโดยเพิ่มปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้าไปอีก เช่น ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ อันจะทำให้ผลการวิจัยมีความครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งทุกตัวแปรมีผลต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ (2564) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ 4 ด้าน <https://iok2u.com> สืบค้นเมื่อวันที่ 23 กันยายน 2564

ดลยา ปัญหารธุรกิจ SME และอุปสรรค (2564) <https://www.moneywecan.com/trouble-sme-business/> สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2564

นิตย์ สัมมาพันธ์. (2559). ยุทธศาสตร์การบริหารในโลกธุรกิจสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพฯ : บริษัทเอ็กชเพอร์เน็ท,

พสุ เดชะรินทร์ (2546) ปัจจัยที่สำคัญที่จะส่งผลต่อระดับความสำเร็จของการนำเบนซ์มาร์กมาใช้ในองค์กร การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น

สุกัญญา ศิริโท (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก : SMEs สืบค้นเมื่อวันที่ 23 กันยายน 2564

- วิรัช สงวนวงษ์วาน. (2559). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร. (2564). **จำนวนข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรมจำแนกตามขนาดเงินลงทุนและแรงงาน** <https://samutsakhon.industry.go.th/th/cms-of-138> สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2564
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). **ข้อมูลเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม** <https://www.sme.go.th> สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2564
- อัศกร ปานเพชร (2559) **ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม**
- Foley P and Green H. (1989). **Small Business Success**. London: Paul Chapman Publishing Ltd
- Kotler, Philip (2003). **Marketing Management**. N.I. :1 Prentice Hall.
- McClelland. (1953). Achievement Needs (nAch)

ปัจจัยและกระบวนการในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมแบบลานกางเต็นท์ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตจังหวัดนครปฐม

Factors and buying decision processes of Thai tourists in choosing Camping ground in Nakhonprathom Province

ธัญญมน เพชรคอน

Thanyamon Petchkon

วิทยาลัยอาชีวศึกษาเทศบาลอ้อมน้อย, โทรศัพท์ 091-9321073
Omnoi Municipality Vocational College, Tel 091-9321073
Teacher.aek@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาดในการเลือกที่พักแรมแบบลานกางเต็นท์ 2) เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาดในการเลือกที่พักแรมแบบลานกางเต็นท์ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านการตลาดและปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาดในการเลือกที่พักแรมแบบลานกางเต็นท์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการที่พักแรมแบบลานกางเต็นท์ในเขตจังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่เป็นเพศชายซึ่งมีช่วงอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-25,000 บาท ปัจจัยด้านการตลาดพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งมากที่สุด รองลงมาคือคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาดพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านกลุ่มอ้างอิง มากที่สุด รองลงมาคือด้าน ราคา

คำสำคัญ: ที่พักแรมแบบลานกางเต็นท์, ปัจจัยด้านการตลาด, นักท่องเที่ยว

Abstract

This study aims to study 1) marketing/non-marketing factors and decision-making processes of Thai tourists when choosing Camping ground. 2) demographic characteristics of Thai tourists which have a relationship with marketing/non-marketing factors when choosing Camping ground 3) to study marketing/non-

marketing factors which had an effect (or satisfaction) after the stay in Camping ground. The population of the study was 400 Thai tourists. The accidental sampling tool was a questionnaire. The statistics used include descriptive statistics such as percent average and standard deviation.

The results showed that most of the respondents were male, aged between 31 - 40 years and of single status. They had education levels Bachelor degree, working in business and had a salary range between 10,001 - 25,000 baht. As for marketing factors, most tourists thought Location was the most important factor, followed by Product, Promotion and Place. Regarding non- marketing factor, tourists thought Reference Group was the most important factor. The second in importance were Price.

Keywords: Camping ground; marketing factors; tourists

บทนำ

ในปัจจุบันภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ยังคงเป็นธุรกิจที่นำเงินจำนวนมหาศาลเข้ามาสู่ประเทศ ธุรกิจที่พิกจึงมีบทบาทสำคัญในธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันมีที่พักได้เกิดขึ้นมาอย่างมากมาย มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ทั้งในด้านคุณภาพการบริการ บรรยากาศที่พัก เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่มาพักแรม แต่ด้วยปัญหาด้านการเมืองในประเทศไทย ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพรวมของเศรษฐกิจในประเทศไทยอย่างมากโดยเฉพาะ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย(2562) กล่าวไว้ว่า จากผลกระทบด้านการเมืองได้ส่งผลต่อเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างมาก ภาครัฐได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการออกแคมเปญ ปีท่องเที่ยววิถีไทย เพื่อกระตุ้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้กลับมาคึกคัก ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จากข้อมูลการสำรวจพบว่า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อัตราการเข้าพักสวนทางกับการเพิ่มขึ้นของธุรกิจที่พัก โดยอัตราการเข้าพักในประเทศไทยต่ำกว่า ร้อยละ 50 แต่การเปิดธุรกิจที่พักเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.52 โดยมีอัตราการเข้าพักเพียงร้อยละ 4.83 เท่านั้น

เพราะปัญหาจากการถ่ายงานไปสู่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้กระบวนการนโยบายต่างๆ ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในเรื่องของสถิติต่างๆพอสมควร ทำให้หากความต่อเนื่องเพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายต่างๆ โดยทำให้ที่พักได้มีการเติบโตอย่างสวนทางกับสภาพเศรษฐกิจ โดยในหัวเมืองใหญ่ เช่นกรุงเทพฯ ภูเก็ต และพัทยา มีที่พักเกิดขึ้นอย่างมากมายทำให้เกิดการต่อสู้ แข่งขันอย่างดุเดือด โดยเฉพาะ ที่พักขนาด 3 ดาว ที่มีอัตราการเข้าพักมากที่สุด เพราะใช้เงินลงทุนต่ำ ค่าดูแลรักษาต่ำกว่า โรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป ชัยวัช โขวเจริญ (2560) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจที่พักแรมเป็นไปในทิศทางที่ค่อนข้างดีแต่ไม่เพียงพอเช่นในปีที่ผ่านมา เพราะมีการแข่งขันที่มีความรุนแรงขึ้นจากธุรกิจที่พักแรม ได้นำกลยุทธ์ต่างๆมาใช้ในกิจกรรมที่ช่วยในการส่งเสริมการตลาดมาก

ขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2557 ธุรกิจที่แพคเกจจิ้งจะชะลอตัวลงจากปี พ.ศ. 2556 เนื่องจากเหตุการณ์ต่างๆทั้งด้านการเมือง และเศรษฐกิจ สังคมต่างๆส่งผลให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มประชุม สัมมนา งานแสดงสินค้า ได้ลดลง เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่สร้างรายได้จำนวนมากให้กับธุรกิจที่แพคเกจจิ้ง

การท่องเที่ยวแบบ “กางเต็นท์” แพคเกจจิ้งในบ้านเรามีมานานแล้ว นานพอๆ กับที่มีการท่องเที่ยวแบบชีวิตกลางแจ้งเริ่มเข้ามาเผยแพร่กันทีเดียว แต่เดิมนั้นคนไทยเราทำที่แพคเกจจิ้ง ในระหว่างการเดินทาง เช่น อาจจะทำเป็นเพิงเล็กๆ ตัดกิ่งไม้ ใบไม้มาซ้อนกันเป็นหลังคาพอได้กันน้ำค้าง ในเส้นทางสัญจร เรียก “ทับ” แล้วตามด้วยสถานที่ ให้เป็นที่จดจำ เช่น ถ้ามีต้นไทรใหญ่ก็เรียกทับไทร ตรงที่ที่มีการทำหาวายก็เรียกทับหาวาย และปฏิเสธไม่ได้ว่าเริ่มแรกการท่องเที่ยวแบบนี้ มาจากการเข้าป่าล่าสัตว์ การตั้งแคมป์แพคเกจจิ้งในป่า มีการก่อกองไฟหุงหาอาหารกันในแคมป์ ซึ่งก็ได้รับอิทธิพลมาจากทางตะวันตกนั่นเอง นี่อาจจะจุดเริ่มแรกของการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ในบ้านเรา สถานที่ที่ยอดนิยมในการกางเต็นท์แพคเกจจิ้งต้องเป็นป่าและใกล้ลำธารยิ่งครบองค์ประกอบ การไปกางริมทะเลเพิ่งมีมาในตอนหลัง

ครั้งมีการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติขึ้นในประเทศไทยปี 2505 ที่แรกคืออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ก็เลยมีคนที่มาท่องเที่ยวในอุทยานโดยการ “กางเต็นท์แพคเกจจิ้ง” เต็นท์แพคเกจจิ้งแรกๆ ยังคงมีการทำเลียนแบบเต็นท์ของทหาร คือทำแบบเอาผ้าใบมาประกบกัน มีเสาไม้กลมๆ เล็กๆ มาต่อกันเพื่อค้ำหลังคา ไม่ได้เป็นแบบสำเร็จรูป จะมีแค่หลังคาพับ ผืนเป็นผืนดิน ต้องเอาผ้าใบมาปูนอน เอามาต่อกัน ซึ่งเต็นท์แบบนี้ยังเป็นต้นแบบของเต็นท์แพคเกจจิ้งแบบถาวรของอุทยานแห่งชาติภูกระดึงในยุคแรกๆ หรือเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้าตั้งแต่เปิดภู ทำเป็นเต็นท์ขนาดใหญ่ มีประตูเป็นผ้าใบประกบกันหัว-ท้าย ภายในทำเป็นแคร่นอนยาวซ้าย-ขวา เว้นช่องทางเดินตรงกลาง เหล่านี้คือเต็นท์ที่เป็นต้นแบบมาจากเต็นท์ทหาร

ต่อมา “เต็นท์” แพคเกจจิ้งก็มีการพัฒนา เป็นเต็นท์ซึ่ง สำเร็จรูป ทำจากผ้าใบลอน เบา เป็นทรงมีजूสามเหลี่ยม มีพื้นเป็นผ้าใบเย็บติดกัน เวลาจะกางก็มีเสาอลูมิเนียมต่อกัน ซึ่งเชือกโยงดึงกันจนถึงต่อมาเต็นท์จึงพัฒนามาเป็นเต็นท์โดม แบบใช้เสากราไฟต์ จนมาเป็นเต็นท์แบบสปริงหรือที่เรียกว่าแบบสะบัด จากเต็นท์ทรงเขยๆ มาจนเป็นเต็นท์ที่มีการออกแบบสวยงาม จากราคามีบาท มาเป็นเต็นท์ราคาหลายหมื่นบาทอย่างเช่นในปัจจุบัน และยังมีอุปกรณ์ใช้กับเต็นท์แพคเกจจิ้งอีกหลายอย่างตามมา ผ้าใบทำหลังคา ยางปูนอนถุนนอน

จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในปี พ.ศ. 2563 จังหวัดนครปฐม มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม มีจำนวนกว่า 1,147,247 คน จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ที่มีในจังหวัดนครปฐมที่สำรวจได้มีทั้งสิ้น 11 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้สนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยที่มีไม่ใช่อันด้านการตลาดในการเลือกที่แพคเกจจิ้งในเขตจังหวัดนครปฐม เพื่อค้นหาปัจจัยต่างๆที่จะกระตุ้นให้เกิดการเข้าพัก ว่า มีปัจจัยบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่แพคเกจจิ้งของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่แพคเกจจิ้งแบบลานกางเต็นท์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเผยแพร่เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการวางแผนและพัฒนาส่งเสริมอุตสาหกรรมที่แพคเกจจิ้งแบบลานกางเต็นท์ ในจังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาดในการเลือกที่พักแรมแบบลานกางเต็นท์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาดในการเลือกที่พักแรมแบบลานกางเต็นท์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจในการเลือกที่พักแรมแบบลานกางเต็นท์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตจังหวัดนครปฐม

การดำเนินการวิจัย

วิจัยนี้เป็นเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) ใช้การศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่มาใช้บริการที่พักแรมแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดนครปฐม ได้มาโดยหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ทาโร่ ยามาเน่ ซึ่งใช้ความเชื่อมั่น 95 % ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างของประชากรแบบบังเอิญ ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดนครปฐม 1,147,247 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2563)

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาดในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้นำผลมาสรุปได้ ดังนี้

1. ประชาชนที่มาพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตจังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-25,000 บาท
2. ปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกที่พักแรม พบว่าปัจจัยด้านการตลาด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาคือปัจจัย ด้านราคา ($\bar{X} = 4.15$) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.84$) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ ในทุกด้านอยู่ในระดับ ความสำคัญมาก ซึ่งได้ผลปรากฏดังนี้
 - 2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ความสวยงามของห้องพัก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องพัก สภาพแวดล้อมของที่พักแรม ตามลำดับ ให้ความสำคัญมาก เป็นอันดับแรกคือ รูปแบบการตกแต่งของที่พักแรม รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวก, บริการ WiFi , และห้องอาหาร ตามลำดับ และให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่ บริการด้านสุขภาพ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ บริการซักรีด และห้องประชุม ตามลำดับ

2.2 ด้านราคา ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุดโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้แก่ ราคาที่ต่ำกว่าที่อื่นๆในระดับเดียวกัน รองลงมาคือ การแสดงราคาห้องพักอย่างชัดเจน

2.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ การให้ส่วนลดค่าห้องพัก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การได้ส่วนลดหรือสิทธิพิเศษจากเวปไซต์จองห้องพักออนไลน์ ให้ความสำคัญมาก เป็นอันดับแรกคือ การให้สิทธิพิเศษการเข้าพัก รองลงมาคือ การให้ส่วนลดค่าอาหาร/เครื่องดื่ม/บริการเสริมต่างๆ และให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โบรชัวร์ ฯลฯ ในการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ บริการชักรีด และห้องประชุม ตามลำดับ

2.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ มีข้อมูลสำหรับการจองห้องพักโดยตรงกับโรงแรม ให้ความสำคัญมาก เป็นอันดับแรกคือ มีเวปไซต์ของที่พักแรมที่สามารถจองที่พักออนไลน์ได้ รองลงมาคือ สามารถเดินเข้ามาจองพักได้โดยตรงกับที่พักแรม และให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่ มีการจัดบูชขายห้องพักได้โดยตรงกับโรงแรม เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ มีตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ที่สามารถจองห้องพักได้ และมีตัวแทนจำหน่ายที่เป็นบริษัททัวร์/บริษัทจองห้องพัก(ไม่ใช่ออนไลน์) ตามลำดับ

2.5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เพศชาย ($\bar{X} = 4.41$) ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์สูงกว่าเพศหญิง ($\bar{X} = 4.10$) และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่อเดือน 10,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดตามนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาไม่แตกต่างกันตามนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2.7 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เพศหญิง ($\bar{X} = 4.31$) ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์สูงกว่าผู้ชาย ($\bar{X} = 4.18$) และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่อเดือน 10,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดตามนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.8 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า เพศหญิง ($\bar{X} = 4.38$) ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์สูงกว่าผู้ชาย ($\bar{X} = 4.22$) และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่อเดือน 10,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดตามนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาดในการเลือกพักแรม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านกลุ่มอ้างอิงมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมาคือด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 4.38$) และด้านคมนาคมขนส่ง ($\bar{X} = 4.02$) ตามลำดับ ในทุกด้านอยู่ในระดับ ให้ความสำคัญมาก ซึ่งได้ผลปรากฏดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ คนในครอบครัว หรือญาติของท่านมีส่วนร่วมในการแนะนำ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงานของท่านมีส่วนร่วมในการแนะนำ ให้ความสำคัญมาก เป็นอันดับแรกคือ คู่รัก-สามีภรรยาของท่านมีส่วนร่วมในการแนะนำ แรม รองลงมาคือ เพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์ของท่านมีส่วนร่วมในการแนะนำ ตามลำดับ

3.2 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ที่พักแรมใกล้กับแหล่งเศรษฐกิจ/ตัวเมือง เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ที่พักแรมอยู่ใกล้แม่น้ำ /แหล่งเกษตรกรรม ให้ความสำคัญมาก เป็นอันดับแรกคือ ที่พักแรมอยู่ห่างไกลจากชุมชนหรือนอกเมือง

3.3 ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ที่พักแรมมีรถสาธารณะวิ่งผ่าน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ที่พักแรมมีรถรับส่ง ฟรีจากสถานีขนส่ง

4. ปัจจัยที่ด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการเข้าพักแรมพบว่า ในปัจจัยด้านการตลาด ได้แก่ ด้านราคา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรเข้าพักแรม และในปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาด ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการเข้าพักแรม ตามนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยไปปฏิบัติได้จริง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านทำเลที่ตั้ง ดังนั้นสถานประกอบการให้ความสำคัญในการกำหนดราคาห้องพักไว้อย่างชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวสังเกตเห็นง่าย เพื่อให้สะดวกต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักแรม สถานประกอบการก็ควรให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดของที่พักให้มากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

2. จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง ดังนั้น สถานประกอบการควรส่งเสริมกลยุทธ์ในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ในเรื่องต่างๆ ที่เพิ่มเข้าไปเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกดี และมีการบอกต่อ

3. เนื่องด้วยสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีการกระจายตัวไม่ได้อยู่ใกล้กันนัก สถานที่พักแรมควรมีการจัดส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการมีแผนที่แนะนำเส้นทาง แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว หรือมีการจัดการบริการท่องเที่ยวจากที่พักแรมไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ไปเข้าเย็นกลับ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการขยายขอบเขตของประชากรในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อศึกษาประชากรในกลุ่มที่กว้างขึ้น และสามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์และความแตกต่างได้

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรนำปัจจัยอื่นๆที่คาดว่า น่าจะมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการที่พักแรมสถานทางเต็นท์มาพิจารณาเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2557).คู่มือเที่ยวนครปฐม.นครปฐม.สำนักงานนครปฐมกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีพ.ศ. 2563, สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411 เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2564
- ก่อพงษ์ บุญยกร.(2550).พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (รายงานการวิจัยคณะเศรษฐศาสตร์)เชียงใหม่:มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- คมสัน สุริยะ.(2551)กรองแนวความคิดด้านโลจิสติกส์สำหรับท่องเที่ยว สืบค้นจาก www.tourismlogistics.com
- ชัยวัช โสวเจริญ(2560),ธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, สืบค้นจาก www.lhbank.co.th/content/documents เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2564
- ฉัตรพร เสมอใจและมัทนียา สมมิ(2545) พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ต
- พงศธร พิมล. (2550). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการในห้างสรรพสินค้าเปรียบเทียบกับดิสเค้าน์สโตร์ในกรุงเทพฯ. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,(2562). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2564 <https://www.kasikomresearch.com/th>,
- มัลลิกา บุญนาค. (2548). สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2552). หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า
ประเภทเครื่องครัวในจังหวัดนครปฐม
Marketing mix factors influencing on kitchenware purchase
decision making process in Nakhonpathom Province

ภนต รัตนโนภาส¹, ศิรัญ สายธรรม², อาภรณ์ พันธุ์ทอง³,
ดรุณี หนูนันต์⁴ และณัชชา อธิเกษมสุข⁵

Panod Rattanopas¹, Sithun Saitum² Arporn Phuntong³
Darunee Noonant⁴ and Natcha Itthikasemsuk⁵

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 086-6102216

¹ Bachelor of Business Administration, Program in Management, Faculty of Business Administration,
Bangkokthonburi University, Tel 086-6102216

²⁻⁵หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 086-6102216

²⁻⁵ Doctor of Business Administration, Program in Business Administration, Faculty of Business Administration,
Bangkokthonburi University, Tel 081-4565312

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องครัวของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าเครื่องครัวของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครปฐม 3) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องครัวของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ครั้งนี้ คือ ผู้ซื้อสินค้าเครื่องครัวในเขตจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องครัว ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้า แหล่งข้อมูลช่วงเวลาในการซื้อ วันในการซื้อสถานที่ซื้อ และวัตถุประสงค์ในการซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องครัวในด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค, ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The purposes of this study are 1. To study individual factor influencing on kitchenware purchase decision making process of consumers located in Nakhonpathom Province. 2. To learn marketing mix factors affecting on kitchenware purchase decision making process of consumers located in Nakhonpathom Province and 3. To find out the kitchenware purchase decision making process of consumers located in Nakhonpathom Province The sample of this study is customers who experienced in purchasing kitchenware in Nakhonpathom Province. The method used in this study is sampling for 400 customers. The statistics utilized in preliminary data analysis is descriptive statistics such as percentage, mean and standard deviation. The inferential statistics to evaluate the hypothesis at 0.5 statistical significance level are chi-square analysis and multiple regression analysis.

The study showed that :

From this study, it is found that purchasing behavior of consumers' influences on kitchenware purchase decision making process in terms of average cost of purchase, source of information, time of purchase, day of purchase, purchasing location and purchasing purpose. Service marketing mix factors affect on kitchenware purchase decision making process in terms of need arousal, information search, evaluation of alternatives, purchase decision and postpurchase behavior.

Keyword : consumer behavior, marketing mix

บทนำ

ในยุคปัจจุบันความเป็นอยู่ของประชากรเป็นแบบสังคมเมือง อยู่แบบครอบครัวเดี่ยว ต้องทำงานนอกบ้านและมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป ทำให้การดำเนินชีวิตในแต่ละวันแตกต่างจากเมื่อ 50 ปีก่อน หน้าที่ที่ทุกครอบครัวยังทำอาหารทานเองในครอบครัวในปริมาณมาก ปัจจุบันผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่มักซื้ออาหารทานนอกบ้านซึ่งมีอยู่ทุกถนน ทุกซอย และราคาถูกกว่าที่จะประกอบอาหารทานเองในบ้านและยังประหยัดเวลา เนื่องจากสังคมเมืองผู้คนใช้เวลาบนท้องถนนและใช้ชีวิตนอกบ้านมากกว่าที่จะอยู่ที่บ้าน พร้อมทั้งค่านิยมของวัฒนธรรมตะวันตกที่เข้ามาแพร่หลายโดยนำแนวคิดเกี่ยวกับ อาหาร ความคิด ความเป็นอยู่ รวมทั้งครอบครัวเป็นครอบครัวเดี่ยว ผู้คนพักอาศัยอยู่ตาม คอนโด บ้านจัดสรร อพาร์ทเมนต์และพื้นที่ในการใช้สอยจำกัดทำให้ต้องแบ่งพื้นที่ในการทำครัวหรือประกอบอาหารเล็กลง

ดังนั้นเครื่องครัวและอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ในห้องครัวก็ควรออกแบบให้สอดคล้องกับพื้นที่ใช้สอยในครัวเรือน และมีการออกแบบให้สะดวกและประหยัดเวลา มีรูปแบบที่ทันสมัย ทั้งยังมีสินค้า

เครื่องครัวที่นำเข้ามาจากต่างประเทศที่ประดิษฐ์คิดค้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนที่มีความเป็นอยู่ในสังคมเมืองก่อนที่จะพัฒนามาเป็นเครื่องครัวที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้ในปัจจุบันซึ่งในอดีตได้มีการพัฒนามามากมายและยาวนาน โดยเราจะเห็นได้จากซากที่ขุดพบของมนุษย์หลังยุคหิน ยุคสำริดก็เป็นเครื่องปั้นเครื่องดินเผา ที่เกิดจากการเอาดินมาปั้นและนำไปผ่านความร้อนเพื่อเกิดความคงทนในช่วงต่อมาการพัฒนาของเครื่องปั้นดินเผาทำให้เกิดภาชนะในรูปแบบการทนไฟในรูปแบบต่างๆกันในเอเชียได้มีการเคลือบยางไม้ และพัฒนาการเคลือบและขัดเงาทำให้เกิดเครื่องปั้นดินเผาที่เรียกว่าเซรามิก ที่กันน้ำขึ้น ในเอเชียจะนำภาชนะเหล่านี้แขวนไว้เหนือเตาไฟหรือวางภาชนะสามขาเหนือกองไฟ ภาชนะเหล่านี้ในช่วงแรกมีการนำความร้อนต่ำมากปกติจะใช้ในการปรุงอาหารโดยให้ความร้อนต่ำๆเป็นเวลายาวนาน ภาชนะเซรามิกเหล่านี้ภายหลังที่มีการพัฒนาเครื่องครัวที่ใช้โลหะเป็นวัสดุอย่างเช่น เครื่องครัวสแตนเลส อลูมิเนียม เหล็ก ทองแดง เป็นต้น ทำให้มีการพัฒนาเครื่องครัวที่ทำด้วยโลหะขึ้น

(ภาสกร สุวรรณนิมิต, 2553)

ธุรกิจเครื่องครัวในปัจจุบันมีสถานการณ์แข่งขันที่สูงมากขึ้น เนื่องจากทุกธุรกิจนั้นย่อมต้องการที่จะให้ธุรกิจของตนประสบความสำเร็จและอยู่รอด จึงให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในด้านการให้บริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการขยายตัวของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจต้องมุ่งเน้นที่จะพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ยังต้องใช้ความพยายามในการที่จะรักษาความสามารถในการแข่งขันของตนเองให้อยู่ในระดับที่เหนือกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ ตลอดจนต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคที่ใช้บริการ อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าต่อไป (เมธาวิ ดันเรืองเวชจรูญ, 2560)

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดที่มีชนชั้นอาชีพหลากหลายอาชีพ การเลือกซื้อ เลือกบริโภคสินค้ามีความแตกต่างกันตามอัตราค่าจ้าง เงินเดือน รสนิยมของแต่ละกลุ่มอาชีพ ตลอดจนภาวะสังคมในปัจจุบันต้องทำงานแข่งกับเวลา การอำนวยความสะดวกให้กับตนเองและครอบครัวด้วยการจัดหาจัดซื้อเครื่องครัว อุปกรณ์ในครัวเรือนที่มีราคาถูก สามารถทำให้เกิดการประหยัด อดออมเงินของครอบครัวได้มากขึ้นด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัวในจังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องครัวของผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าเครื่องครัวของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องครัวของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม

การดำเนินการวิจัย

วิจัยนี้เป็นเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) ใช้การศึกษาวินิจฉัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่พำนักอาศัยอยู่ในจังหวัดนครปฐม ได้มาโดยหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ทาโร่ ยามาเน่ ซึ่งใช้ความเชื่อมั่น 95 % ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างของประชากรแบบบังเอิญ ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากการสำรวจประชากรทั้งหมดใน จังหวัดนครปฐมจำนวน 631,525 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง พ.ศ. 2564)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาด้านคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม และผลสรุปตามวัตถุประสงค์มีดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเครื่องครัวในเขตจังหวัดนครปฐม จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องครัวภายในเขตจังหวัดนครปฐม จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อ เดือน 10,000 – 30,000 บาท

2. พฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องครัวในเขตจังหวัดนครปฐมของผู้บริโภคจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายเฉลี่ย 1,001 – 2,000 บาท สอบถามจากคนรู้จักก่อนซื้อสินค้า ซึ่งมักจะซื้อสินค้าในช่วงเวลา 9.00 – 12.00 น. ในวันเสาร์ – อาทิตย์ โดยทาการซื้อสินค้าเครื่องครัวที่ ร้านค้าปลีก – ส่ง และมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อนำไปใช้เอง

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเครื่องครัวในเขตจังหวัดนครปฐมโดยรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยกับการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อยแล้วพบว่า

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาสรุปว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากต่อการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านวัสดุของเครื่องครัวต้องง่ายต่อการทำความสะอาดหลังใช้งาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ตามด้วย ด้านรูปร่าง ขนาด สี สันความสวยงามของสินค้า ด้านความเชื่อมั่นในคุณภาพความปลอดภัยของตราสินค้า และด้านผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

3.2 ด้านราคา

จากการศึกษาสรุปว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากต่อการใช้ปัจจัยด้านราคา โดยที่ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น ราคามีความแน่นอนเป็นมาตรฐาน การติดป้ายแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจน และราคาซื้อหลาย ๆ ชิ้นถูกกว่าราคาซื้อชิ้นเดียว

3.3 ด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย

จากการศึกษาสรุปว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากต่อการใช้ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางจัดจำหน่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกเช่น รถเข็นหรือตะกร้า ด้าน

รูปแบบการแต่งร้านมีความทันสมัย ด้านสถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และเพียงพอ รวมถึงการมีสาขาจำหน่ายสินค้าหลายแห่ง

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาสรุปว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากต่อการใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการต่อรองราคา และการลดราคาสินค้า การโฆษณาผ่านวิทยุ โทรทัศน์ ด้านการโฆษณาผ่านแผ่นป้ายโฆษณา ใบปลิว

4. พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องครัวภายในเขตจังหวัดนครปฐม

4.1 ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ

จากการศึกษาสรุปว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากในเรื่องการซื้อเครื่องครัวเพื่อทดแทนเครื่องครัวเก่าที่ชำรุด ต้องการเครื่องครัวที่ปลอดภัยต่อสุขภาพของท่าน เพื่อนำไปใช้ภายในครอบครัวและเพื่อนำไปใช้ภายในธุรกิจของท่าน

4.2 ด้านการค้นหาข้อมูล

จากการศึกษาสรุปว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากต่อการสอบถามความคิดเห็นจากญาติ พี่น้อง พ่อแม่ เพื่อน ผู้มีประสบการณ์การใช้ก่อน รวมถึงศึกษาจากวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต และการใช้ข้อมูลที่ได้จากความรู้และประสบการณ์เดิมในการใช้ในการตัดสินใจ

4.3 ด้านการประเมินผลทางเลือก

จากการศึกษาสรุปว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากต่อการใช้จ่ายต่อไปในการประเมินเพื่อการตัดสินใจซื้อได้แก่ ยี่ห้อที่การันตีคุณภาพ หรือมีเครื่องหมายรับประกันคุณภาพ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ การเปรียบเทียบราคากับร้านค้าอื่น และการเปรียบเทียบราคากับห้างสรรพสินค้า

4.4 ด้านการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาสรุปว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากต่อทางเลือกที่ว่า การรับประกัน เช่นการรับประกันเปลี่ยนสินค้าเมื่อสินค้าชำรุดจากร้านค้า การรับประกันเปลี่ยนสินค้าเมื่อท่านไม่พอใจในตัวสินค้า มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อเครื่องครัว ความคิดเห็นจากพ่อแม่ ญาติ พี่น้อง เพื่อน พนักงานขายมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อเครื่องครัว ด้านผู้มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องครัวมีส่วนร่วมช่วยในการตัดสินใจซื้อเครื่องครัว

4.5 ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

จากการศึกษาสรุปว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมากต่อการใช้จ่ายด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ เมื่อมีร้านเครื่องครัวเกิดขึ้นจะมีความสนใจจะเข้าไปใช้บริการ มีการแนะนำให้เพื่อน และญาติมาซื้อเครื่องครัวจากร้านเดียวกับที่ซื้อ ส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องครัวจากร้านค้าเดิม รวมถึงมีความสนใจซื้อเครื่องครัวใหม่เมื่อได้รับคำแนะนำจากร้านค้าเดิมจากการศึกษาพิจารณาจากยอดการซื้อต่อครั้งพบว่า สินค้าด้านเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เป็นสินค้าที่มีการซื้อมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยปัญหาหลักที่ผู้ซื้อสินค้าผ่านออนไลน์พบ คือในด้าน ไม่มีศูนย์กลางการรับสินค้าที่ใกล้บ้าน ถึงร้อยละ 50 ช่อง

ทางการชำระเงินโดยส่วนใหญ่โดยการโอนเงินผ่านบัญชีผู้ชาย และให้จัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์ ซึ่งล่าช้าต่อการรับสินค้า เป็นต้น

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องครัวในเขตจังหวัดนครปฐม โดยมีดังนี้

5.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาที่สรุปว่า ด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ด้านการตัดสินใจซื้อส่งผลต่อการซื้อ ผู้บริโภคเมื่อจะซื้อสินค้า โดยคำนึงถึงประโยชน์การใช้งานสินค้า เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อที่ตอบสนองได้ตรงกับประโยชน์การใช้งาน หลังจากที่ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการแล้ว ผู้บริโภคนำผลิตภัณฑ์มาเปรียบเทียบกันก่อนการตัดสินใจซื้อในมุมมองต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น รูปลักษณ์ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ ความสะดวกสบายในการใช้งาน ความคงทนของผลิตภัณฑ์ เพื่อนำความต้องการในด้านต่างๆมาเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อสินค้า

5.2 ด้านราคา

ผลการศึกษาที่สรุปว่า ด้านราคาส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการรับรู้ความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ด้านการรับรู้ความต้องการ ราคาจะมีส่วนกระตุ้นในการรับรู้ความต้องการได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การจัดกิจกรรมลดราคาสินค้า เมื่อผู้บริโภคได้รับรู้ถึงราคาที่มีการลดลง ทำให้เกิดการกระตุ้นความต้องการในการซื้อสินค้าให้สูงมากขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้าเพราะคาดการณ์ว่าจะมีโอกาสได้ใช้ในอนาคต จึงตัดสินใจซื้อล่วงหน้าเมื่อรับรู้ถึงราคาที่ต่ำลง ด้านการค้นหาข้อมูล บางครั้งผู้บริโภคเริ่มต้นการค้นหาข้อมูลจากการกำหนดกำลังซื้อของตนเอง ว่ามีความเหมาะสมกับราคาสินค้าที่เท่าใด และนาราคาที่ตนคาดการณ์จะซื้อมาเป็นตัวกำหนดในการหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก หลังจากที่ได้ค้นหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคจะนำราคาของผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน มาประเมินผลและนำไปสู่กระบวนการต่อไป ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะนำราคาสินค้าที่ได้ประเมินผลทั้งหมดมาเปรียบเทียบกัน และเลือกสินค้าที่มีราคาตรงกับความต้องการของตนเอง ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ หลังจากที่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์ไป ผู้บริโภคจะคาดหวังกับราคาสินค้าที่ซื้อไป เพื่อต้องการให้เกิดบริการหลังการขายที่เหมาะสมกับราคาสินค้าที่ผู้บริโภคได้ซื้อ

5.3 ด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาที่สรุปว่า ด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านการรับรู้ความต้องการ ด้านการตัดสินใจซื้อ โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ด้านการรับรู้ความต้องการ เกิดจากในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคจะมีการเดินทางและมีโอกาสพบเห็นร้านค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ สิ่งที่เราพบเห็นบ่อยครั้ง จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้อสินค้าขึ้น ด้านการตัดสินใจซื้อ สถานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเพราะ เมื่อผู้บริโภคเริ่มจะตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่จะเลือกสถานที่ที่เดินทางสะดวกสบายต่อการไปซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น อยู่ใกล้ที่อยู่อาศัย มีการเดินทาง

สะดวก หรือมีรถโดยสารประจำทางผ่านอยู่เป็นประจำบางครั้งก่อนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะคำนึงถึง ปัญหาหรือความเสี่ยงต่างๆที่เกิดจากหลังการซื้อสินค้าไป ผู้บริโภคจึงเลือกสถานที่ที่ง่ายต่อการแก้ไขปัญหา เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการเดินทางและประหยัดเวลา

5.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาที่สรุปว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ด้านการค้นหาข้อมูล ผู้บริโภคจะเริ่มค้นหาข้อมูลจาก กิจกรรมส่งเสริมการตลาด ที่มีส่วนลดหรือบริการพิเศษ ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ตนต้องการซื้อ โดยเริ่มทำการค้นหากิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ที่ผลิตภัณฑ์แต่ละตัวได้เสนอมา ด้านการประเมินผลทางเลือกผู้บริโภคจะนำกิจกรรมส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่สนใจ มาประเมินและเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียตามกฎเกณฑ์ที่ตนได้กำหนดไว้ ด้านการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะนำสิ่งที่ตนได้ประเมิน มาสู่ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ โดยนำปัจจัยหรือสถานการณ์ต่างๆของกิจกรรมส่งเสริมการขาย มาช่วยในการตัดสินใจ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ผู้บริโภคส่วนมากต้องการบริการหลังการซื้อต่างๆ ที่ธุรกิจได้จัดทำส่งเสริมการขายขึ้น เช่น การรับประกันสินค้า การบริการหลังการขายที่ธุรกิจจัดทำขึ้นในแต่ละกรณี

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยไปปฏิบัติได้จริง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรศึกษาถึงผู้ซื้อในพื้นที่อื่นๆ เพื่อหาความแตกต่าง ซึ่งอาจเป็นความแตกต่างในด้านปัจจัยพฤติกรรมหรือปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง
2. ควรที่จะมีการศึกษาเปรียบเทียบกับแหล่งซื้อสินค้าเครื่องครัวอื่นๆ ที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกัน เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าแตกต่างกันหรือไม่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมือง และปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อนำข้อมูลมาปรับกลยุทธ์ตามความต้องการของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

ฉัตรพร เสมอใจและมัทนียา สมมิ(2545) พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ท พงศธร พิมพ์. (2550). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการในห้างสรรพสินค้าเปรียบเทียบกับดิสเค้านส์โตร์ในกรุงเทพฯ. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- พูนศิริ วัจนภูมิ. (2554). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
- มัลลิกา บุญนาค. (2548). **สถิติเพื่อการตัดสินใจ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2552). **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค**. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ภาสกร สุวรรณนิมิต. (2553). **ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อ**. ภาคนิพนธ์หลักสูตรเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. (2552). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2536). **กลยุทธ์การตลาด และการประยุกต์ใช้ในทางธุรกิจในแต่ละกรณีตัวอย่าง**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- สุภตรา พิมพ์ศักดิ์ ฐิตินันท์ วารวินิช และดวงตา สราญรมย์. (2554). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออะไหล่เก่ากรณีศึกษา บริษัท อชิรยนต์ จำกัด**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- เสรี วงศ์มณฑา. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ และไซเท็กซ์.

ปัญหาการนำวิธีการระงับข้อพิพาททางเลือกมาใช้กับข้อพิพาททางแพ่ง คดีผู้บริโภค ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค

Problem in Applying Alternative Dispute Resolution Methods to Civil Disputes and Consumer Cases Between Entrepreneurs and Consumers

ดำรงเดช ฉัตรมณีเวช¹

Dumrongdetch Chatmaneevech¹

¹สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 091-7896932

¹Laws Program Faculty of Law, Bangkokthonburi University, 091-7896932

¹d.chatmaneevej@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความเป็นมา แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการระงับข้อพิพาททางเลือกทางแพ่ง ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค 2) เพื่อศึกษารูปแบบวิธีการในการระงับข้อพิพาทเกี่ยวกับข้อพิพาททั่วไปและข้อพิพาททางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคในประเทศไทยและต่างประเทศ 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบและวิธีการเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาททางเลือกของกฎหมายไทยตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ระเบียบที่เกี่ยวข้อกับการไกล่เกลี่ยในชั้นศาล และกฎหมายในต่างประเทศ และ 4) เพื่อศึกษาแนวทางการนำวิธีการระงับข้อพิพาทด้านธุรกิจ ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคจากต่างประเทศที่เหมาะสมมาปรับใช้ในประเทศไทย

วิธีการวิจัยเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี จากหนังสือ วารสาร บทความ รวมทั้งเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับหลักกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ระเบียบที่เกี่ยวข้อกับการไกล่เกลี่ยในชั้นศาล และศึกษาเปรียบเทียบถึงรูปแบบวิธีการในการระงับข้อพิพาทด้วยการไกล่เกลี่ยของต่างประเทศ

ผลการวิจัยพบว่า กฎหมายและข้อกำหนดในคดีระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค ของประเทศไทยยังคงมีปัญหา ทั้งปัญหาทางข้อกฎหมาย และปัญหาทางวิธีปฏิบัติ ส่งผลกระทบให้การบังคับใช้กฎหมายไม่ถูกต้องตรงตามเจตนารมณ์ของกฎหมายที่ได้บัญญัติไว้ว่า เพื่อให้ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายได้รับการแก้ไข เยียวยาด้วยความรวดเร็ว ประหยัด และมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ควรมีมาตรการทั้งทางกฎหมายและในทางปฏิบัติเพิ่มเติม โดยนำการระงับข้อพิพาททางเลือกมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการทางคดี และเพื่อให้กระบวนการการดำเนินคดีผู้บริโภครวดเร็วและรัดกุมยิ่งขึ้น และลดปัญหาการนำคดีเข้าสู่ระบบให้น้อยลง และควรมีการจัดตั้งสถาบันอนุญาโตตุลาการสำหรับคดีแพ่งขึ้น เพื่อเป็นระบบกลางที่มีความน่าเชื่อถือสำหรับการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท ซึ่งในกรณีของคดีที่เกิดขึ้นระหว่าง

ผู้ประกอบการและผู้บริโภคก็นับเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องมีข้อบังคับและขั้นตอนการดำเนินงานอยู่ในสถาบันอนุญาโตตุลาการสำหรับคดีแพ่งนี้ด้วย

คำสำคัญ: การระงับข้อพิพาททางเลือก ข้อพิพาททางแพ่ง คดีผู้บริโภค

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the background, concepts and theories about civil alternative dispute resolution. between entrepreneurs and consumers 2) to study the patterns and methods of dispute resolution regarding general disputes and business disputes between entrepreneurs and consumers in Thailand and abroad 3) To study and compare the forms and methods of alternative dispute resolution of Thai law under the Civil Procedure Code. Civil and Commercial Code Rules related to mediation in court and foreign laws and 4) to study the guidelines for the implementation of business dispute resolution methods. between entrepreneurs and consumers from abroad suitable to adapt to Thailand.

Research methodology is a qualitative study using documentary research by studying and analyzing concepts and theories from books, journals, articles, including documents and information related to both Thai and foreign languages. and to be analyzed and compared with civil law principles Civil and Commercial Code Rules related to mediation in court and a comparative study of the methods of dispute resolution with foreign mediation.

The results showed that Laws and stipulations in litigation between operators and consumers Thailand still has problems. both legal problems and practical problems Affects the enforcement of the law is not in accordance with the intent of the law that has been stated. so that the damaged consumer can be corrected. Heal quickly, economically and effectively. There should be additional legal and practical measures. by using alternative dispute resolution as a guideline for litigation and to make the consumer litigation process faster and more succinct and reduce the problem of bringing cases into the system. And an arbitration institution for civil cases should be established to be a reliable central system for mediating disputes in the case of a lawsuit between an entrepreneur and a consumer. it is part of the rules and procedures that should be included in the arbitration institution for this civil case.

Keywords: Alternative Dispute Resolution, Civil disputes, consumer lawsuits

บทนำ

1. ความเป็นมา ข้อเท็จจริง สภาพและความสำคัญของปัญหา

ในการประกอบธุรกิจพาณิชย์ด้านการค้าไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ หรือจับต้องไม่ได้ บริษัท องค์กรหรือหน่วยงาน ย่อมไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้เลยสำหรับการผลิตสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานตามประสิทธิภาพดังที่ได้ทำการโฆษณาไว้ ทุกองค์กรจึงควรมีมาตรการสำหรับการผลิตสินค้าให้เป็นไปตามที่กล่าวอ้างไว้ในคำบอกตามโฆษณา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาซื้อใหม่ในอนาคต ในกลับกัน ถ้าบริษัทหรือองค์กรไม่สามารถผลิตสินค้าได้อย่างที่บอกไว้แล้วย่อมทำให้เกิดการฟ้องร้องขึ้นมาได้เพื่อเรียกร้องให้บริษัทหรือหน่วยงานผู้ผลิตสินค้าได้ทำการชดเชย ช่อมแซมหรือเป็นการเรียกค่าเสียหายที่เกิดขึ้นหลังจากการซื้อสินค้านั้นไป เมื่อเกิดข้อพิพาทระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการขึ้นกับผู้บริโภคแล้ว สิ่งที่สามารถจะทำให้เกิดการระงับข้อพิพาทหรือทำให้ข้อพิพาทได้ระงับไปนั้นมีหลากหลายวิธีด้วยกัน ซึ่งวิธีการที่เป็นทางออกที่ดีที่สุดคือการเรียกร้องหรือฟ้องร้องผ่านพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อเป็นการบังคับคดีเข้าสู่ศาลสำหรับการหาข้อยุติด้วยการวินิจฉัยว่าฝ่ายใดเป็นฝ่ายผิด สำหรับการทำขั้นตอนเช่นนี้จะเป็วิธีการที่ได้ผลชัดเจนอย่างที่สุด แน่นอน และนำข้อพิพาทที่ได้เกิดขึ้นนั้นจะถูกระงับไปจากคำพิพากษาของศาล

สำหรับการเกิดข้อพิพาทและมีการเรียกร้องในชั้นศาลนั้น จะมีขั้นตอนที่ค่อนข้างมาก ซับซ้อน ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการที่นาน และมีค่าใช้จ่ายที่สูง สามารถเห็นได้ชัดเลยคือ 1 ปัญหาของกระบวนการความล่าช้าในการวินิจฉัยชี้ขาด 2 ปัญหาความซับซ้อนของกระบวนการพิจารณาคดีในศาล 3 ปัญหาในเรื่องของค่าใช้จ่ายต่าง ๆ 4 ปัญหาเรื่องการขาดความรู้ ความชำนาญในเรื่องที่พิพาทของผู้พิพากษาซึ่งเป็นเรื่องทางเทคนิคที่มีความซับซ้อนมาก 5 ปัญหาการรักษาความลับของคู่ความ และ 6 ปัญหาการรักษาสัมพันธภาพระหว่างคู่พิพาท (บรรหาร กำลา ,ม.ป.ป.) ดังนั้นจึงมีการจัดตั้งกระบวนการไกล่เกลี่ยกันก่อนขึ้นศาลเกิดขึ้น เพื่อให้เกิดการพูดคุย ปรับความเข้าใจ และทำให้เหตุแห่งข้อพิพาทนั้นระงับไปหรือหมดไปนั่นเอง

สำหรับประเทศไทยในปัจจุบัน ปัญหากระบวนการไกล่เกลี่ยที่นอกเหนือจากการเจรจาต่อรอง การไกล่เกลี่ย การประนีประนอม และการการอนุญาโตตุลาการ ที่สามารถกระทำได้ก่อนการส่งฟ้องแล้ว ยังมี การฟ้องร้องต่อศาลซึ่งเป็นทางเลือกสุดท้าย เพื่อให้เกิดทางเลือกในการระงับข้อพิพาทได้ โดยในปัจจุบันพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาตรา 24 บัญญัติว่า “เมื่อศาลส่งรับคำฟ้องแล้ว ให้ศาลกำหนดวันนัดพิจารณาโดยเร็ว ทั้งนี้ ให้ศาลส่งสำเนาคำฟ้องหรือสำเนาบันทกคำฟ้องให้จำเลยและสั่งให้โจทก์มาศาลในวันนัดพิจารณานั้นด้วย” อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติ สำหรับคดีที่ผู้ประกอบการธุรกิจทำการยื่นฟ้องลูกหนี้ หรือในคดีที่บริโภคนยื่นฟ้องต่อผู้ประกอบการ ทที่เป็นคดีที่มีทุนทรัพย์สูง จะไม่สามารถดำเนินกระบวนการพิจารณาทุกอย่างให้เสร็จภายในวันเดียวได้ โดยเฉพาะการไกล่เกลี่ยในบางคดีต้องใช้ระยะเวลา และคู่ความฝ่ายหนึ่งอาจมีการขอเลื่อนคดีเพื่อเจรจาไกล่เกลี่ย ซึ่งศาลจะกำหนดให้เป็นวันนัดถัดไป เป็นพิจารณาทุกครั้ง อีกทั้งคดีที่มีทุนทรัพย์สูง ศาลสามารถอนุญาตให้มีการเลื่อนคดีหลายครั้ง หากคู่ความสามารถแสดงให้ศาลเห็นว่าต้องประสงค์ที่จะไกล่เกลี่ย ทำสัญญาประนีประนอม หรือแสดงเจตนาชำระหนี้ให้แก่โจทก์ การเปิดโอกาสให้มีการไกล่เกลี่ยหลายครั้งจึงเป็นช่องทางอีกช่องทางหนึ่งให้คู่ความประวิงคดี

จากปัญหาข้างต้นทางผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในศาล ตั้งแต่กระบวนการก่อนการยื่นฟ้องต่อศาลการกลั่นกรองคดีในการรับฟ้อง ขั้นตอน

กระบวนการใกล้เคียงในศาล รูปแบบและประเภทคดีที่เหมาะสมต่อการใกล้เคียง รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลให้การใกล้เคียงประสบผลสำเร็จ โดยศึกษากระบวนการที่เกิดขึ้นในศาลไทยเปรียบเทียบกับกระบวนการในศาลต่างประเทศ จึงได้จัดทำเรื่อง “ปัญหาการนำวิธีการระงับข้อพิพาททางเลือกมาใช้กับข้อพิพาททางแพ่ง คดีผู้บริโภคระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค” เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบกระบวนการใกล้เคียง และขั้นตอนสำหรับการใกล้เคียงให้ได้ประสิทธิภาพและเหมาะสมกับประเทศไทยในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความเป็นมา แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการระงับข้อพิพาททางเลือกทางแพ่งระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษารูปแบบวิธีการในการระงับข้อพิพาทเกี่ยวกับข้อพิพาททั่วไปและข้อพิพาททางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคในประเทศไทยและต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบและวิธีการเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาททางเลือกของกฎหมายไทยตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการใกล้เคียงในชั้นศาล และกฎหมายในต่างประเทศ
4. เพื่อศึกษาแนวทางการนำวิธีการระงับข้อพิพาทด้านธุรกิจ ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค จากต่างประเทศที่เหมาะสมมาปรับใช้ในประเทศไทย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทด้วยการใกล้เคียง

ในปัจจุบันการระงับข้อพิพาทโดยวิธีการใกล้เคียงได้นำมาเป็นกระบวนการการระงับข้อพิพาท โดยเป็นทางเลือกหนึ่งนอกจากการพิจารณาตามปกติของศาล เพื่อให้เกิดการประนีประนอมยอมความอันเป็นการแบ่งเบาภาระหน้าที่ของศาล และเพื่อให้ข้อพิพาทระงับเสร็จสิ้นไปอย่างรวดเร็ว และผลประโยชน์ตกเป็นของประชาชนหรือผู้ร้องทุกข์มากที่สุด

สำหรับการประกอบธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ ผลได้ ผลเสีย ต่อทางด้านธุรกิจหรือเป็นผลประโยชน์ต่อผู้บริโภคแล้วนั้น เมื่อมีผลประโยชน์ไม่ว่าจะรูปแบบใด ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องแล้วไม่สามารถตกลงกันได้ ทำให้เกิดกรณีพิพาทขึ้นมา และเมื่อเกิดกรณีพิพาทแล้ว การที่จะนำข้อพิพาทดังกล่าวขึ้นสู่ศาลนั้น จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาอันเนื่องมาจากปริมาณคดีที่ขึ้นต่อศาลประกอบกับการดำเนินการกระบวนการในการนำคดีขึ้นสู่ชั้นศาล และการดำเนินการชั้นต่าง ๆ ที่กฎหมายวิธีสบัญญัติได้กำหนดไว้นั้น มีความละเอียด ซับซ้อน ใช้เวลานาน อีกทั้งใช้ทุนทรัพย์ค่อนข้างมาก ทางผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในจุดนี้เพื่อเป็นการลดปริมาณคดีที่จะเข้าสู่ชั้นศาล จึงเป็นวิธีหนึ่งที่สมควรจะนำมาใช้ระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค นั่นคือการระงับข้อพิพาทด้วยการใกล้เคียง ซึ่งการระงับข้อพิพาทด้วยการใกล้เคียงนั้น ในประเทศไทยมีแนวคิด ทฤษฎี วิวัฒนาการจากอดีตมาสู่ปัจจุบันตามลำดับพร้อมทั้งความหมายดังจะกล่าวในรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความหมายของการระงับข้อพิพาทด้วยการใกล้เคียง

จากการศึกษางานวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการระงับข้อพิพาทด้วยการใกล้เคียง ได้มีนักวิจัยหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554, (2556) ได้ให้คำนิยามของคำว่า ไกล่เกลี่ย หมายความว่า พุดจาให้ตรงกัน, พุดจาให้ปรองดองกัน, ทำให้เรียบร้อย, ทำให้มีส่วนเสมอกัน

ภานุ รังสีสหัส, (2560) ได้ให้ความหมายว่า การไกล่เกลี่ยคือผลผลิตประการหนึ่งที่เข้ามาแทนที่ การเจรจาต่อรอง โดยเป็นกระบวนการระงับข้อพิพาทที่มีบุคคลที่สามเข้ามาช่วยเหลือกระตุ้นเตือนให้ คู่ความเจรจาดกกลงกันได้ดียิ่งขึ้น แต่ไม่มีอำนาจในการกำหนดข้อตกลงให้แก่คู่ความ แต่ทั้งวิธีการ ดังกล่าวมิใช่เป็นการเจรจาต่อรอง

โชติช่วง ท้าววงศ์, (2540) ได้ให้ความหมายว่า การไกล่เกลี่ยคือกระบวนการแก้ไขปัญหาข้อพิพาท โดยมีบุคคลที่สามที่มีความเป็นกลางเข้าช่วยเหลือแนะนำในการเจรจาต่อรองระหว่างคู่กรณีเพื่อระงับข้อ พิพาท

ลักษณะการระงับข้อพิพาทด้วยการไกล่เกลี่ย

ภานุ รังสีสหัส, (2548) ได้กล่าวถึง ลักษณะการระงับข้อพิพาทด้วยการไกล่เกลี่ย สามารถแยกได้ เป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การระงับข้อพิพาทด้วยการไกล่เกลี่ยให้กลับคืนดี คือ การไกล่เกลี่ยโดยที่คู่กรณียังคงรักษา สัมพันธภาพอันดีต่อกันไว้ได้ ไม่ส่งผลให้เกิดความบาดหมางหรือมีอคติต่อกัน นับเป็นผลดีที่จะได้รับจาก การระงับข้อพิพาทโดยการไกล่เกลี่ย และหากคู่กรณียังคงต้องดำเนินธุรกรรมร่วมกันต่อไปหรือมีธุรกิจที่ จะต้องดำเนินกิจกรรมเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันแล้ว สัมพันธ์ที่ดีจะยังคงสามารถดำเนินต่อไปได้ เพราะไม่มี ผู้แพ้ ไม่มีผู้ชนะ ซึ่งการระงับข้อพิพาทโดยการไกล่เกลี่ยไม่มุ่งประสงค์ที่จะหาคำตอบว่าฝ่ายใดจะผิด หรือ ฝ่ายใดจะถูก

2) การระงับข้อพิพาทโดยการไกล่เกลี่ยเพื่อให้เกิดข้อตกลง คือ การช่วยให้คู่ความได้ตกลงกันใน เงื่อนไขสำคัญที่สืบเนื่องจากข้อพิพาทที่มีอยู่โดยต่างฝ่ายต่างบรรลุตามความประสงค์ที่สามารถยอมรับซึ่ง กันและกันได้ โดยไม่มีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเสียเปรียบ ทำให้สามารถขจัดความขัดแย้งลงได้ นับเป็นความสำคัญ และเป็นหัวใจของการระงับข้อพิพาท

ประเภทของการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท

บุญตา ส.ผาบัณเฑาะ, (2547) ได้กล่าวถึง การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในศาล (Court-annexed mediation) และ 2) การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทนอก ศาล (Out of court mediation)

1 การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในศาล (Court-annexed mediation) การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในศาล เป็นกรณีที่เกิดขึ้นเมื่อคู่กรณีพิพาทนำคดีมาฟ้องร้องต่อ ศาล เมื่อศาลรับฟ้องแล้ว ในระหว่างที่คดีกำลังอยู่ ในระหว่างการพิจารณาศาลอาจจะกำหนดตกลง ขึ้นมาเพื่อให้เป็นช่องทางที่คู่กรณีพิพาทสามารถทำการ ไกล่เกลี่ยได้ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งกรณีที่ผู้พิพากษาเห็นเองว่าคดีดังกล่าวสมควรจะมีการไกล่เกลี่ยก็อาจจะเป็นผู้ไกล่เกลี่ยด้วยตัวเอง หรือส่งคดีไปให้ บุคคลหรือหน่วยงานที่เหมาะสมทำการไกล่เกลี่ย หรืออาจเป็นกรณีที่ คู่กรณีพิพาทฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือ ทั้งสองฝ่ายคิดว่าข้อพิพาทอาจจะระงับได้ด้วยการไกล่เกลี่ย ก็สามารถร้อง ขอตศาลให้มีการไกล่เกลี่ยได้ เมื่อข้อพิพาทดังกล่าวสามารถตกลงกันได้แล้ว ก็จะมีกลไกในการทำ ข้อตกลงเพื่อระงับข้อพิพาทดังกล่าว ซึ่งอาจอยู่ในรูปของการทำสัญญาประนีประนอมยอมความ และให้ ศาลมีคำพิพากษาตาม สัญญาประนีประนอมยอมความ เช่น ประเทศไทย หรืออยู่ในรูปของการทำ จดหมายบันทึก เช่น สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งไม่จำเป็นจะต้องนำเอาคดีไปพิพากษาตาม

ยอมอีก โดยผู้พิพากษาหัวหน้าศาลจะออกคำสั่งตามเจตนาฉบับที่ปฏิบัติอย่างช้าไม่เกิน 7 วัน จากนั้นคำสั่งให้ ปฏิบัติก็จะประกอบเข้าสู่สำนวนแล้วส่งไปยังกองปฏิบัติคดีตัดสินของศาล

สำหรับในประเทศไทย การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในศาลโดยทั่วไปจะสามารถแยกพิจารณาออกได้เป็น 3 กรณี ดังนี้คือ

1) กรณีการไกล่เกลี่ยในช่วงก่อนการพิจารณาคดี ซึ่งจะเริ่มต้นเมื่อโจทก์ยื่นฟ้องคดีโดยจะสอบถามความสมัครใจของฝ่ายโจทก์และเมื่อส่งหมายเรียกและสำเนาคำฟ้องให้จำเลยก็จะแจ้งให้จำเลยทราบเพื่อหากจำเลยประสงค์ต้องการให้ศาลไกล่เกลี่ยข้อพิพาท ศาลก็จะจัดให้มีขั้นตอนไกล่เกลี่ยข้อพิพาทก่อนพิจารณา เมื่อไกล่เกลี่ยไม่สำเร็จก็จะให้กำหนดวันนัดเพื่อพิจารณาสืบพยานต่อไป

2) กรณีการไกล่เกลี่ยในช่วงคดีอยู่ระหว่างการพิจารณาโดยผู้พิพากษาในศาลจะเป็นกรณีที่ผู้พิพากษาใช้อำนาจทั่วไปตามกฎหมาย เพื่อให้คู่ความได้มีโอกาสได้ไกล่เกลี่ยประนีประนอมยอมความกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 19 มาตรา 20 และมาตรา 20 ทวิ ซึ่งในมาตรา 20 ได้บัญญัติเป็นหลักทั่วไปไว้ว่า “ไม่ว่าการพิจารณาคดีจะได้ดำเนินแล้วเพียงใด ให้ศาลมีอำนาจที่จะไกล่เกลี่ยข้อพิพาทให้คู่ความได้ตกลงกัน หรือประนีประนอมยอมความกันในข้อพิพาทนั้น”

3) กรณีการไกล่เกลี่ยตามที่กฎหมายกำหนดบังคับไว้ จะเป็นกรณีที่กฎหมายกำหนดให้ศาลออกหมายเรียกไปยังจำเลยและกำหนดวันนัดให้จำเลยมาศาลเพื่อการไกล่เกลี่ย ให้การสืบพยานในวันเดียวกัน

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางแพ่งระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคภายในประเทศไทย และต่างประเทศ

1. รูปแบบการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทตามกฎหมายแม่แบบว่าด้วยการประนอมข้อพิพาท (UNCITRAL Model Law on International Commercial Conciliation)

สำหรับกิจกรรมธุรกิจสำหรับการทำการค้าการลงทุนระหว่างประเทศที่ในปัจจุบันมีมากขึ้น ส่งผลให้ในบางครั้งเกิดข้อขัดแย้งหรือข้อพิพาทกันเป็นจำนวนมาก ซึ่งหากข้อขัดแย้งหรือข้อพิพาทไม่ได้รับการดูแลหรือการบริหารจัดการที่เหมาะสมแล้ว จะส่งผลให้ข้อพิพาทหรือความขัดแย้งกลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการค้าในด้านธุรกิจเป็นอย่างมากในอนาคต ด้วยเหตุนี้ทำให้คณะกรรมการสิทธิการกฎหมายระหว่างประเทศแห่งสหประชาชาติได้ให้ความสำคัญในเรื่องการระงับข้อพิพาทเพื่อพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับกระบวนการอนุญาโตตุลาการและการระงับข้อพิพาททางอื่น ๆ โดยได้มอบหมายให้คณะทำงานที่สองว่าด้วยอนุญาโตตุลาการและประนอมข้อพิพาท ทำการพิจารณาร่างกฎหมายแม่แบบว่าด้วยการประนอมข้อพิพาท ซึ่งตามกฎหมายแม่แบบของ UNCITRAL จะมีรายละเอียดที่กล่าวถึงขอบเขตการบังคับใช้กฎหมายสำหรับการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางการค้าระหว่างประเทศและได้ให้คำนิยามศัพท์ของการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท รวมทั้งการแปลความหมาย (มาตรา 1 และมาตรา 2) นอกจากนี้คู่พิพาทยังสามารถตกลงเปลี่ยนแปลงบัญญัติของกฎหมายฉบับนี้ได้ (มาตรา 3) การเริ่มต้นกระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท (มาตรา 4) จำนวนและการแต่งตั้งผู้ไกล่เกลี่ยข้อพิพาท (มาตรา 5) การดำเนินการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท (มาตรา 6) การติดต่อระหว่างผู้ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทและคู่พิพาท (มาตรา 7) การเปิดเผยข้อมูล (มาตรา 8) การรักษาความลับ (มาตรา 9) การรับฟังพยานหลักฐานในการระงับการพิพาทอื่น (มาตรา 10) การสิ้นสุดกระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท (มาตรา 11) การกำหนดมิให้ผู้ไกล่เกลี่ยเป็นอนุญาโตตุลาการในข้อพิพาท

เดียวกันหรือเนื่องกัน (มาตรา 12) การนำคดีขึ้นสู่อนุญาโตตุลาการหรือศาล (มาตรา 13) และการบังคับตามความตกลง (มาตรา 14)

2. การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในศาลของประเทศไทย

2.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในศาลไทย

1 ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง

บทบัญญัติของประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งที่เกี่ยวข้องกับการไกล่เกลี่ย

3 มาตรา คือ มาตรา 19, มาตรา 20, มาตรา 20 ทวิ และมาตรา 193

2 พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551

2.2 ผู้ที่ทำหน้าที่ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในศาล

1 คุณสมบัติผู้ไกล่เกลี่ย

1.1 ผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องมีความอิสระ ปราศจากอคติ และวางตัวเป็นกลางในการไกล่เกลี่ย โดยผู้ที่จะทำการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทนั้นจะต้องเป็นอิสระไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลใดๆ รวมทั้งจะต้องวางตัวเป็นกลางไม่เข้าข้างคู่กรณีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท นอกจากนี้ในกรณีที่ผู้ไกล่เกลี่ยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิด มีสาเหตุหรือมีปัจจัยใดๆ ที่อาจทำให้เกิดข้อกังขาว่าจะส่งผลให้ผู้ไกล่เกลี่ยนั้นลำเอียง เช่น ผู้ไกล่เกลี่ยเป็นญาติกับคู่กรณีหรือเคยเป็นลูกจ้างนายจ้าง หรือที่ปรึกษาให้แก่คู่กรณีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมาก่อน ผู้ไกล่เกลี่ยนั้นก็ควรจะต้องเปิดเผยข้อเท็จจริงนั้นให้แก่คู่กรณีทุกฝ่ายทราบหรือควรถอนตัวจากการเป็นผู้ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทดังกล่าว เพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาการคัดค้านการไกล่เกลี่ยเนื่องจากความไม่โปร่งใสหรือการครหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้

1.2 ผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องมีความสามารถในการเก็บรักษาความลับของคู่พิพาทที่ได้รับทราบจากการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทนั้น โดยหลักการสำคัญประการหนึ่งของการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท นั้นคือกระบวนการไกล่เกลี่ยที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นความลับคู่กรณีไม่อาจนำข้อมูลใดๆ ที่ตนได้จากการไกล่เกลี่ยไปใช้ประโยชน์ในชั้นศาลได้ในกรณีที่การไกล่เกลี่ยนั้นไม่สำเร็จ ดังนั้น ระหว่างการไกล่เกลี่ยคู่กรณีอาจเปิดเผยความลับต่างๆ ของตน เช่น ข้อมูลทางธุรกิจความลับทางการค้า สูตรต่างๆ เพราะเชื่อมั่นว่าการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทนั้นจะเป็นความลับ ผู้ไกล่เกลี่ยในฐานะคนกลางเมื่อได้ รับทราบข้อมูลต่างๆ นั้นจึงมีหน้าที่ที่จะต้องรักษาความลับนั้นๆ อย่างเคร่งครัด ไม่แพร่พรายให้ บุคคลภายนอกทราบ

1.3 ผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องมีความอดทน เนื่องจากผู้ไกล่เกลี่ยนั้นจะต้องทำหน้าที่คนกลางระหว่างคู่กรณีที่มีข้อพิพาทกัน ผู้ไกล่เกลี่ยจึงต้องมีความอดทนอดกลั้นและรับฟัง ปัญหาที่เกิดขึ้นจากคู่ความทั้งสองฝ่ายและเปิดโอกาสให้คู่ความทั้งสองฝ่ายได้อธิบายอย่างเท่าเทียมกัน และนอกจากนี้ ผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องดำรงตนอยู่เหนือข้อพิพาทที่เกิดขึ้น ไม่มีอารมณ์ร่วมกับคู่กรณี ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจนกลายเป็นคู่พิพาทเสียเอง

1.4 ผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องซื่อสัตย์สุจริต โดยผู้ไกล่เกลี่ยนั้นถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการไกล่เกลี่ย ดังนั้น ผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องดำรงความซื่อสัตย์สุจริตให้เป็นที่ประจักษ์ แก่คู่กรณีทุกฝ่าย เพื่อให้คู่กรณีเกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้ไกล่เกลี่ยและผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องไม่แสวงหา ประโยชน์โดยมิชอบจากคู่พิพาทไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม

1.5 ผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถและเข้าใจในประเด็นหรือเรื่องที่คู่กรณีพิพาทกัน แม้ว่าผู้ไกล่เกลี่ยจะทำหน้าที่เป็นคนกลางมิได้ตัดสินข้อพิพาทที่เกิดขึ้น แต่หากผู้ไกล่เกลี่ยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องที่พิพาทนั้นทั้งวิธีปฏิบัติและข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ผู้ไกล่เกลี่ยย่อม

สามารถใช้ความรู้ความเข้าใจดังกล่าวอธิบายแจ่มแจ้งและวิเคราะห์ ถึงข้อดีข้อเสียให้คู่กรณีแต่ละฝ่ายทราบและหาทางระงับข้อพิพาทให้แก่คู่ความได้อย่างเป็นกลางและถูกต้อง

1.6 ผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องมีความสามารถในการเจรจาแบบนัยการพูด เนื่องจากผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องทำหน้าที่เป็นคนกลาง คุณสมบัติข้อนี้จึงถือเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของผู้ไกล่เกลี่ย โดยผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นผู้รับฟังที่ดี รับฟังคู่กรณีทุกฝ่ายและคิดไตร่ตรอง พูดน้อยแต่จะต้องมีความเด็ดขาด ไม่เอนเอียงไปตามคู่กรณีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง สามารถควบคุมกระบวนการไกล่เกลี่ยไม่ปล่อยให้คู่กรณีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเข้าครอบงำ และรู้ว่าเมื่อใดควรดำเนินการไกล่เกลี่ยและเมื่อใดควรหยุดพักให้คู่กรณีได้มีเวลาไตร่ตรองข้อมูลและข้อเสนอต่างๆ ที่ได้รับ

1.7 ผู้ไกล่เกลี่ยควรมีความรู้และประสบการณ์ในการไกล่เกลี่ย โดยผู้ไกล่เกลี่ยที่ดีนั้นจะต้องได้รับความยอมรับนับถือจากคู่กรณีพิพาท ดังนั้นผู้ไกล่เกลี่ยที่ดีจึงควรเป็นผู้ที่มีความรอบรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ รวมทั้งเรื่องคู่กรณีพิพาทกัน รวมทั้งกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจะต้อง เป็นผู้ที่มีไหวพริบสามารถหาทางแก้ปัญหาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งผู้ไกล่เกลี่ยที่มีประสบการณ์ เกี่ยวกับการเจรจาต่อรองในเนื้อหาของปัญหาที่ยุ่ยากมาก่อนจะเข้าใจกระบวนการของการไกล่เกลี่ย และสามารถคาดเดาปัญหาและคิดหาทางแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว

วิเคราะห์ปัญหาและเปรียบเทียบการระงับข้อพิพาททางเลือกของประเทศไทยกับต่างประเทศ

1. ปัญหาของระบบอนุญาโตตุลาการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการระงับข้อพิพาททางเลือก

1.1 สภาพปัญหาในประเทศไทย

คดีระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคเป็นคดีแพ่งประเภทซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหายด้วยความรวดเร็ว ประหยัด และมีประสิทธิภาพ ดังนั้นวิธีพิจารณาคดีจึงต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ.2551 และข้อกำหนดของประธานศาลฎีกาว่าด้วยการดำเนินกระบวนการพิจารณา และการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าพนักงานคดีในคดีผู้บริโภค พ.ศ.2551 ซึ่งจะเป็นคดีระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค ได้นั้น จะต้องเป็นคดีแพ่งพิพาทกันระหว่างผู้บริโภคหรือผู้มีอำนาจดำเนินคดีแทนผู้บริโภคฝ่ายหนึ่งกับผู้ประกอบธุรกิจอีกฝ่ายหนึ่ง และต้องเป็นข้อพิพาทอันเนื่องมาจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ ซึ่งกฎหมายและข้อกำหนดของประธานศาลฎีกาดังกล่าวยังคงมีปัญหา ทั้งปัญหาทางข้อกฎหมาย และปัญหาทางวิธีปฏิบัติ ส่งผลกระทบให้การบังคับใช้กฎหมายไม่ถูกต้องตรงตามเจตนารมณ์ของกฎหมายที่ได้บัญญัติไว้ว่า เพื่อให้ผู้บริโภคที่ได้รับ ความเสียหายได้รับการแก้ไข เยียวยาด้วยความรวดเร็ว ประหยัด และมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ควรมีมาตรการทั้งทางกฎหมายและในทางปฏิบัติเพิ่มเติม โดยนำทางกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศมาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขกฎหมาย และเพื่อให้กระบวนการดำเนินคดีผู้บริโภครวดเร็วและรัดกุมยิ่งขึ้น

1.2 สภาพปัญหาในสหรัฐอเมริกา

อนุญาโตตุลาการในบริบทของกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นรูปแบบของการระงับข้อพิพาททางเลือก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การอนุญาโตตุลาการเป็นทางเลือกหนึ่งแทนการดำเนินคดีซึ่งคู่กรณีในข้อพิพาทตกลงที่จะส่งตำแหน่งของตน (ผ่านข้อตกลงหรือการพิจารณาคดี) ไปยังบุคคลที่สามที่เป็นกลาง (อนุญาโตตุลาการหรือผู้ตัดสินชี้ขาด) ในทางปฏิบัติ อนุญาโตตุลาการมักใช้แทนการดำเนินคดี โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งเมื่อกระบวนการยุติธรรมถูกมองว่าช้าเกินไป มีราคาแพง หรือล่าเอียง ในบริบทบาง อนุญาโตตุลาการอาจจะอธิบายในฐานะที่เป็นผู้ตัดสิน

ข้อตกลงในการอนุญาโตตุลาการไม่สามารถบังคับใช้ได้ตามกฎหมายจารีตประเพณี กฎนี้ได้รับการ สืบย้อนไปถึงคำสั่งโดย Lord Coke in *Vynor's Case*, 8 Co. Rep. 81b, 77 Eng. ตัวแทน 597 (1609) ข้อตกลงในการอนุญาโตตุลาการถูกเพิกถอนโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

ในช่วงการปฏิวัติอุตสาหกรรมบริษัทขนาดใหญ่เริ่มต่อต้านนโยบายนี้มากขึ้น พวกเขาอ้างว่ามาก เกินไปที่มีคุณค่าทางธุรกิจความสัมพันธ์ที่ถูกทำลายปีที่ผ่านมาราคาแพงขัดแย้ง การดำเนินคดีในศาลที่มี กฎระเบียบที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญจากบรรทัดฐานทางการและการประชุมของนักธุรกิจ อนุญาโตตุลาการได้รับการเลื่อนตำแหน่งว่าเร็วขึ้น เป็นปฏิปักษ์น้อยกว่า และถูกกว่า

ผลลัพธ์คือ New York Arbitration Act of 1920 ตามด้วย United States Arbitration Act of 1925 (ปัจจุบันเรียกว่า Federal Arbitration Act) ทั้งสองทำข้อตกลงเพื่ออนุญาโตตุลาการที่ถูกต้องและ บังคับใช้ได้ (เว้นแต่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งสามารถแสดงการฉ้อโกงหรือความไม่ลงรอยกันหรือเหตุผลอื่น ๆ สำหรับการเพิกถอนซึ่งบ่อนทำลายความถูกต้องของสัญญาทั้งหมด) เนื่องจากการพิจารณาคดีขยาย ความหมายของการค้าระหว่างรัฐในเวลาต่อมาศาลฎีกาสหรัฐจึงตีความ FAA ข้ำในหลายกรณีในช่วง ทศวรรษ 1980 และ 1990 เพื่อให้ครอบคลุมเกือบขอบเขตทั้งหมดของการค้าระหว่างรัฐ ในกระบวนการนี้ ศาลตัดสินว่า FAA ได้ยึดกฎหมายของรัฐหลายฉบับซึ่งครอบคลุมถึงอนุญาโตตุลาการ ซึ่งบางกฎหมายผ่าน สภานิติบัญญัติแห่งรัฐแล้วเพื่อปกป้องผู้บริโภคของตนจากบริษัทที่มีอำนาจ

2. เปรียบเทียบการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทตามกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ

เมื่อการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทอาจเกิดขึ้นได้ทุกเวลานับตั้งแต่มีข้อพิพาทเกิดขึ้น ซึ่งอาจเป็นการไกล่ เกลี่ยที่ไม่เป็นทางการไม่มีหลักฐานเป็นหนังสือ แต่ทำให้ข้อพิพาทระงับลงได้ด้วยการเจรจาโน้มน้าว และ เกิดข้อตกลงโดยความสมัครใจของคู่กรณียอมถือว่าเป็นลักษณะของการไกล่เกลี่ยแล้ว และการไกล่เกลี่ย ก่อนฟ้องคดีนั้น ก็เป็นการไกล่เกลี่ยที่เกิดขึ้นก่อนที่จะมีการนำคดีเข้าสู่กระบวนการพิจารณาของศาล เป็น การไกล่เกลี่ยซึ่งคู่กรณีที่เกิดข้อพิพาทกันยินยอมให้บุคคลภายนอก หรือองค์กรบุคคลภายนอกทำการไกล่ เกลี่ยให้ซึ่งหลักความยินยอมนี้เป็นหลักเดียวกันกับการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทโดยทั่วไป และจะต้องเป็นความ ยินยอมที่แท้จริง โดยคู่พิพาทมีความประสงค์จะใช้การไกล่เกลี่ยเป็นทางออกในการยุติข้อพิพาทโดยแท้จริง ดังนั้น การไกล่เกลี่ยก่อนฟ้องคดีจึงต้องอาศัยความยินยอมที่แท้จริงของคู่พิพาททั้งสองฝ่าย ร่าง พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง (ฉบับที่ ..) พ.ศ..... (การไกล่เกลี่ย ก่อนฟ้องคดี) (เพิ่มมาตรา 20 ตรี) ที่สำนักงานศาลยุติธรรมเสนอ มีหลักการเพื่อให้ ประชาชนสามารถมาถึง ศาลและยื่นคำร้องขอให้ศาลไกล่เกลี่ย โดยไม่ต้องผ่านทนายความหรือคนกลางที่จะเป็น การสร้างขั้นตอน จึงเป็นที่มาของร่างมาตรา 20 ตรีวรรคหนึ่ง และไม่ใช้ลักษณะคำฟ้อง แต่เป็นคำร้องที่ระบุ รายละเอียด คร่าว ๆ เช่น ข้อพิพาทมีอะไร เพื่อที่ผู้ประนีประนอมจะรับรู้ประเด็น คู่กรณีชื่ออะไร มีภูมิลำเนาอยู่ที่ไหน เพื่อที่ว่าศาลจะได้สอบถามความสมัครใจได้และเมื่อทั้งสองฝ่ายเข้ามาสู่กระบวนการไกล่เกลี่ยแล้ว ถ้า สามารถไกล่เกลี่ยกันสำเร็จก็จะได้เป็นสัญญาประนีประนอมยอมความตามหลักประมวลกฎหมายแพ่ง และ พาณิชยทั่วไป และเมื่อได้สัญญาประนีประนอมยอมความแล้ว ก็จะให้คู่กรณีหรือคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ยื่นคำร้องขอให้ศาลบังคับตามสัญญาประนีประนอมยอมความ โดยไม่ต้องให้คู่ความมาร่างคำฟ้องใหม่ อาจจะ เขียนคำร้องคร่าว ๆ ว่าให้ศาลช่วยพิพากษาบังคับตามสัญญาประนีประนอมยอมความ หรืออาจจะ

แก้ไข ไม่ก็บรรทัดและเขียนเพียงหนึ่งย่อหน้า แต่ถ้าศาลตรวจสอบแล้วว่าสัญญาประนีประนอมยอมความนั้นไม่ขัดต่อ กฎหมายหรือความสงบเรียบร้อย ศาลก็พิพากษาตามยอมให้ได้โดยเอามาตรา 8 มาบังคับใช้โดยอนุโลม

ดังนั้น ถ้าใช้กระบวนการไกล่เกลี่ยก่อนที่จะมีการฟ้องกันจริง ๆ ก็ผ่านกระบวนการที่เรียบง่ายแบบนี้ และสามารถยุติข้อพิพาทได้โดยสมานฉันท์ได้ดีที่สุดและมีสาระสำคัญเป็นการแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมาย วิธีพิจารณาคความแพ่ง โดยมีการส่งเสริมให้มีระบบการไกล่เกลี่ยก่อนฟ้องคดีเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ที่มีกรณี พิพาทใช้เป็นช่องทางในการยุติข้อพิพาทก่อนที่จะมีการฟ้องคดี โดยคู่กรณีสามารถร้องขอให้ศาลแต่งตั้ง ผู้ประนีประนอมดำเนินการไกล่เกลี่ยและหากตกลงกันได้ก็อาจขอให้ศาลมีคำพิพากษาตามยอมได้ทันที ซึ่งบทบัญญัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทก่อนฟ้องคดีมีปรากฏอยู่ในกฎหมายฉบับอื่น ๆ เช่น พระราชบัญญัติจัดระเบียบบริหารหมู่บ้านอาสาพัฒนาและป้องกันตนเอง พ.ศ.2522 มาตรา 4 กำหนดให้มีคณะกรรมการกลางหมู่บ้านอาสาพัฒนาและป้องกันตนเอง โดยใน (8) กำหนดให้มี หน้าที่ในการประนีประนอมข้อพิพาทระหว่างราษฎรในหมู่บ้านเกี่ยวกับความแพ่ง เพื่อให้เกิดความ สงบเรียบร้อยและความยุติธรรม พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 มาตรา 6 กำหนดให้มีคณะบุคคลผู้ทำหน้าที่ไกล่เกลี่ยและประนอมข้อพิพาทของประชาชนที่คู่กรณี ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำเภอ ในเรื่องพิพาททางแพ่งเกี่ยวกับที่ดิน มรดก และข้อพิพาททางแพ่งอื่นที่มี ทุนทรัพย์ไม่เกินสองแสนบาท หรือมากกว่านั้น ตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา อีกทั้งยังมีการเสนอ ร่างพระราชบัญญัติที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน เช่น ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท ในชุมชน พ.ศ..... ของกระทรวงยุติธรรม

สรุปผล

1. การใช้อินญาโตตุลาการในการระงับข้อพิพาทระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค

สำหรับประเทศไทยนั้น ยังไม่ปรากฏชัดว่ามีข้อพิพาทเกี่ยวกับข้อตกลงในสัญญาระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทด้วยวิธีการทางอนุญาโตตุลาการขึ้นสู่ศาล ดังนั้น การนำหลักเกณฑ์ข้อกำหนดของประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปเกี่ยวกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ค.ศ.1993 ของประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป พระราชบัญญัติอนุญาโตตุลาการ ค.ศ.1996 และแนว คำพิพากษาของศาลในประเทศอังกฤษมาเป็นแนวทางเพื่อปรับใช้ในกรณีดังกล่าว อาจเป็นการสร้างมาตรฐานในการคุ้มครองผู้บริโภคในศาลไทยได้เป็นอย่างดีโดยในประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปมี การสร้างข้อกำหนดของประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปเกี่ยวกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ค.ศ.1993 (Unfair Terms Directive 1993) เพื่อแก้ปัญหาความไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ประกอบการ ซึ่งมีอำนาจต่อรองมากกว่าการกับผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้ที่อ่อนแอกว่าเมื่อมีข้อพิพาทเกิดขึ้น โดยมีการวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับข้อตกลงเรื่องการใช่วิธีการทางอนุญาโตตุลาการซึ่งมักเป็นข้อกำหนดในสัญญาระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคไว้โดยเฉพาะในภาคผนวกซึ่งระบุว่า ข้อสัญญาที่จำกัดสิทธิของผู้บริโภคที่จะดำเนินการทางกฎหมายหรือการได้รับการเยียวยาโดยกำหนดให้ผู้บริโภค ต้องระงับข้อพิพาทด้วยวิธีการทางอนุญาโตตุลาการเท่านั้น ถือเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและไม่อาจบังคับได้เนื่องจากข้อสัญญาดังกล่าวทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันระหว่างคู่สัญญาและ ผู้บริโภคต้องมีสิทธิที่จะเลือกการระงับข้อพิพาทในชั้นศาลหรือด้วยวิธีการทางอนุญาโตตุลาการได้ นอกจากนี้ศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปได้วางหลักแสดงให้เห็นถึงความศักดิ์สิทธิ์ของ

ข้อกำหนดของประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปเกี่ยวกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมค.ศ.1993 ดังกล่าวว่าเป็นข้อกำหนดดังกล่าวเป็นกฎหมายเกี่ยวกับความสงบเรียบร้อยและเป็นนโยบายสาธารณะและศาลของประเทศ ในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปต้องบังคับตามข้อกำหนดดังกล่าวอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวกับการอนุญาโตตุลาการ ดังนั้น กล่าวได้โดยสรุปว่า ในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป ข้อกำหนดล่วงหน้าในสัญญาระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้วิธีการระงับข้อพิพาท ทางอนุญาโตตุลาการซึ่งมิได้เจรจากับผู้บริโภคเป็นรายบุคคล หากข้อสัญญาดังกล่าวมิได้กำหนดให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการระงับข้อพิพาทโดยวิธีการทางศาล ถือว่าเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ไม่อาจบังคับได้และถือเป็นกฎหมายเคร่งครัด

2. การใช้วิธีการไกล่เกลี่ยในการระงับข้อพิพาทระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค

การระงับข้อพิพาทโดยวิธีการไกล่เกลี่ยก่อนนำคดีขึ้นสู่ศาล หรือที่เรียกโดยทั่วไปว่า “ADR” (Alternative Dispute Resolution) เป็นวิธีการระงับข้อพิพาทที่เป็นทางเลือกใหม่ให้แก่คู่กรณี ที่ไม่ประสงค์จะฟ้องร้องดำเนินคดีต่อศาล เนื่องจากปัจจุบันศาลในประเทศต่าง ๆ กำลังประสบกับปัญหาปริมาณคดีที่ขึ้นสู่การพิจารณาของศาลมีมากเกินไป ทำให้ปริมาณคดีกับจำนวนผู้พิพากษาของแต่ละศาลเกิดความไม่สมดุลกันอันนำมาซึ่งความล่าช้าในการพิจารณาคดีตัดสินชี้ขาดคดี ประกอบกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจของโลกได้เปลี่ยนแปลงและเติบโตอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ได้เริ่มเปลี่ยนแนวความคิดและทัศนคติในการระงับข้อพิพาทของตนโดยเล็งเห็นว่าการดำเนินคดีในชั้นศาลก่อให้เกิดผลเสียต่อธุรกิจของตนหลายประการ เช่น ความล่าช้าในการพิจารณาคดี ค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีที่มีจำนวนสูง การพิจารณาที่ไม่เป็นความลับ หรือการทำให้เกิด ความบาดหมางใจระหว่างคู่ความ เป็นต้น ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการระงับข้อพิพาทโดยวิธีอื่นนอกจากการดำเนินคดีทางศาลมากขึ้น ตามลำดับ กระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทคดีต่อศาล จึงเป็นกระบวนการที่เรียบง่าย ประหยัดค่าใช้จ่าย ทำให้เกิดผลดีแก่ทุกฝ่ายในแง่ของการประหยัดค่าใช้จ่าย และทำให้เกิดความเป็นธรรมของคู่ความ เนื่องจากคู่ความสามารถไกล่เกลี่ยข้อพิพาทได้ตั้งแต่เมื่อมีข้อพิพาทเกิดขึ้น โดยไม่ต้องนำข้อพิพาทนั้นฟ้องเป็นคดีต่อศาล การเยียวยา ความเสียหายก็จะทำได้รวดเร็วโดยไม่ต้องเสียเวลาในการสืบพยาน หรือดำเนินกระบวนการพิจารณาอื่นอีก อีกทั้งเป็นการระงับข้อพิพาทที่เป็นประโยชน์ต่อคู่พิพาทเอง เพราะระงับลงด้วยความพึงพอใจของคู่พิพาททุกฝ่ายอย่างแท้จริง และการนำระบบการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทคดีที่เกิดจากความตกลงสมัครใจของคู่กรณีทั้งสองฝ่ายไปใช้ ก็จะทำให้ลดปริมาณคดีที่มีการฟ้องร้องต่อศาลลงไปเป็นจำนวนมาก

ดังนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงข้อดีต่าง ๆ ในการนำความขัดแย้งเข้าสู่กระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทก่อนฟ้องคดีไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก รวดเร็ว ได้รับความเป็นธรรมทั้งสองฝ่าย ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย และเพื่อให้ประชาชน ผู้มีข้อขัดแย้งพิพาทกัน ได้ประจักษ์ด้วยตนเองอันเป็นการเชิญชวนในทางอ้อมให้สมัครใจเข้ารับการไกล่เกลี่ยด้วยตนเองได้อย่างทันที และรวดเร็วโดยไม่ต้องมีบุคคลที่สามหรือบุคคลอื่นที่จะสร้างปัญหาทำให้เกิดข้อขัดแย้งเพิ่มเติมขึ้น อันเป็นการช่วยระงับข้อพิพาทในสังคมไม่ให้เกิดความบานปลายไปสู่ปัญหาอื่นที่ร้ายแรงต่อไปได้นับเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อความสมานฉันท์ในชุมชน และที่สำคัญจะช่วยลดปริมาณคดีเข้าสู่ศาลได้เป็นจำนวนมาก เมื่อเป็นเช่นนี้ ควรหาแนวทางแก้ไขให้การไกล่เกลี่ยเป็นที่ยอมรับที่จะใช้ในการระงับข้อพิพาททาง

พาณิชย์ก่อนนำคดีขึ้นสู่ศาล และควรสร้างระบบ การไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางพาณิชย์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งให้แก่คู่พิพาทได้

ในท้ายที่สุด แนวคิดและหลักการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทก่อนฟ้องคดีต่อศาล และการแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง เพื่อให้มีการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทคดีต่อศาลและส่งเสริมให้กระบวนการระงับข้อพิพาทก่อนฟ้องคดีต่อศาลของไทยมีประสิทธิภาพ และได้รับการยอมรับทั้งภายในประเทศและนานาชาติ และเพื่อไม่ให้เกิดความล่าช้าในการระงับข้อพิพาท จึงควรเสนอให้ประธานศาลฎีกามีอำนาจออกข้อบังคับเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการ และระยะเวลาในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทโดยอำนาจเรื่องค่าธรรมเนียมศาลมาใช้เป็นข้อกำหนดกรณีคู่พิพาทไม่ให้ความร่วมมือในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท ศาลสามารถที่จะมีคำสั่งให้ชำระค่าธรรมเนียมศาลที่สูงขึ้น แม้เป็นโจทก์ฟ้องคดีและเป็นฝ่ายชนะคดีก็ตาม ก็ยังคงต้องรับภาระค่าธรรมเนียมศาลดังกล่าวด้วย

ปัจจุบัน ได้มีการตราพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง (ฉบับที่ 32) พ.ศ.2563 กำหนดหลักเกณฑ์การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทไว้ในมาตรา 20 ตรี ของประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง ซึ่งการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทจะต้องเป็นกรณีที่ยังไม่ได้มีการเสนอคดี ต่อศาลตามนัย มาตรา 1 (2) “คดี” หมายความว่า กระบวนพิจารณานับตั้งแต่เสนอคำฟ้องต่อศาลเพื่อขอให้รับรองคุ้มครอง บังคับตามหรือเพื่อการใช้ซึ่งสิทธิหรือหน้าที่ ดังนั้น การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท จึงหมายความว่า เป็นกระบวนการที่ยังไม่มีการเสนอคำฟ้องต่อศาลนั่นเอง ซึ่งถือเป็นระบบการไกล่เกลี่ยเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ที่มีกรณีพิพาททางแพ่งเพื่อเป็นช่องทางในการยุติข้อพิพาท เห็นได้ว่า หากใครมีปัญหาเรื่องการโต้แย้งเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ หรือข้อพิพาททางแพ่งใดเกิดขึ้นโดยปกติแล้วย่อมสามารถใช้สิทธิทางศาลยื่นฟ้องคดีต่อศาล เพื่อให้ศาลเป็นผู้ตัดสินและระงับข้อพิพาทเหล่านั้น และศาลก็จะมีคำพิพากษาหรือคำสั่งในประเด็นแห่งคดีตามคำขอของคู่ความ แต่เมื่อมีกฎหมายอันเกี่ยวกับการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง ซึ่งมีผลบังคับใช้เรียบร้อยแล้ว ผู้ที่จะเป็นคู่ความเมื่อมีการโต้แย้งสิทธิ จึงไม่จำเป็นต้องมีการฟ้องร้องคดีต่อศาลก่อน โดยสามารถยื่นคำร้องต่อศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อให้มีการไกล่เกลี่ย โดยกระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทนี้ได้เป็นการระงับข้อพิพาททางเลือก ให้คู่กรณีสามารถตกลงหรือประนีประนอมยอมความกันก่อนจะมีการฟ้องต่อศาล ซึ่งยังไม่ต้องเสียค่าขึ้นศาล และหากสามารถตกลงหรือประนีประนอมกันได้ สามารถร้องขอต่อศาลให้ศาลมีคำพิพากษาตามยอมได้ตามมาตรา 138 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง ซึ่งเปรียบเสมือนการให้ศาลมีคำพิพากษาในประเด็นแห่งคดีตามคำคู่ความตกลงกันนั่นเอง

การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท ถือได้ว่าเป็นระบบที่ส่งเสริมในการระงับข้อพิพาททางเลือกให้แก่ผู้ที่มีกรณีพิพาทเพื่อใช้เป็นช่องทางในการยุติข้อพิพาทก่อนที่จะมีการฟ้องคดีโดยคู่กรณีสามารถร้องขอให้ศาลแต่งตั้งผู้ประนีประนอมดำเนินการไกล่เกลี่ยและหากตกลงกันได้ก็อาจขอให้ศาลมีคำพิพากษาได้ ทั้งนี้ ทำให้ข้อพิพาททางแพ่งสามารถยุติลงได้ในเวลาอันรวดเร็วโดยไม่จำเป็นต้องมีการฟ้องคดีทั้งเป็นการประหยัดเวลา ประหยัดทรัพยากรต่าง ๆ ที่ต้องสูญเสียในการดำเนินคดี อีกทั้งยังเป็นการเพิ่ม ทางเลือกให้แก่คู่ความและประชาชนในการยุติข้อพิพาทด้วยหลักสมานฉันท์และสันติวิธีด้วยวิธีการที่ สะดวก รวดเร็ว ประหยัด และเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย เป็นมาตรการที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนต่อกระบวนการยุติธรรม และทำให้ศาลอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น อันจะยังประโยชน์แก่ระบบเศรษฐกิจและสังคมต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการใช้การระงับข้อพิพาททางเลือกในคดีทางแพ่งระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการจัดการ

1) ควรจัดให้มีการจัดอบรมหรือเผยแพร่ให้ความรู้ด้านการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทและฝึกอบรมวิธีการทำสัญญาประนีประนอมยอมความ หรือสัญญาอนุญาโตตุลาการให้แก่ประชาชนทั่วไป เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเข้าใจและทราบถึงวิธีการระงับข้อพิพาทนอกศาลได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องมากที่สุด

2) สร้างทัศนคติที่ดีต่อการระงับข้อพิพาทโดยวิธีอื่นนอกจากการดำเนินคดีทางศาลให้แก่ คู่กรณี ซึ่งเป็นหน้าที่ของทุกฝ่ายที่ต้องร่วมมือกันทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน การสร้างทัศนคติที่ดีต่อระบบการระงับข้อพิพาททางเลือก เช่น การแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการระงับข้อพิพาทนอกศาล

3) ควรมีการระงับข้อพิพาทโดยวิธีการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทก่อนที่คดีจะขึ้นสู่กระบวนการพิจารณาของศาล โดยนำกฎหมายต่างประเทศมาพิจารณาประกอบกับความสอดคล้องกับความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน ตลอดจนสภาพสังคมและจารีตประเพณีของไทยได้ ซึ่งในกรณีนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรมีการจัดตั้งสถาบันอนุญาโตตุลาการสำหรับคดีแพ่งขึ้น เพื่อเป็นระบบกลางที่มีความน่าเชื่อถือสำหรับการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท ซึ่งในกรณีของคดีที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคก็นับเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องมีข้อบังคับและขั้นตอนการดำเนินงานอยู่ในสถาบันอนุญาโตตุลาการสำหรับคดีแพ่งนี้ด้วย ทั้งนี้โดยอาศัยหลักแนวทางของประเทศสิงคโปร์ที่มีการจัดตั้งหน่วยงานลักษณะนี้ขึ้นมา โดยเฉพาะ หากแต่ในสิงคโปร์อาจยังมีการระบุถึงคดีที่สามารถใช้กระบวนการของสถาบันไว้ค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะคดีผู้บริโภค ดังนั้น หากประเทศไทยจะนำมาปรับพัฒนาใช้ ก็ควรต้องมีการระบุประเภทของคดีผู้บริโภคกำหนดไว้อย่างชัดเจน รวมถึงการต้องประชาสัมพันธ์ให้ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคเข้าใจและรับรู้ถึงประโยชน์และขั้นตอนการดำเนินการผ่านสถาบันอนุญาโตตุลาการที่จัดตั้งขึ้นนี้ด้วย

4) รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการยุติธรรมควรส่งเสริมให้มีการเผยแพร่ ความรู้ และความเข้าใจในเรื่องหลักหรือทฤษฎีทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทให้แก่ประชาชน รวมทั้งสนับสนุนให้ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ นักกฎหมาย หรือองค์กรตุลาการ วิจัยหรือแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน เพื่อนำไปสู่ความรู้ความเข้าใจในระดับที่สูงขึ้น จนสามารถนำไปพัฒนากฎหมายของประเทศ หรือนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ผู้ศึกษาเห็นว่า การไกล่เกลี่ยเป็นทางเลือกในการระงับข้อพิพาทที่ดีระบบหนึ่งและผู้ประนีประนอมมีบทบาทและหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน อำนวยความสะดวก ช่วยเหลือ และส่งเสริมให้คู่ความสามารถตกลงกันได้ การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทตามพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 เป็นการนำกระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางแพ่งและทางอาญามากำหนดเป็นกฎหมายกลางเพื่อจัดระบบการไกล่เกลี่ยของหน่วยงานรัฐหรือศูนย์ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทภาคประชาชนซึ่งมีกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม เป็นผู้ดูแลเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และใช้เป็นเครื่องมือในการไกล่เกลี่ยยุติหรือระงับข้อพิพาท คดีก่อนฟ้องศาล มีหลักการสำคัญ คือ การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทนั้นต้องมีคู่กรณีตั้งแต่สองฝ่ายขึ้นไปที่สมัครใจเข้าสู่ระบบการไกล่เกลี่ยและเจรจาตกลงกันโดยมีคนกลางเข้ามาเป็นผู้ช่วยเหลือ เรียกว่า ผู้ไกล่เกลี่ย จะมีหน้าที่ ช่วยเหลือ แนะนำ และหาแนวทางในการยุติข้อพิพาทเพื่อให้คู่กรณีตกลง

กันได้ แต่ทั้งนี้หากคู่กรณีฝ่ายใดจะเปลี่ยนใจไม่ยินยอมไกล่เกลี่ยต่อไป ก็อาจขอถอนตัวหรือขอยกเลิกการไกล่เกลี่ยได้

นอกจากนี้หน่วยงานของรัฐ ทั้งราชการส่วนกลาง ราชการส่วนภูมิภาค สำนักงานศาลยุติธรรม สำนักงานอัยการสูงสุด หรือหน่วยงานอื่นของรัฐตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรมกำหนดในกฎกระทรวง สามารถดำเนินการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางแพ่งเกี่ยวกับที่ดินที่ไม่ใช่เรื่องกรรมสิทธิ์ ข้อพิพาทระหว่างทายาท เกี่ยวกับทรัพย์สินมรดก หรือข้อพิพาทอื่นตามที่จะมีการกำหนดในพระราชกฤษฎีกา และข้อพิพาทอื่นที่มีทุนทรัพย์ไม่เกินห้าล้านบาท และข้อพิพาททางอาญาในความผิดอันยอมความได้ และความผิดลหุโทษได้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในพระราชบัญญัตินี้ โดยหน่วยงานของรัฐแห่งใดประสงค์จะดำเนินการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทตามกฎหมายนี้ จะต้องแจ้งความประสงค์ให้กระทรวงยุติธรรมทราบด้วย แต่ทั้งนี้หากหน่วยงานของรัฐแห่งใดมีการดำเนินการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทตามหน้าที่และอำนาจของตนอยู่แล้ว ก็สามารถดำเนินการต่อไปได้โดยไม่มีผลกระทบต่อกรดำเนินการตามพระราชบัญญัตินี้

กระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทดังที่ได้กล่าวมาถือได้ว่าเป็นการพัฒนากระบวนการยุติธรรมทางเลือกให้แก่ประชาชน เป็นประโยชน์ในการช่วยให้คู่ความทั้งสองฝ่ายหรือทุกฝ่ายบรรลุข้อตกลงร่วมกันจากกรณี พิพาท ส่งผลให้ข้อพิพาทยุติลงไม่ต้องนำคดีไปสู่ศาล ลดปัญหาความขัดแย้ง สร้างความสมานฉันท์ขึ้นในสังคม

เนื่องจากพระราชบัญญัตินี้เป็นกฎหมายใหม่ จึงควรที่จะส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนทั่วไป และหน่วยงานภาครัฐได้รับทราบเพื่อให้กระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท

เอกสารอ้างอิง

- จันทร์เพ็ญ งามวิไลวงศ์. (2549). **แนวทางกฎหมายว่าด้วยการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในประเทศไทย: ข้อพิจารณาจากกฎหมายแม่แบบของ Uncitral**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจมหาบัณฑิต.
- โชติช่วง ทังวงศ์. (2540). **แนวทางการไกล่เกลี่ยคดีทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ**. หลักสูตรผู้บริหารกระบวนการยุติธรรมระดับสูง (บ.ย.ส.) รุ่น 2.
- ณพชาติ ธรรมศักดิ์. (2550). **บทบาทของศาลและปัญหาในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทคดีความที่ขึ้นสู่ศาล**. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บุญตา ส.ผาบมีชัย. (2547). **กระบวนการว่าด้วยการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท: ศึกษาเปรียบเทียบตามกฎหมายไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2547.
- ปรัชญา อยู่ประเสริฐ. (2548). **ขั้นตอนกระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท**. รวมบทความการไกล่เกลี่ยและการประนีประนอมข้อพิพาทและความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- ภานุ รังสีสหัส. (2556). **เทคนิค จิตวิทยาและการสื่อสารสำหรับการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท**. กรุงเทพมหานคร: สำนักวิจัยข้อพิพาท สำนักงานศาลยุติธรรม.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร บริษัท ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน).

สำนักงานศาลยุติธรรม, สำนักกระงับข้อพิพาท. (2547). การปฏิบัติงานของอาสาสมัครไกล่เกลี่ยข้อพิพาท
ในชุมชน : ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไข. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานศาลยุติธรรม.

สำนักกระงับข้อพิพาท สำนักงานศาลยุติธรรม. (2553) การประเมินผลโครงการนำร่องเพื่อเสริมสร้าง
กระบวนการปฏิบัติงานและเพิ่มศักยภาพอาสาสมัครไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในชุมชน [อ.ก.ช.].
นนทบุรี: เอส พี วี การพิมพ์.

ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม อาคารชุด ห้างสรรพสินค้า ในอาคารเดียวกัน (Mix Use Project) ในประเทศไทย

Legal Problems About Real Estate Development Hotel Condominium Plaza in One Building (Mix Use Project) in Thailand

ธันย์ธรณ์เทพ แยมอุทัย

Thundthornthep Yamoutai

คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 089-4747704

Faculty of Law, Bangkokthonburi University, 089-4747704

thund@lawrepublic.co.th

บทคัดย่อ

การวิจัยปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรมอาคารชุด ห้างสรรพสินค้า ในอาคารเดียวกัน (Mix Use Project) ในประเทศไทยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) ทำการศึกษาและทำความเข้าใจแนวคิดของการกฎหมายอาคารชุด กฎหมายโรงแรม กฎหมาย เกี่ยวกับการก่อสร้างอาคาร กฎหมายสิ่งแวดล้อม 2) ทำการศึกษาและทำความเข้าใจ แนวคิด รูปแบบ ของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ 3) ทำการศึกษากฎหมายที่เหมาะสมกับประเทศไทย โดยไม่ จำเป็นต้องเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศ เพราะประเทศไทยสามารถพัฒนากฎหมายให้ สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย ซึ่งเป็นเรื่องภายในประเทศไทยที่คนไทยสามารถเป็นผู้นำทาง ความคิดได้โดยไม่ต้องตามหลังประเทศอื่น ๆ 4) วิเคราะห์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการพัฒนากฎหมายที่ จะเป็นกฎหมายที่บูรณาการการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบพิเศษ ซึ่งเป็นอาคารที่รวมการใช้งาน และวัตถุประสงค์การใช้งานอาคารในหลายๆ ประเภทไว้ในอาคารเดียวกัน 5) เสนอทางออกและหา แนวทางที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหา

วิธีในการศึกษารายงานฉบับนี้ ผู้วิจัยได้วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็น การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) กล่าวคือ ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวบทกฎหมาย ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ แบบ MIX USE PROJECT นั้น ได้แยกกฎหมายเป็นคนละฉบับ ไม่มีการบูรณาการระหว่างกฎหมายด้วย กันเอง เสมือนหนึ่งว่าคนใช้ไม่ได้ร่างกฎหมาย ส่วนคนร่างไม่เคยพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และไม่เข้าใจ หรือไม่รับรู้ว่ามีมูลค่าที่ดิน หรือต้นทุนต่าง ๆ มีมูลค่าสูงมากเพียงใด ไม่เดือดร้อน ใช้ประโยชน์จากที่ดินที่ จำกัดอย่างไม่คุ้มค่า ไม่เข้าใจธุรกิจและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคม กฎหมายมีความล้าหลังและ ไม่เท่าทันต่อการพัฒนาการทางด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และการลดภาระค่าใช้จ่ายของสังคมคน เมืองที่มีความหลากหลายมากขึ้น

คำสำคัญ : อสังหาริมทรัพย์ อาคารชุด ห้างสรรพสินค้า

Abstract

The legal research in relation to the real estate development for the building which comprise of hotel, condominium, and plaza in one building (Mix Use Project) in Thailand for the purpose of 1) Research and understanding the methodology of condominium law, hotel law, construction law and environment law, 2) Research and understanding the methodology of pattern of real estate development, 3) Research the law which appropriate with the Kingdom of Thailand, it shall not compare with the other country law because the Thai law could be developed under the Thai nature; provided that, this is an internal law where the Thainess could be the leader of thinking and shall not necessary to follow the other country, 4) Analyze the problem where occurred from the development of law, it could be integrated as the special law for real estate development where integrated the usage objective for multi-purpose of building in one building, 5) To offer the suitable problem solving to this matter.

The methodology of this research, the researcher has been research as Qualitative Research in the form of Documentary Research by research and analyze the information from the relation law coding.

The result of this research found that the current law for the real estate development as MIX USE PROJECT still be separated, it has not been integrated with each other. The current law seems as the person who bill the law never been practice and the real estate developer have no opportunity to bill the law. They have no realized that the price of land or other cost meet the highest price, and they have no effect for this matter. The usage of land must be highest utilized and commercial purpose and also adaptive follow the social changing, which they have not understanding. The current law has not update and not follow to the real estate development and the social living cost of the urban people where it more diversity.

Keywords: Real Estate, Condominium, Plaza

บทนำ

กฎหมายอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบัน ได้แยกกฎหมายอาคารชุด กฎหมายเกี่ยวกับการก่อสร้าง กฎหมายโรงแรม กฎหมายสิ่งแวดล้อม แยกต่างหากออกจากกัน ไม่มีการบูรณาการซึ่งกันและกัน แยกหน่วยงานรับผิดชอบ เช่น กรมที่ดิน ดูแลเรื่องการกฎหมายการจดทะเบียนอาคารชุด ซึ่งหากกรมที่ดิน เห็นว่าในอาคารชุดนั้น มีโรงแรม มีห้างสรรพสินค้า กรมที่ดินจะบังคับใช้กฎหมายอาคารชุด ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการจดทะเบียนอาคารชุด กรมที่ดินอาจปฏิเสธไม่รับจดทะเบียนให้เป็นอาคารชุด ซึ่งกว่าจะถึงระบบการจดทะเบียนของกรมที่ดินนั้น อาคารนั้น ๆ ต้องสร้างจนเสร็จแล้ว ซึ่งในที่สุด ผู้พัฒนาโครงการจะพบปัญหาต่าง ๆ มากมาย เป็นต้น

ในกรณีกฎหมายสิ่งแวดล้อมที่จะต้องจัดทำรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม ปัญหาเพียงเล็กน้อย ที่สามารถแก้ไขปัญหาได้ไม่ยาก ก็จะกลายเป็นเรื่องยากในการที่จะต้องผ่านการจัดทำรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม ข้อขัดข้องบางอย่าง เช่น พื้นที่ข้างเคียงโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ร้องเรียนว่า หากสร้างอาคารข้างๆ พื้นที่บ้านของเขา จะบดบังทิศทางลม ทิศทางแสง ซึ่งส่งผลให้โครงการนั้น ๆ จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงการขนาดใหญ่ หรือไม่สามารถจัดสร้างโครงการเพียงเพราะการไม่ได้รับความยินยอมจากที่ดินข้างเคียงเพียง 1 ราย ซึ่งกฎหมายควรให้ทางออก ให้การเยียวยาที่สมเหตุสมผล และยอมรับได้ เนื่องจากต่างฝ่าย ต่างมีสิทธิเสรีภาพภายใต้กรอบของกฎหมายที่จะปลูกสร้างสิ่งปลูกสร้างในแดนกรรมสิทธิ์ของตน เป็นต้น

ในทางกลับกัน หากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ทั้งหมดมีการบูรณาการและเป็นกฎหมายพิเศษในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบพิเศษได้โดยเฉพาะเจาะจง จะทำให้การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ในเขตเมือง ในเขตที่ดินมีราคาสูง สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุด มีความคุ้มค่า มีราคาที่ต่ำลง ส่งผลต่อค่าครองชีพ การเดินทาง ปัญหามลพิษและสิ่งแวดล้อม ปัญหาจราจร และยังสามารถส่งเสริมการลงทุน กระตุ้นเศรษฐกิจ ได้อย่างดีอีกด้วย เนื่องจากอสังหาริมทรัพย์ คือ การพัฒนาประเทศ ระบบหมุนเวียนเศรษฐกิจ การจ้างงาน การก่อสร้าง เช่น คนที่มีบ้านหรือมีห้องชุดพักอาศัย จะต้องซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ระบบสาธารณูปโภค อาหารและอื่น ๆ อีกมากมาย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ทำการศึกษาและทำความเข้าใจแนวคิดของการกฎหมายอาคารชุด กฎหมายโรงแรม กฎหมายเกี่ยวกับการก่อสร้างอาคาร กฎหมายสิ่งแวดล้อม
2. ทำการศึกษาและทำความเข้าใจ แนวคิด รูปแบบ ของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
3. ทำการศึกษากฎหมายที่เหมาะสมกับประเทศไทย โดยไม่จำเป็นต้องเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศ เพราะประเทศไทยสามารถพัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย ซึ่งเป็นเรื่องภายในประเทศไทยที่คนไทยสามารถเป็นผู้นำทางความคิดได้โดยไม่ต้องตามหลังประเทศอื่น ๆ
4. วิเคราะห์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการพัฒนากฎหมายที่จะเป็นกฎหมายที่บูรณาการการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบพิเศษ ซึ่งเป็นอาคารที่รวมการใช้งานและวัตถุประสงค์การใช้งานอาคารในหลายๆ ประเภทไว้ในอาคารเดียวกัน
5. เสนอทางออกและหาแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหา

การทบทวนวรรณกรรม

เนื่องจากกฎหมายอาคารชุดของประเทศไทย มีการกำหนดให้มีการแยกห้องชุดประเภทห้องชุดพักอาศัย และห้องชุดในเชิงพาณิชย์ออกจากกัน และจะต้องแบ่งแยกทางเข้าออกในลักษณะที่ ห้องชุด ทั้งสองประเภทนี้ในลักษณะที่ไม่สามารถอยู่เกี่ยวหรือใช้ร่วมกันได้

ประกอบกับเมื่อก่อสร้างอาคารที่จะนำมาจดทะเบียนเป็นอาคารชุด พื้นที่ส่วนกลาง เช่น ที่ดินที่ว่างภายนอกอาคาร พื้นที่ ที่มีใช้ทรัพย์สินส่วนบุคคล จะกลายเป็นทรัพย์สินส่วนกลางหมด และบริหารจัดการ

โดยนิติบุคคลอาคารชุด ซึ่งกฎหมายกำหนดให้นิติบุคคลอาคารชุดมีหน้าที่ในการดูแล จัดการ และ รักษาทรัพย์สินส่วนกลางเท่านั้น

เมื่อก่อสร้างอาคารแล้วจะจดทะเบียนเป็นอาคารชุด เพื่อแยกห้องชุดแต่ละห้องเป็นโฉนด กรรมสิทธิ์นั้น อาคาร หรือสิ่งปลูกสร้างนั้น จะต้องเป็นอาคารชุดทั้งอาคารและรวมถึงที่ดินด้วย ทำให้ การทำใช้อาคารนั้น ๆ หรือการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แห่งนั้น จะต้องพัฒนาไปในแบบการใช้งานเป็น อาคารชุด ที่จะต้องมีนิติบุคคลอาคารชุด มีทรัพย์สินส่วนกลาง จะต้องมีการประชุมคณะกรรมการนิติ บุคคลอาคารชุด การประชุมเจ้าของร่วม และต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุดอย่างเคร่งครัด

แต่ในทางกลับกัน หากกฎหมายมีการพัฒนาปรับปรุงให้เป็นกฎหมายพิเศษ สามารถให้อาคาร นั้น ๆ ไม่ต้องเป็นอาคารชุดได้ทั้งอาคาร หรือ เป็นห้องชุดตามกฎหมายอาคารชุดทั้งอาคารก็ได้ แต่ กฎหมายก็จะต้องให้โอกาส หรือเปิดช่องให้ผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ สามารถเลือกได้ว่า จะ ใช้ประโยชน์ในอาคารได้ในหลายๆ วัตถุประสงค์ได้ในอาคาร อาคารเดียวกัน โดยที่ผู้อยู่อาศัยยินยอม และรับทราบล่วงหน้าก่อนที่จะเข้ามาซื้อ หรือมาใช้ประโยชน์จากโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ แบบ MIX USE PROJECT

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีในการศึกษารายงานฉบับนี้ ผู้วิจัยได้วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็น การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) กล่าวคือ ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวบทกฎหมาย ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนั้น พบว่าปัจจุบันกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ แบบ MIX USE PROJECT นั้น ได้แยกกฎหมายเป็นคนละฉบับ ไม่มีการบูรณาการระหว่างกฎหมาย ด้วยกันเอง เสมือนหนึ่งว่าคนใช้ไม่ได้ร่างกฎหมาย ส่วนคนร่างไม่เคยพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และไม่ เข้าใจ หรือไม่รับรู้ว่ามูลค่าที่ดิน หรือต้นทุนต่าง ๆ มีมูลค่าสูงมากเพียงใด ไม่เดือดร้อน ใช้ประโยชน์จาก ที่ดินที่จำกัดอย่างไม่คุ้มค่า ไม่เข้าใจธุรกิจและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคม กฎหมายมีความล้า หลังและไม่เท่าทันต่อการพัฒนาการทางด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และการลดภาระค่าใช้จ่ายของ สังคมคนเมืองที่มีความหลากหลายมากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการวิจัยดังนี้

1. แนวคิดของกฎหมายอาคารชุด กฎหมายโรงแรม กฎหมายเกี่ยวกับการก่อสร้างอาคาร กฎหมายสิ่งแวดล้อม

กฎหมายอาคารชุดมีแนวคิดที่จะมุ่งคุ้มครองประชาชนที่ซื้อห้องชุดเพื่อการอยู่อาศัยเป็น หลัก โดยจะเห็นได้จาก พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 กำหนดว่า

“มาตรา 6/1 ในกรณีที่ผู้มึกรรมสิทธิ์ในที่ดินและอาคารตามมาตรา 6 ทำการโฆษณาขาย ห้องชุดในอาคารชุด ต้องเก็บสำเนาข้อความหรือภาพที่โฆษณา หรือหนังสือชักชวนที่นำออกโฆษณา แก่บุคคลทั่วไปไม่ว่าจะทำในรูปแบบใดไว้ในสถานที่ทำการจนกว่าจะมีการขายห้องชุดหมด และต้องส่ง สำเนาเอกสารดังกล่าวให้นิติบุคคลอาคารชุดจัดเก็บไว้อย่างน้อยหนึ่งชุด

การโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดในส่วนที่เกี่ยวกับหลักฐานและรายละเอียดที่กำหนดไว้ในมาตรา 6 ข้อความหรือภาพที่โฆษณาจะต้องตรงกับหลักฐานและรายละเอียดที่ยื่นพร้อมคำขอจดทะเบียน และต้องระบุรายละเอียดเกี่ยวกับทรัพย์สินส่วนกลางนอกจากที่บัญญัติไว้ในมาตรา 15 ให้ชัดเจน

ให้ถือว่าข้อความหรือภาพที่โฆษณา หรือหนังสือชักชวนเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาจะซื้อจะขายหรือสัญญาซื้อขายห้องชุด แล้วแต่กรณี หากข้อความหรือภาพใดมีความหมายขัดหรือแย้งกับข้อความในสัญญาจะซื้อจะขายหรือสัญญาซื้อขายห้องชุด ให้ตีความไปในทางที่เป็นคุณแก่ผู้ซื้อหรือผู้ซื้อห้องชุด”

“มาตรา 17/1 ในกรณีที่มีการจัดพื้นที่ของอาคารชุดเพื่อประกอบการค้าต้องจัดระบบการเข้าออกในพื้นที่ดังกล่าวเป็นการเฉพาะไม่ให้รบกวนความเป็นอยู่โดยปกติสุขของเจ้าของร่วม

ห้ามผู้ใดประกอบการค้าในอาคารชุด เว้นแต่เป็นการประกอบการค้าในพื้นที่ของอาคารชุดที่จัดไว้ตามวรรคหนึ่ง”

“มาตรา 18 เจ้าของร่วมต้องร่วมกันออกค่าภาษีอากรตามอัตราส่วนที่เจ้าของร่วมแต่ละคนมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลางตามมาตรา 14

เจ้าของร่วมต้องร่วมกันออกค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการให้บริการส่วนรวม และที่เกิดจากเครื่องมือ เครื่องใช้ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน และค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการดูแลรักษาและการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพย์สินส่วนกลาง ตามอัตราส่วนที่เจ้าของร่วมแต่ละคนมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลางตามมาตรา 14 หรือตามส่วนแห่งประโยชน์ที่มีต่อห้องชุด ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในข้อบังคับ

ให้ผู้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินและอาคารตามมาตรา 6 เป็นเจ้าของร่วมในห้องชุดที่ยังไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์ให้แก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง และต้องร่วมออกค่าใช้จ่ายตามวรรคหนึ่งและวรรคสองสำหรับห้องชุดดังกล่าวด้วย”

“มาตรา 33 นิติบุคคลอาคารชุดที่ได้จดทะเบียนตามมาตรา 31 ให้มีฐานะเป็นนิติบุคคล

นิติบุคคลอาคารชุดมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการ และดูแลรักษาทรัพย์สินส่วนกลาง และให้มีอำนาจกระทำการใด ๆ เพื่อประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว ทั้งนี้ ตามมติของเจ้าของร่วมภายใต้บังคับแห่งพระราชบัญญัตินี้”

“มาตรา 48 มติเกี่ยวกับเรื่องดังต่อไปนี้ ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนคะแนนเสียงของเจ้าของร่วมทั้งหมด

- (1) การซื้ออสังหาริมทรัพย์หรือรับการให้อสังหาริมทรัพย์ที่มีค่าภาระติดพันเป็นทรัพย์สินส่วนกลาง
- (2) การจำหน่ายทรัพย์สินส่วนกลางที่เป็นอสังหาริมทรัพย์
- (3) การอนุญาตให้เจ้าของร่วมทำการก่อสร้าง ตกแต่ง ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงหรือต่อเติมห้องชุดของตนเองที่มีผลกระทบต่อทรัพย์สินส่วนกลางหรือลักษณะภายนอกของอาคารชุดโดยค่าใช้จ่ายของผู้เป็นเจ้าของ
- (4) การแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อบังคับเกี่ยวกับการใช้หรือการจัดการทรัพย์สินส่วนกลาง
- (5) การแก้ไขเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนค่าใช้จ่ายร่วมกันในข้อบังคับตามมาตรา 32 (8)

- (6) การก่อสร้างอันเป็นการเปลี่ยนแปลง เพิ่มเติม หรือปรับปรุงทรัพย์สินส่วนกลาง
(7) การจัดหาผลประโยชน์ในทรัพย์สินส่วนกลาง

ในกรณีที่เจ้าของร่วมเข้าประชุมมีคะแนนเสียงไม่ครบตามที่กำหนดไว้ในวรรคหนึ่ง ให้เรียกประชุมใหม่ภายในสิบห้าวันนับแต่วันเรียกประชุมครั้งก่อน และมติเกี่ยวกับเรื่องที่บัญญัติไว้ตามวรรคหนึ่งในการประชุมครั้งใหม่นี้ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของจำนวนคะแนนเสียงของเจ้าของร่วมทั้งหมด

จากข้อกำหนดที่กล่าวถึงข้างต้น จากพระราชบัญญัติอาคารชุดจะเห็นได้ว่า กฎหมายมีการมุ่งเน้นการคุ้มครองไปยังประชาชนผู้ซื้อห้องชุดในอาคารชุดเพื่ออยู่อาศัย โดยให้อาคารชุดเป็นอาคารอยู่อาศัยที่มีความสงบสุข และปราศจากการรบกวนใดๆ อันไม่พึงประสงค์ หรือเป็นการเอาเปรียบต่อเจ้าของห้องชุดที่ต้องการซื้อห้องชุดเพื่อการอยู่อาศัยเท่านั้น

ในมาตรา 6/1 ของพระราชบัญญัติอาคารชุดกำหนดให้ข้อความโฆษณาใดๆ ถือเป็นเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาขายห้องชุดที่ผู้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดิน หรือผู้พัฒนาโครงการต้องมีความผูกพันตามการโฆษณาชวนเชื่อ หรือเอกสารประกอบการขายต่างๆ ซึ่งหากจะมองกันในภาพของการคุ้มครองแล้วนั้น ย่อมเห็นได้ว่ากฎหมายให้ความ คุ้มครอง ลูกค้า ประชาชน ที่จะซื้อห้องชุด เป็นอย่างมาก โดยป้องกันการเอาเปรียบจากผู้พัฒนาโครงการ ที่โฆษณาขาย อย่างนี้ และ เมื่อก่อสร้างแล้วเสร็จโครงการ กลับกลายเป็นอีกแบบหนึ่ง ที่ไม่เหมือน กับที่ผู้พัฒนาโครงการ ได้โฆษณาขายไว้ ดังนั้น เมื่อในตอนต้นที่เริ่มต้นทำโครงการและขาย หากผู้พัฒนาโครงการ มีได้กล่าวถึง การทำการค้าเพื่อเชิงพาณิชย์ในห้องชุด ในโครงการคอนโดมิเนียมนั้น ย่อมไม่สามารถกระทำได้ในภายหลัง มิเช่นนั้น จะถือว่าเป็นการกระทำผิดสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ซื้อห้องชุด และยิ่งในตอนท้าย ของมาตรานี้ กำหนดว่า

“ให้ถือว่าข้อความหรือภาพที่โฆษณา หรือหนังสือชักชวนเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาจะซื้อจะขายหรือสัญญาซื้อขายห้องชุด แล้วแต่กรณี หากข้อความหรือภาพใดมีความหมายขัดหรือแย้งกับข้อความในสัญญาจะซื้อจะขายหรือสัญญาซื้อขายห้องชุด ให้ตีความไปในทางที่เป็นคุณแก่ผู้จะซื้อหรือผู้ซื้อห้องชุด”

ย่อมจะเห็นได้ชัดว่า กฎหมายให้ความคุ้มครอง กับผู้ซื้อห้องชุดมากเพียงใด

โดยถัดมา หากมองใน มาตรา 17/1 ที่มีการระบุชัดเจนว่าในกรณีที่มีการจัดพื้นที่ของอาคารชุดเพื่อประกอบการค้าต้องจัดระบบการเข้าออกในพื้นที่ดังกล่าวเป็นการเฉพาะไม่ให้รบกวนความเป็นอยู่โดยปกติสุขของเจ้าของร่วม โดยความหมาย ของมาตรานี้ จะเห็นได้ว่า กฎหมายต้องการจะคุ้มครอง การอยู่อาศัย โดยปกติสุขของเจ้าของร่วม ซึ่ง การทำโครงการ ในลักษณะของ MIX USE PROJECT หรือ การมี โรงแรม หรือ พื้นที่การค้าเชิงพาณิชย์ อยู่ในอาคารเดียวกันกับคอนโดมิเนียม หากมิได้ วางแผนมาก่อน ย่อมไม่สามารถกระทำได้ เพราะขัดต่อกฎหมายบัญญัติ โดยการจัดพื้นที่ ในทางปฏิบัติ ของกฎหมายมาตรานี้ จะต้องแยกทางเข้าออก ลิฟท์โดยสาร บันได ที่จอดรถ หรือการใช้ประโยชน์ ในทรัพย์สินส่วนกลาง แยกออกจากกัน ห้องโถง ทางเดิน ต้องไม่เชื่อมกันระหว่าง พื้นที่พักอาศัย กับพื้นที่ประกอบ การค้าเชิงพาณิชย์ ซึ่งการทำโรมนั้น ก็คือการทำการค้าเชิงพาณิชย์ ในลักษณะหนึ่ง ดังนั้น กฎหมายมาตรานี้ ในวรรคสอง จึงกำหนดอย่างชัดเจนว่า ห้ามผู้ใดประกอบการค้าในอาคารชุด เว้นแต่เป็นการประกอบการค้าในพื้นที่ของอาคารชุดที่ได้จัดไว้ตาม วรรคหนึ่ง ซึ่ง หากผู้พัฒนาโครงการ มีได้กำหนด พื้นที่ สำหรับ ประกอบธุรกิจการค้า ไว้ตั้งแต่ต้นแล้ว นั้น

ยอมทำการค้าในภายหลัง หรือทำกิจการ หรือทำโรงแรม ในอาคารชุดมิได้ และเจ้าของห้องชุด ก็จะมาขาย ห้องชุดของตัวเอง ในลักษณะเป็นการ ให้เช่ารายวัน เพื่อเชิงพาณิชย์ ในลักษณะของการ ประกอบธุรกิจโรงแรม ก็ยอมทำได้เช่นกัน

ในมาตรา 18 กำหนดว่าเจ้าของร่วม ต้องร่วมกันออก ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้ ทรัพย์ ส่วนกลาง การให้บริการส่วนรวม และที่เกิดจากเครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีไว้ใช้ หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน และค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการดูแลรักษา และดำเนินการเกี่ยวกับทรัพย์ ส่วนกลาง ตามอัตราส่วนที่เจ้าของร่วมแต่ละคนมีกรรมสิทธิ์ ในทรัพย์ส่วนกลาง หรือตามส่วนแห่ง ประโยชน์ที่มีต่อห้องชุดทั้งนี้ตามที่กำหนดในข้อบังคับ ในทางปฏิบัติ เจ้าของร่วม เจ้าของห้องชุด ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม จริงๆ นั้น พวกเขาจะใช้ทรัพย์ส่วนกลางอย่างประหยัด เพราะ ตนเอง ต้องออก ค่าใช้จ่าย ในทรัพย์ส่วนกลาง ในการดูแลรักษาทรัพย์ส่วนกลาง เพราะฉะนั้น การใช้ทรัพย์ส่วนกลาง จะเป็นไปโดย ระมัดระวัง ไม่ก่อให้เกิดความเสียหาย ซึ่งในทางกลับกัน เจ้าของร่วมหรือเจ้าของห้องชุด บางราย ที่ใช้ห้องชุด ของตัวเองนั้น เป็นห้องชุดในเชิงการค้าพาณิชย์ เช่นทำโรงแรม หรือธุรกิจ สำนักงาน หรือการค้าขาย ย่อมมีการใช้ห้องชุด และโดยอย่างยิ่ง การใช้ทรัพย์ส่วนกลาง ที่มีมากกว่า ปกติ ในขณะที่ ค่าใช้จ่าย ในการชำระเงิน เพื่อบำรุงรักษาทรัพย์ส่วนกลาง อาจจ่าย เท่ากับ เจ้าของ ห้องชุด หรือเจ้าของร่วม ที่ซื้ออยู่อาศัยจริง ซึ่งจะทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำ ความเอาเปรียบ ในการอยู่ อาศัยร่วมกันในอาคารชุด ดังนั้น กฎหมาย อาคารชุด จึงเปิดช่องว่าง ให้มีการ ชำระค่าใช้จ่าย ใน ลักษณะ ตามส่วนแห่งประโยชน์ที่มีต่อห้องชุด ซึ่งในทางปฏิบัติ กฎหมายอาคารชุด ได้เปิดช่อง ให้ ผู้พัฒนาโครงการ หรือเจ้าของร่วมหรือเจ้าของห้องชุด สามารถประกอบกิจการเชิงพาณิชย์ ได้ในห้อง ชุด และในโครงการ คอนโดมิเนียมนั้น หากว่าผู้พัฒนาโครงการ หรือเจ้าของร่วมเจ้าของห้องชุด ได้ ดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนด ตั้งแต่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในการขายโครงการ คอนโดมิเนียม และมีการ แบ่งแยก ในลักษณะของการจัดพื้นที่ อาคารชุดเพื่อประกอบการค้า ที่แยก ออกจาก พื้นที่ห้องชุดที่เป็นลักษณะของ ห้องชุดพักอาศัย โดยไม่รบกวนความเป็นอยู่โดยปกติสุขของ เจ้าของร่วม ของห้องชุดพักอาศัย ก็ยอมทำได้ และในทางปฏิบัติ อาคารชุดที่ทำในลักษณะ ที่มีห้องชุด พักอาศัย และห้องชุดการค้าเชิงพาณิชย์ อยู่ด้วยกัน ข้อบังคับ ของอาคารชุดนั้น มักจะกำหนด ให้มีค่า ส่วนกลาง ค่าใช้จ่ายในทรัพย์ส่วนกลาง ที่ไม่เท่ากัน อาทิเช่น ห้องชุดพักอาศัย อาจมีค่าใช้จ่าย ในการ บำรุงรักษาทรัพย์ส่วนกลาง ที่ต้องชำระเป็นรายเดือน น้อยกว่า ห้องชุดประเภทเชิงพาณิชย์ เพราะ เนื่องจาก การใช้ประโยชน์ ในทรัพย์ส่วนกลาง การทำให้เกิดความเสื่อมของทรัพย์ส่วนกลาง น้อยกว่า เจ้าของร่วม ในส่วนห้องชุด การค้าเชิงพาณิชย์

ซึ่งในมาตรา 33 ที่ถือเป็น หัวใจสำคัญ และเป็นวัตถุประสงค์ของนิติบุคคลอาคารชุด กำหนดว่า นิติบุคคลอาคารชุด มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดการและดูแลรักษาทรัพย์ส่วนกลางและให้มี อำนาจกระทำการใดๆ เพื่อประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวทั้งนี้ตามมติของเจ้าของร่วมภายใต้ บังคับแห่งพระราชบัญญัตินี้ โดยผู้วิจัย ได้ยก มาตรานี้ เข้ามาใน การวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจาก เคยมี ความเห็นของสำนักงานที่ดิน ในลักษณะของการตอบข้อหารือ ของผู้ประกอบการในธุรกิจการพัฒนา สหกรณ์ทรัพย์ว่าการประกอบกิจการ โรงแรม ในอาคารชุดนั้น อาจขัดต่อ บทบัญญัติของกฎหมาย อาคารชุด เนื่องจาก นิติบุคคลคณะชุดนั้น จะมีหน้าที่เพียงเพื่อจัดการและดูแลรักษาทรัพย์ส่วนกลาง เท่านั้น มิใช่ เป็นตัวแทน หรือเป็นผู้บริหารจัดการ ในลักษณะของการค้าเชิงพาณิชย์ ให้กับ เจ้าของ

ร่วม ที่พักอาศัยอยู่ใน อาคารชุดนั้นๆ เพราะอาคารชุด หลายที่ นิติบุคคลอาคารชุด กลายเป็น เสมือน ผู้ดูแลห้องพักในโรงแรม เนื่องจาก เจ้าของร่วมหรือเจ้าของห้องชุด ที่ใช้ห้องชุดของตัวเอง หรือนำห้องชุดของตัวเอง ออกค่าเช่าหรือออกให้เช่าในลักษณะของการประกอบกิจการโรงแรม แล้วขอให้นิติบุคคลนั้นชุด หรือเจ้าหน้าที่ของนิติบุคคลอาคารชุด ทำหน้าที่ รับฝากกุญแจ เช็คอินเช็คเอาท์ ทำความสะอาดห้อง ทำหน้าที่แม่บ้าน เพื่อประโยชน์ส่วนตน ของห้องชุด ที่ทำการค้าเชิงพาณิชย์ ทั้งๆที่ ห้องชุดของตนเอง เป็นห้องชุด เพียงเพื่อการพักอาศัยเท่านั้น

และในมาตรา 48 ที่กำหนดว่า มติ เกี่ยวกับ เรื่องดังต่อไปนี้ ให้ถือว่า ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของ จำนวนคะแนนเสียงเจ้าของร่วมทั้งหมด จึงถือเป็นมติร่วมกัน โดยในอาคารชุด การกำหนด ข้อบังคับ การแก้ไขเปลี่ยนแปลง ข้อบังคับอาคารชุด จะต้องได้รับ มติร่วมกันของเจ้าของร่วม ตามสัดส่วนจำนวนคะแนนเสียง ตามที่กฎหมายกำหนด หรือตามที่กำหนดในข้อบังคับ ของอาคารชุดนั้น ครอบคลุมที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติของกฎหมาย ซึ่ง ในมาตรานี้ จะเห็นได้ว่าการจัดทําผลประโยชน์ในทรัพย์สินส่วนกลาง จะต้องได้รับ อนุมัติ จากที่ประชุม ใหญ่เจ้าของร่วม ของโครงการอาคารชุด ด้วย ดังนั้นหากการกระทำใด ที่เป็นการ จัดทําผลประโยชน์ในทรัพย์สินส่วนกลาง อาทิเช่น การเก็บค่าที่จอดรถ ในพื้นที่จอดรถ ซึ่งถือเป็นทรัพย์สินส่วนกลาง ในกรณีที่ที่จอดรถนั้นไม่ได้ถูกกำหนดให้เป็นทรัพย์สินส่วนบุคคล ก็จะต้องได้รับ การอนุมัติ โดยที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วม เป็นต้น ที่ผู้วิจัย ทำการยกมาตรานี้ ขึ้นมา เนื่องจาก หากจะทำอาคารชุด ในลักษณะ ของ MIX USE PROJECT นั้น การจัดทําผลประโยชน์ในทรัพย์สินส่วนกลาง จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เนื่องจาก การค้าเชิงพาณิชย์การทำธุรกิจก็ต้องปรับตัว ดังนั้น ผู้ที่ จะซื้อของชุดในโครงการในลักษณะนี้ จะต้องมีความเข้าใจ ต่อความเปลี่ยนแปลง และเข้าใจ ในสิทธิ์ของตัวเอง ตามกฎหมาย อีกด้วย มิเช่นนั้น จะเกิดปัญหาตามมามากมาย จากความที่ไม่เข้าใจ จนทำให้ตนเอง ที่ใช้ห้องชุดเพื่อการพักอาศัย รู้สึกมีความเสียเปรียบ และไม่พอใจ จนเกิดปัญหาต่างๆตามมา

นอกจากนี้ ในส่วนกฎหมายโรงแรมนั้น ในพระราชบัญญัติโรงแรม ได้วางกฎเกณฑ์ เอาไว้ว่า ผู้ใดจะประกอบธุรกิจโรงแรม ผู้นั้นต้องได้รับการอนุญาตตามกฎหมาย มิเช่นนั้นจะประกอบธุรกิจโรงแรมมิได้ ซึ่งหนึ่งในพื้นฐานของการประกอบธุรกิจโรงแรม จะต้องยื่นคำขอประกอบธุรกิจโรงแรม โดยเอกสาร คำขอ นั้น ผู้ยื่น คำขอ จะต้อง ทำการยื่นใบขออนุญาตปลูกสร้างอาคาร ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นโรงแรม ด้วย และมีการ กำหนด จำนวนห้องพักโรงแรม ให้ชัดเจน ซึ่งในทางปฏิบัติ การยื่นคำขอประกอบธุรกิจโรงแรม โดยปรากฏคำว่าอาคารพักอาศัยรวม หรืออาคารชุด ในใบอนุญาตก่อสร้างนั้น จะไม่ใช่ปัญหา เพราะ กฎหมายการประกอบธุรกิจโรงแรม ไม่ได้มีข้อห้าม มิให้ใช้ อาคารประเภทอาคารชุด มายื่นคำขอในการประกอบธุรกิจโรงแรม ดังนั้น กฎหมายโรงแรม ไม่ได้มีปัญหา แต่ กลับมีปัญหา ในการยื่นจดทะเบียนอาคารชุด เนื่องจาก ทางกรมที่ดิน จะถือกฎหมายพระราชบัญญัติอาคารชุด เป็นกฎหมายหลัก ซึ่ง การยื่นจดทะเบียนอาคารชุด จะต้อง ยื่นใบอนุญาตก่อสร้าง ซึ่งหากได้ใบอนุญาตก่อสร้างนั้น มีคำว่าโรงแรม มีการใช้วัตถุประสงค์ของอาคารเพื่อประกอบธุรกิจโรงแรม ทางกรมที่ดิน ก็จะมองว่า เป็นการขัด ต่อการ ขอจดทะเบียนอาคารชุด หรือขัดต่อการใช้ประโยชน์ในอาคารชุด ไม่เป็น ไปตาม วัตถุประสงค์ของกฎหมายอาคารชุด ซึ่งการตีความในลักษณะนี้ ของกรมที่ดิน เนื่องจากความไม่ชัดเจน ของกฎหมายอาคารชุด ที่กำหนด ไว้ว่า หากมีพื้นที่เชิงพาณิชย์ หรือห้องชุดเชิงพาณิชย์ จะต้องแยกทางเข้าออกให้ชัดเจน และ เจตนารมณ์ของกฎหมาย

อาคารชุดนี้ เพื่อคุ้มครอง เจ้าของชุด ที่ซื้อห้องชุดเพื่อพักอาศัยเท่านั้น โดยในมุมมองของกรมที่ดิน มองเพียงแค่ว่า ห้องชุดเชิงพาณิชย์ ใช้ประโยชน์ได้ในลักษณะ ของการ ค้ำปลีกเล็กน้อยเท่านั้น อาทิ เช่น ทำร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น ดังนั้น หากมีคำว่าโรงแรม อยู่ในเอกสารการยื่นขอจดทะเบียนอาคารชุด มักจะเป็นเรื่องใหญ่เสมอ และส่งผลให้ ไม่สามารถจดทะเบียนอาคารชุดใด หากเจ้าหน้าที่ของกรมที่ดิน ใช้ดุลพินิจ ในการมองว่า ขัดต่อ เจตนารมณ์ของกฎหมายอาคารชุด

ส่วนแนวคิดของเรื่องกฎหมาย การก่อสร้าง ทางผู้วิจัย ได้ศึกษาเบื้องต้นว่า กฎหมายการก่อสร้าง ในลักษณะของอาคารชุด และอาคารประเภทโรงแรม หากเป็นอาคารขนาดใหญ่ อาคารพักอาศัยรวม กฎหมายการก่อสร้าง ก็จะมุ่งคุ้มครอง ความปลอดภัย ของผู้ใช้อาคาร เป็นสำคัญ ซึ่งได้กำหนดอยู่ในกฎกระทรวงต่างๆ มากมาย ซึ่งหาก ผู้ประกอบการ หรือผู้พัฒนาโครงการอาคารชุดนั้น สามารถยื่นคำขออนุญาตก่อสร้างได้ ตามเงื่อนไข หลักความปลอดภัย ตามเงื่อนไข ของกฎกระทรวงตามกฎหมายเกี่ยวกับการก่อสร้างได้ถูกต้องครบถ้วนแล้ว ก็ไม่ใช่ปัญหา ในการทำโครงการในลักษณะนี้

แนวคิดตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้ศึกษาว่า การทำโครงการ บางประเภท ที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือเข้าเงื่อนไข ที่จะต้องทำรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม ผู้พัฒนาโครงการ ก็จะต้องทำรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม ให้ถูกต้อง เสียก่อน ถึงจะนำ รายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม ที่ได้รับการอนุมัติแล้ว ไปยื่นเป็นเอกสารส่วนหนึ่ง ในการขอใบอนุญาตก่อสร้าง โครงการ ซึ่งในส่วนนี้ ก็ไม่ได้มีผลกระทบอะไร ต่อการทำโครงการในลักษณะนี้ หากผู้ประกอบการ ได้ดำเนินการถูกต้องตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม หรือตามกฎหมายก่อสร้าง เรียบร้อยแล้ว

2. แนวคิด รูปแบบ ของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

แนวคิดรูปแบบของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในลักษณะของ การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภทโรงแรมอาคารชุดและห้างสรรพสินค้าในอาคารเดียวกันนั้นเป็นแนวคิด ที่เพื่อจะตอบโจทย์ สังคมคนเมือง เนื่องจากปัญหา การเดินทางปัญหาค่าครองชีพ ปัญหาราคาน้ำมันที่มีราคาแพง ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิต เป็นอย่างมาก ที่ดินในเมืองที่มีราคาสูง ซึ่งเมื่อผู้ประกอบการ ซื้อที่ดินมาในราคาสูง การทำที่อยู่อาศัยในเมือง หรือการขาย ต่างๆ ก็ต้อง ขายในราคาที่สูงมากๆ จนคนทั่วไป ไม่สามารถหาซื้อได้ ทั้งๆที่ การพัฒนาที่ดินในพื้นที่จำกัด เจ้าของโครงการในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ หากมีทางเลือก ที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นห้องชุด โรงแรม หรือห้างสรรพสินค้าในอาคารเดียวกัน เมื่อพื้นที่การขายมากขึ้น ทำประโยชน์ได้มากขึ้นหลากหลายวัตถุประสงค์ได้มากขึ้น ต้นทุนย่อมลดลง ราคาย่อมปรับลดลงได้มากขึ้น เพราะพื้นที่การขายมากขึ้น การขาย มีช่องทางมากขึ้น ดังนั้นเมื่อมีโอกาสพัฒนาที่ดิน ในเมืองที่มีจำกัดอย่างเต็มศักยภาพ อย่างเต็มวัตถุประสงค์กับการใช้งาน ในอาคารในพื้นที่นั้นๆ ย่อมเป็นสิ่งที่คุ้มค่า และ ทำให้ราคาในการขายอสังหาริมทรัพย์นั้นลดลง เป็นการใช้ที่ดินอย่างคุ้มค่า

3. กฎหมายเกี่ยวกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม อาคารชุด ห้างสรรพสินค้า ในอาคารเดียวกัน (Mix Use Project) ที่เหมาะสมกับประเทศไทย

กฎหมายที่เกี่ยวกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภทโรงแรมอาคารชุดห้างสรรพสินค้าในอาคารเดียวกันที่เหมาะสมกับประเทศไทยนั้น ควรจะเป็นกฎหมาย ที่มีการบูรณาการร่วมกัน หรือเป็นกฎหมายพิเศษเป็นกฎหมายเฉพาะ ซึ่ง ร่วมกันพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ทั้งรูปแบบอาคารชุด โรงแรม ห้างสรรพสินค้า หรือสำนักงานหรืออื่นๆ ในอาคารเดียวกัน เป็นกฎหมาย พิเศษ เป็นกฎหมายฉบับ

เดียว ซึ่งผู้ประกอบการ หรือเจ้าของห้องชุด หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหลายในเรื่องนี้ ไม่ต้องดูกฎหมายหลายบท แต่เป็นกฎหมายพิเศษ เพียงฉบับเดียว ที่จะรวบรวมเรื่องราว วิธีการ ขั้นตอนต่างๆ ในฉบับเดียว ซึ่งจะส่งผลทำให้การพัฒนาสังหาริมทรัพย์ในประเภทนี้ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และชัดเจน เนื่องจากผู้ประกอบการ รอคอย การใช้ประโยชน์ จากที่ดิน ในเมืองที่มีจำกัดอย่างเต็มศักยภาพมานาน แต่ไม่เคยได้รับการตอบสนอง การทำโครงการในพื้นที่จำกัด เลยมีราคาแพง และหากแพงมากๆ ผู้ประกอบการก็ต้องยอมขายแพง ให้กับประชาชนเช่นกัน ซึ่งในโลกในอนาคตราคาที่ดิน ซึ่งเป็นต้นทุนของการประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ก็จะมีราคาสูงมากๆ และสูงขึ้นเรื่อยๆ จนสุดท้าย ผู้บริโภคประชาชนไม่มีกำลังซื้อ พอไม่มีกำลังซื้อ ก็ส่งผลต่อ ผู้ขายซึ่งไม่สามารถขายของได้ เมื่อผู้ขายไม่สามารถขายสินค้าได้ การจ้างงานใหม่ ไม่เกิด การซื้อสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ก็ไม่เกิด ทุกคนได้รับความเสียหาย ธุรกิจประเทศชาติไม่เจริญเติบโต อย่างที่ควรจะเป็น เพียงเพราะ ผู้ออกกฎหมาย ไม่รู้สึกเดือดร้อน ต่อการจัดทำโครงการหรือการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ อย่างแท้จริง

4. วิเคราะห์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการพัฒนากฎหมายที่จะเป็นกฎหมายที่บูรณาการการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบพิเศษ ซึ่งเป็นอาคารที่รวมการใช้งานและวัตถุประสงค์การใช้งานอาคารในหลาย ๆ ประเภทไว้ในอาคารเดียวกัน

ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น จากการพัฒนากฎหมาย อสังหาริมทรัพย์ ในรูปแบบพิเศษนี้ ปัญหาหลักคือ การก่อสร้างอาคารชุด การทำโรงแรม การจดทะเบียนอาคารชุด มีหน่วยงานและกรมกองของทางราชการ หลากหลายหน่วยงาน อาทิเช่น การก่อสร้าง ต้องขออนุญาตก่อสร้าง กับหน่วยงานโยธาธิการ เทศบาล หรือสำนักงานเขต ส่วนการจดทะเบียนอาคารชุด เมื่อก่อสร้างเสร็จแล้ว ก็ต้องไปขออนุญาตกับสำนักงานที่ดิน ที่ขึ้นตรงกับกรมที่ดิน ส่วนเมื่อจดทะเบียนอาคารชุดได้แล้วจะประกอบธุรกิจโรงแรม ก็ต้องไปขออนุญาต กับฝ่ายปกครอง หากในกรุงเทพฯ ก็จะเป็นกรมการปกครอง ส่วนในต่างจังหวัด ก็จะเป็นหน่วยงานทางปกครองที่แยกออกไป เช่นอำเภอ เป็นต้น ดังนั้น ปัญหาของการพัฒนากฎหมายในลักษณะนี้ จะต้องมีการระดมความคิด แนวคิด จากทั้งสามหน่วยงาน เป็นอย่างน้อย เข้ามาร่วมพัฒนากฎหมาย ซึ่งอาจจะมีทาง สิ่งแวดล้อม หรือหน่วยงานที่ดูแลทางด้านสิ่งแวดล้อม เข้ามาร่วม ประกอบเป็นทีมด้วย ก็จะมีความล่าช้าในการออกกฎหมาย หรือความไม่เข้าใจซึ่งกันและกัน เพราะต่างคนมาจากต่างหน่วยงาน มาจากต่างกฎหมาย ยึดถือประโยชน์ที่ต่างกันไป ตามความถนัดในแต่ละด้านของตนเอง ดังนั้น หากยึดถือประโยชน์ ของการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ ของประเทศ และ การใช้ประโยชน์ของที่ดินอย่างคุ้มค่า และการได้รับประโยชน์ ของประชาชน ที่จะสามารถเข้าถึงหรือซื้อสังหาริมทรัพย์ในเมืองได้มากขึ้น ก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง เพราะนับวัน ที่ดินในเมือง ที่มีปริมาณจำกัด ก็จะมีพื้นที่ให้ทำโครงการน้อยลงไปเรื่อยๆ เพราะหากพื้นที่ไหนทำโครงการ เช่นอาคารชุดไปแล้ว จะทุบ เพื่อสร้างใหม่ หรือเปลี่ยนโครงสร้าง ให้เป็นอาคารที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายรูปแบบ ก็จะเป็นการยาก หรือหากทำได้ กฎหมายพิเศษที่กำลังจะพัฒนานี้ ก็ควรให้เสร็จ ที่จะปรับเปลี่ยนโครงการ ของตนเอง มาเป็น อาคารโครงการ ในลักษณะของการใช้ประโยชน์ หลากหลายรูปแบบ โดยเป็นทั้งอาคารชุด พักอาศัย โรงแรม และห้างสรรพสินค้าได้ หากอาคารนั้นมีความปลอดภัย มั่นคง เพียงพอ ที่จะให้ทำเช่นนั้นได้ ก็ไม่ควรจะเป็นข้อห้าม ที่จะห้ามมิให้ทำ ซึ่งหากสามารถทำได้หากสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ในทางปฏิบัติ ผู้พัฒนาสังหาริมทรัพย์ หรือผู้ลงทุน ก็จะมี

ทางเลือกในการพัฒนา โครงการอสังหาริมทรัพย์ ในรูปแบบใหม่ๆ หรือปรับปรุงจากของเดิมๆ ให้มีทางเลือกมากยิ่งขึ้น โดยประชาชนได้ประโยชน์ ในความสามารถเข้าถึง และราคาที่ถูกลง เป็นต้น

อภิปรายผล

ผลที่เกิดขึ้นต่อความสัมพันธ์ของการขาดการบูรณาการทางด้านกฎหมายที่ยังยวด ขาดความบังเอิญเฉพาะในลักษณะของการออกบทบัญญัติของกฎหมาย ที่ไม่สามารถทำความเข้าใจได้ต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของนวัตกรรมการอยู่อาศัยในสังคมที่เปลี่ยนแปลงตามขีดจำกัดของพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการออกกฎหมายใหม่ให้เป็นกฎหมายว่าด้วยการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แบบผสม
2. หากมีความเป็นห่วงเรื่องความปลอดภัยในการใช้อาคาร ความแข็งแรงของโครงสร้างอาคาร ก็ควรกำหนดให้อาคารประเภท MIX USE PROJECT มีความแข็งแรง หรือมีระบบป้องกันอัคคีภัยให้ได้มาตรฐานเพียงพอได้เท่าที่เหมาะสม

การนำไปใช้ประโยชน์

ถึงแม้ว่าการทำวิจัยนี้จะไม่สามารถส่งผลให้เกิดมีการแก้ไขกฎหมายได้ แต่ผู้อ่าน หรือผู้วิจัยจะได้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และสามารถนำไปแก้ไขปัญหาในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ให้สอดคล้องกับกฎหมายปัจจุบันได้ งานวิจัยนี้มีประโยชน์เพียงแค่งานวิชาการ แต่เกิดจากที่ผู้วิจัยได้พบเรื่องจริงในการทำงาน ในการทำธุรกิจอุปสรรคและปัญหา ดังนั้นบทความหรืองานวิจัยนี้จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเรื่องราวที่เป็นความจริงได้

เอกสารอ้างอิง

พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522

ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนต่อการ
บริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล
Legal Issues Related to the Participation of the Community
Organization Council to the Administration of the Subdistrict
Administrative Organization

กฤษณ์รัฐกาญจน์ สามกษัตริย์

Kritnattakarn Samkrasat

สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 089-9966277

Laws Program Faculty of Law, Bangkokthonburi University, 089-9966272

Kaiwar_namnaja@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาถึงบทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชน ตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 และพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 2) เพื่อศึกษาปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล 3) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนที่มีตามกฎหมายของประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศ และ 4) เพื่อเสนอแนวทางในการแก้ไข เพิ่มเติมพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 และพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 ให้สอดคล้องกัน

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพที่เป็นการวิจัยเอกสารที่เกี่ยวกับการกระจายอำนาจการปกครองกับการมีส่วนร่วมขององค์การบริหารส่วนตำบล และสภาชุมชนในการปกครองท้องถิ่นของไทย โดยศึกษาเปรียบเทียบกับ การกระจายอำนาจการปกครองและการมีส่วนร่วมของประชาชนตามกฎหมายต่างประเทศ โดยใช้ข้อมูลเอกสารและข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัย และนำมาทำการวิเคราะห์และการสังเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำเอาข้อมูลเรื่องการกระจายอำนาจการปกครองและการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่อตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า สภาองค์กรชุมชนมีภารกิจในการเสนอแนะปัญหาและแนวทางแก้ไขและการพัฒนาต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อนำไปประกอบการพิจารณาในการจัดทำแผนพัฒนาองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และมีภารกิจเสนอแนะปัญหาและแนวทางแก้ไข หรือความต้องการของ ประชาชน อันเกี่ยวกับการจัดทำบริการสาธารณะของหน่วยงานรัฐหรือขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และควรแก้ไขพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 โดยกำหนดให้สภาองค์กรชุมชน สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาตำบลเพื่อพัฒนาท้องถิ่น โดยนำแนวทางของประเทศญี่ปุ่นที่เปิดประชาชนมีโอกาสริเริ่มเสนอกฎหมาย (initiative) ซึ่งถือเป็นสิทธิในการกำหนดความเป็นอยู่ของตนเองในท้องถิ่น รวมถึงยกเลิกข้อบัญญัติท้องถิ่นของประชาชนเอง

คำสำคัญ: สภาองค์กรชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล ปัญหาทางกฎหมาย

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the roles and duties of the Sub-District Administrative Organization and the Community Organization Council. According to the Tambon Council and Subdistrict Service Organizations Act B.E. 2537 and the Community Organization Council Act B.E. 2551 3) to study the participation of people and communities in accordance with the laws of Thailand and foreign laws; and 4) to propose a solution. Added the Tambon Council and Subdistrict Administrative Service Organization Act B.E. 2537 and the Community Organization Council Act B.E. 2551 to be consistent.

This research is a qualitative study that is a documentary research on decentralization of governance and participation of sub-district administrative organizations and community councils in local governments in Thailand by a comparative study of decentralization and public participation under foreign law, using documented data in research studies and used to analyze and synthesize the data, to bring the data of decentralized governance and participation of people and communities to analyze and synthesize descriptively for objectives and assumptions.

The results showed that The community organization council has a mission to suggest problems and solutions and developments to the local government organization for consideration in the preparation of the local government development plan. and has a mission to suggest problems and solutions or the needs of People in connection with the provision of public services by government agencies or local government organizations And should amend the Community Organization Council Act B.E. able to participate in the preparation of district development plans for local development It adopts a Japanese approach that gives citizens the opportunity to introduce legislation (initiative), which is the right to determine their local livelihood. including abolishing the local ordinances of the people themselves

Keywords: Community organization council, Subdistrict Administrative Organization, legal issues

บทนำ

1.1 ความเป็นมา ข้อเท็จจริง สภาพและความสำคัญของปัญหา

การกระจายอำนาจและการก่อตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและการปฏิรูปสถาบันทางการเมืองและระบบราชการตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2540 นอกจากจะได้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารงานของภาครัฐไทยจากเดิมที่เป็นโครงสร้างที่เน้นการรวมศูนย์อำนาจไว้ที่ระบบราชการส่วนกลางและส่วนภูมิภาคมีการรวมศูนย์อำนาจทางการเมืองไว้ที่ส่วนกลางผ่านการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่เป็นฝ่ายนิติบัญญัติในการตรากฎหมายสำคัญและการจัดตั้งคณะรัฐมนตรีที่เป็นฝ่ายบริหารที่เป็นผู้กำหนดและและควบคุมนโยบายของการบริหารงานภาครัฐในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคหรือการควบคุมอำนาจการบริหารและนิติบัญญัติผ่านระบบการเมืองที่รวมศูนย์และไม่เป็นประชาธิปไตยโดยระบบราชการทหารและพลเรือน กฎหมายให้การรองรับต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนมากยิ่งขึ้น ซึ่ง

ในช่วงระยะเวลาหลังการประกาศใช้รัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 เป็นต้นมาและยังมีความเด่นชัดมากยิ่งขึ้น หลังจากการ ประกาศใช้รัฐธรรมนูญ พ.ศ.2550 โดยเฉพาะการที่ประชาชนสามารถตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐ ผ่านช่องทางต่าง ๆ อีกทั้งยังรองรับการรวมกลุ่มกันของชุมชนท้องถิ่นในการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นสาธารณะตลอดจนการรับรองถึงสิทธิในการเรียกร้องเพื่อตรวจสอบการใช้อำนาจของหน่วยงานราชการได้อย่างถูกต้องและชอบธรรม ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้กระบวนการรวมกลุ่มกันของประชาชนมีความตื่นตัวเพิ่มมากขึ้นเพื่อที่จะแสดงออกถึงความต้องการผ่านทางพื้นที่ทางการเมืองภายใต้บรรยากาศที่สังคมเปิดกว้างมากขึ้นกว่าเดิม หลังจากที่สิทธิและเสรีภาพของประชาชนเคยถูกกดทับมาโดยตลอดจึงทำให้ประชาชนสามารถใกล้ชิดและเข้าถึงอำนาจทางการเมืองได้มากกว่าเดิม (ไพฑูริย์ มาลา, 2553)

สภาองค์กรชุมชนตำบลเป็นการปกครองระดับท้องถิ่นโดยเป็นเวทีพูดคุยเพื่อให้ทุกคนในชุมชนมาร่วมกันพัฒนาชุมชนและแก้ปัญหาร่วมกัน สภาองค์กรชุมชนตำบลเป็นพื้นที่กลางในการรับรู้ปัญหาความต้องการของประชาชนโดยอาศัยความรู้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตของสังคมและชุมชนด้วยตนเอง ดังนั้นสภาองค์กรชุมชนตำบลจึงเป็นเวทีการเรียนรู้ของรูปแบบประชาธิปไตยจากฐานรากที่มีตัวแทนของกลุ่มคนต่าง ๆ เข้ามาร่วมกันทำงานโดยอาสาสมัครและไม่มีผลตอบแทนเกี่ยวข้องกับ ผลประโยชน์ส่วนตนทั้งยังเป็นเวทีให้ประชาชนในพื้นที่ได้ขับเคลื่อนงานสู่การจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ด้วยตนเองมีการพัฒนาแกนนำและจัดการเรียนรู้ประชาธิปไตยชุมชนสู่การเป็น “พลเมืองของคนในชุมชน” ซึ่งสถานะของสภาองค์กรชุมชนตำบลเป็นขบวนการของภาคประชาชนที่มีกฎหมายรองรับสภาองค์กรชุมชนตำบลเป็นเครื่องมือให้เกิดการจัดขบวนองค์กรชุมชนในพื้นที่ ซึ่งเดิมต่างคนต่างดำเนินการให้เกิดการขับเคลื่อนงานร่วมกันอย่างเป็นขบวนการมีระบบมีระเบียบมีกฎกติกากำกับมีการขับเคลื่อนงานที่ได้รับการยอมรับมีการประสานความร่วมมือกันในระดับพื้นที่และระดับประเทศโดยมีกฎหมายเป็นเครื่องมือนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของสังคม (สภาองค์กรชุมชนตำบล, 2564)

ปัจจุบันพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 เป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชน ตามพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 ซึ่งการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล พบว่ามีลักษณะความสัมพันธ์ที่เกิดจากความร่วมมือของทางสภาองค์กรชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จะพัฒนาชุมชนร่วมกันโดยการที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีหน้าที่รับฟังปัญหาจากประชาชนที่เสนอผ่านทางทางประชาคมหมู่บ้านหรือผ่านทางทางประชุมสภาองค์กรชุมชนโดยที่จะมีเจ้าหน้าที่ของทางองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมาเข้าร่วมการประชุมของทางสภาองค์กรชุมชน แล้วนำวาระหรือข้อเสนอที่ได้จากการประชุมไปนำเสนอให้แก่ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพิจารณาแล้วนำไปดำเนินการแก้ไขปัญหา โดยการร่วมกับทางสภาองค์กรชุมชน หรือองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องลักษณะความสัมพันธ์ในเชิงร่วมมือจะมักเกิดกับชุมชนที่ผู้นำท้องถิ่น และประชาชนในท้องถิ่นไม่มีความขัดแย้งกันและเห็นประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนร่วมกันเป็นสำคัญและปัญหาในการบริหารจัดการส่วนท้องถิ่นซึ่งส่งผลกระทบต่อร่วมกันพัฒนาเพราะการให้ความสำคัญกับตัวแทนที่มาจากการเลือกตั้งนั้นอาจจะเกิดปัญหาการละเลยกลไกทางสังคมที่มีอยู่ในวิถีชีวิตและสังคมไทยไม่สะท้อนเสียงที่แท้จริงของประชาชนในท้องถิ่น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สภาองค์กรชุมชน และองค์การบริหารส่วนตำบลสามารถร่วมกันพัฒนาและบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นถึงการเกิดขึ้นขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชนตามกฎหมายในปัจจุบัน จึงเป็นเครื่องมือขององค์กรชุมชนที่ได้รับการรับรองสถานะทางกฎหมายที่

จะใช้ในการขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ภายในของชุมชนและท้องถิ่นบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ทุกฝ่ายเพื่อนำไปสู่การผลักดันเจตนารมณ์ร่วมสู่แผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จากความสำคัญดังที่กล่าวมาแล้วผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาการกระจายอำนาจการปกครองและการมีส่วนร่วมองค์กรการบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชนตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 และพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 ตามกฎหมายในปัจจุบัน เพื่อผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงแนวทางและบทบาทในการกระจายอำนาจการปกครองส่วนท้องถิ่น และทราบถึงรูปแบบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและวิธีการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจากร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนในการบริหารกิจการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามบทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชน และเพื่อใช้เป็นหาแนวทางในศึกษาบทบาทหน้าที่และการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนต่อการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยยังต้องการศึกษาในเรื่องข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับองค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชนว่ามีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกันหรือไม่อย่างไร และปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการที่ท้องถิ่นนั้น ๆ ที่มีหน่วยงานถึง 2 หน่วยงานที่ทำหน้าที่เหมือนถ่วงดุลอำนาจกันในบทบาทที่เหมือนทับซ้อนกันอยู่ ซึ่งอาจเกิดให้เกิดความขัดแย้งมากกว่าหรือน้อยกว่าอย่างไรกับการดำเนินงานของท้องถิ่นผ่านทางองค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชน เพื่อวิเคราะห์และนำผลการศึกษามาสรุปและประมวลเป็นข้อเสนอแนะในข้อกฎหมายให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงบทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชน ตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 และพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551
2. เพื่อศึกษาปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล
3. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนที่มีตามกฎหมายของประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศ
4. เพื่อเสนอแนวทางในการแก้ไข เพิ่มเติมพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 และพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 ให้สอดคล้องกัน

การปกครองท้องถิ่นระดับจังหวัดของประเทศไทย

1. แนวคิดการกระจายอำนาจการปกครองท้องถิ่น

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2556) ได้อธิบายถึง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นองค์กรภาครัฐที่สำคัญในการบริหารประเทศเนื่องจากเป็นองค์กรภาครัฐที่อยู่ใกล้ชิดชุมชนและประชาชนมากที่สุด รู้จักและเข้าใจพื้นที่เป็นอย่างดีเป็นการสร้างโอกาสและส่งเสริมการมีส่วนร่วมและกระจายอำนาจการตัดสินใจลงสู่ระดับพื้นที่เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและแก้ไขปัญหาาร่วมกัน รวมทั้งเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ความรวดเร็วในการปฏิบัติราชการ ดังนั้นในการบริหารจัดการองค์กรจึงมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรในการบริหารจัดการแบบบูรณาการ โดยมีประชาชนเป็นศูนย์กลางโดย

มีเป้าประสงค์ที่จะพัฒนาบุคลากรให้เป็นบุคลากรที่ดีเก่งมีความสุขผูกพันต่อองค์กรและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

เสาวลักษณ์ ปิติ (2556) กล่าวว่า การปกครองประเทศนั้นรัฐส่วนกลางอาจมีข้อจำกัดในการปกครองประเทศหลายประการ เนื่องจากในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันทั้งทางด้านภูมิศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม ทำให้ในแต่ละพื้นที่มีสภาพปัญหาแตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้รัฐส่วนกลางจึงจำเป็นต้องกระจายอำนาจในการปกครองเพื่อแบ่งเบาภาระดังกล่าว เพราะหากประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้บริหารกิจการของท้องถิ่นเองย่อมมีความเข้าใจในสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนได้มากกว่ารัฐส่วนกลางซึ่งเป็นบุคคลภายนอก ดังนั้นการปกครองด้วยตนเองจึงมีบทบาทที่สำคัญในการตอบสนองความต้องการและการแก้ไขปัญหาในท้องถิ่นได้อย่างตรงเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ โดยสาระสำคัญของการกระจายอำนาจการปกครอง คือการให้เสรีภาพแก่ประชาชนในการปกครองตนเอง การกระจายอำนาจการปกครองจึงเป็นรากฐานที่สำคัญของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย

2. การปกครองส่วนท้องถิ่น

ในหัวข้อนี้ผู้ศึกษาจะได้นำเสนอเกี่ยวกับโครงการการปกครองท้องถิ่น เป็นลำดับดังนี้

2.1 โครงสร้างการปกครองส่วนท้องถิ่น

คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการปกครองท้องถิ่น (2559) ได้เสนอหลักการกระจายอำนาจไว้ในข้อเสนอ การปฏิรูปโครงสร้างอำนาจในแนวทางการปฏิรูปประเทศไทยมีรายละเอียดดังนี้

1. การกระจายอำนาจจากรัฐส่วนกลางสู่ท้องถิ่นต้องไม่ใช่แค่การถ่ายโอนอำนาจจากองค์กรปกครองใหญ่สู่องค์กรปกครองเล็กหรือเป็นเพียงการสร้างระบบรวมศูนย์อำนาจขึ้นมาในท้องถิ่นต่าง ๆ แทนการรวมศูนย์อำนาจไว้ที่ส่วนกลางหากต้องดำเนินการควบคู่ไปกับกีดกันอำนาจรัฐและเพิ่มอำนาจประชาชน

2. หลักการเบื้องต้นคือการเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นสามารถจัดการชีวิตและชุมชนของตนเองมากขึ้นโดยเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและการพัฒนาคุณภาพชีวิต การตัดสินใจและการอนุญาต/อนุมัติให้มีการดำเนินการใด ๆ ในท้องถิ่นที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน

3. จะต้องส่งเสริมให้ประชาธิปไตยทางตรงในการตัดสินใจและการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ในสังคมนอกเหนือจากระบอบประชาธิปไตยแบบตัวแทน

3. แนวคิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ลิขิต ธีรเวคิน (2543) ได้กล่าวว่า การปกครองระบอบประชาธิปไตยเน้นการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบต่าง ๆ ของประชาชน รัฐธรรมนูญแต่ละฉบับบัญญัติไว้ว่า ประชาชนจะมีส่วนร่วมทางการเมืองประเด็นใดได้บ้าง ซึ่งการมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาระบบทางการเมืองให้เป็นประชาธิปไตย

4 องค์การบริหารส่วนตำบล

4.1 ความเป็นมาขององค์การบริหารส่วนตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) คือ หน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น มีฐานะเป็นนิติบุคคล และราชการส่วนท้องถิ่น จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม 2538 ต่อมาได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติดังกล่าวส่งผลให้มีการกระจายอำนาจสู่องค์กรประชาชนในระดับตำบลอย่างมาก โดยได้ยกฐานะสภาตำบล ซึ่งมีรายได้ตามเกณฑ์ คือ มีรายได้ไม่รวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณที่ล่วงมาติดต่อกัน 3 ปี เฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละ 150,000 บาท ขึ้นเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล กล่าวได้ว่าการจัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลนี้เป็นผลผลิตหนึ่ง

ของกระแสของสังคมที่ต้องการจะปฏิรูปเมือง ดังนั้นองค์การบริหารส่วนตำบลจึงเป็นมิติหนึ่งของความพยายามในการปฏิรูปการเมืองโดยการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น (โกวิท พวงงาม, 2546, 70)

การปกครองท้องถิ่นระดับจังหวัดของต่างประเทศ

ในส่วนนี้เป็นการศึกษาการปกครองส่วนท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนโดยการเปรียบเทียบการปกครองท้องถิ่นระหว่างกฎหมายของประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศ เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของกฎหมายและลักษณะการปกครองท้องถิ่นระดับจังหวัดต่างประเทศจากประเทศ ได้แก่ ประเทศอังกฤษ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศฟิลิปปินส์ โดยพิจารณาลักษณะการกระจายอำนาจการปกครองและการมีส่วนร่วมของประชาชนซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดการปกครองท้องถิ่นประเทศอังกฤษ

1.1 การบริหารงานการปกครองท้องถิ่น

นันทน์ภัส วงษ์พานิชอักษร (2562) ได้ศึกษาการบริหารรัฐเปรียบเทียบ: รูปแบบการได้มาของผู้ว่าการปกครองท้องถิ่นพบว่า การปกครองส่วนท้องถิ่นประเทศอังกฤษจะเป็นรูปแบบการเลือกตั้งสภาท้องถิ่นเพื่อได้มาในตำแหน่งสมาชิกสภาท้องถิ่นมาจากการเลือกตั้งเพื่อเป็นตัวแทนประชาชนในเขตพื้นที่ของตน

Samuel Humes (1959) ได้อธิบายถึงปกครองท้องถิ่นของประเทศอังกฤษ หรือสหพันธรัฐ มีรูปแบบหน่วยการปกครองท้องถิ่นโดยรัฐที่มีการจัดโครงสร้างการปกครองประเทศโดยจัดแบ่งอำนาจสูงสุดทางการเมืองออกเป็นสองส่วน อำนาจสูงสุดส่วนหนึ่งสงวนไว้กับองค์กรทางการเมืองในระดับชาติ ได้แก่ รัฐบาลสหพันธ์ รัฐสภาแห่งสหพันธ์ และศาลสูงสุดแห่งสหพันธ์ ในขณะที่อำนาจสูงสุดอีกส่วนหนึ่งอยู่กับหน่วยการปกครอง ระดับมลรัฐทุกแห่ง ซึ่งต่างก็มีองค์กรฝ่ายบริหารคือผู้ว่าการรัฐ สถานิติบัญญัติมลรัฐ และศาลมลรัฐของตนเอง กล่าวคือ รัฐบาลสหพันธ์ คือรัฐบาลระดับชาติที่เป็นผู้ใช้อำนาจอธิปไตยของประเทศ (sovereign national government) ตลอดจนดำเนินกิจการสาธารณะภายใต้อำนาจหน้าที่ตามกฎหมายผ่านกลไกระบบราชการ ระดับชาติ ในขณะที่รัฐบาลมลรัฐ คือ รัฐที่มีอำนาจสูงสุดทางการเมืองภายในอาณาเขตพื้นที่ของตนเอง สามารถใช้อำนาจการปกครองภายในโดยเป็นเอกเทศจากรัฐบาลสหพันธ์ในระดับหนึ่ง (quasi-sovereign (federated) state) แต่ละมลรัฐเป็นหน่วยการปกครองที่อยู่ในโครงสร้างการปกครองของสหพันธรัฐ และได้รับการคุ้มครองความเป็นอิสระในตัวเองโดยรัฐธรรมนูญแห่งสหพันธ์ ซึ่งในประเทศที่มีรูปแบบสหพันธรัฐนั้น อำนาจสูงสุดทางการเมืองและอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายของรัฐจะถูกแบ่งออกเป็นสองส่วน ส่วนหนึ่งอยู่กับรัฐบาลระดับชาติ เป็นอำนาจที่ใช้โดยครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ อีกส่วนหนึ่งคืออำนาจของรัฐบาลมลรัฐ เป็นอำนาจที่ใช้สำหรับปกครองเหนืออาณาเขตทางภูมิศาสตร์แต่ละพื้นที่ แต่ละมลรัฐจึงมีอำนาจสูงสุดเหนือประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตปกครองของตนเอง และเป็นเอกเทศจากมลรัฐอื่น ๆ

1.2 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองส่วนท้องถิ่น

ในประเทศอังกฤษนั้นให้ความสำคัญแก่การส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำงานร่วมกับภาคประชาชนและภาคส่วนอื่น โดยมีลักษณะการทำงานที่เปิดเผยและรับผิดชอบแก่ประชาชน กล่าวคือ มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนสม่ำเสมอ ให้ประชาชนเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่น รวมทั้งการสร้างระบบคุณค่าที่ดีที่สุดแก่ประชาชน

(สมคิด เลิศไพฑูรย์และคณะ,2551) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะได้นำเสนอการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนี้

1. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (to access to information)
2. การรับฟังความคิดเห็นของประชาชน
3. การจัดทำงบประมาณและนโยบาย
4. การจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น
5. การร้องเรียน (Petitions)

2. เปรียบเทียบกฎหมายของประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศ

2.1 เปรียบเทียบการปกครองท้องถิ่นประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศ

จากการศึกษาการกระจายอำนาจการปกครองของต่างประเทศทั้งประเทศอังกฤษประเทศญี่ปุ่น และประเทศฟิลิปปินส์ เห็นได้ว่าแต่ละประเทศแม้จะมีโครงสร้างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่แบ่งเป็นฝ่ายบริหารและสภาท้องถิ่นเหมือนกัน แต่พบว่าแต่ละประเทศต่างมีรายละเอียดเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในลำดับต่อไป ในครั้งนี้จึงได้ขอเปรียบเทียบการรูปแบบโครงสร้างและลักษณะเด่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในแต่ละประเทศ จุดเด่นของการปกครองท้องถิ่นประเทศอังกฤษมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลาทั้งในเชิงโครงสร้างการจัด องค์การและวิธีประพฤติปฏิบัติหน่วยการปกครองท้องถิ่นมีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำภารกิจอย่างกว้างขวางและแม้หน่วยงานการปกครองท้องถิ่นจะมีได้มีการรับรองสถานะตามรัฐธรรมนูญแต่รัฐบาลส่วนกลางได้ให้ความสำคัญกับหน่วยการปกครองท้องถิ่นอย่างมาก

สำหรับจุดเด่นของการปกครองท้องถิ่นของฟิลิปปินส์ภายใต้ประมวลกฎหมายการปกครองท้องถิ่นปีค.ศ. 1991 คือ การจัดโครงสร้างภายในของหน่วยการปกครองท้องถิ่นจะมีการแยกกันอย่างชัดเจนระหว่างฝ่ายนิติบัญญัติซึ่งจะมีสภาของท้องถิ่นโดยที่สมาชิกสภาจะมาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชน และฝ่ายบริหารจะมีผู้ว่าราชการจังหวัดสำหรับการปกครองท้องถิ่นในระดับจังหวัด ส่วนเมืองและเทศบาลจะมีนายกเทศมนตรีเมืองและนายกเทศมนตรีเทศบาล ทางด้านจุดเด่นในการจัดโครงสร้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประเทศญี่ปุ่นได้ให้ความสำคัญกับประชาชนในท้องถิ่นโดยระบบการปกครองท้องถิ่นประเทศญี่ปุ่นนั้นมีโครงสร้างการบริหารงานภาครัฐมีสองระดับมีสถานะทางกฎหมายของหน่วยการปกครองท้องถิ่นเป็นผลผลิตที่รับรองโดยรัฐธรรมนูญมีการจัดโครงสร้างการปกครองท้องถิ่นแบบสองชั้น

การวิเคราะห์ปัญหา

1. การวิเคราะห์ปัญหาบทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชนตามกฎหมายในปัจจุบัน

การวิเคราะห์ปัญหาบทบาทหน้าที่ของสภาองค์กรชุมชน ตามพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 ที่มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนและประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศรวมทั้งส่งเสริมให้องค์กรชุมชนในตำบลเกิดความเข้มแข็ง สมาชิกองค์กรชุมชนและประชาชนทั่วไปในตำบลสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยใช้สภาองค์กรชุมชนตำบลเป็นเวทีในการประชุมเพื่อปรึกษาหารือหรือวางแผนพัฒนาและแก้ไขปัญหาในชุมชนท้องถิ่นโดยยึดหลักการประชาธิปไตยจากฐานรากที่แท้จริง เพราะสมาชิกจะมาจากตัวแทนของแต่ละกลุ่มในตำบลที่ร่วมกันจัดตั้งสภาฯ และใช้เสียงข้างมากเป็นมติของที่ประชุม นำไปสู่การแก้ไขปัญหา หรือเชื่อมโยงหน่วยงานต่าง ๆ มาพัฒนาชุมชนร่วมกันได้

ถือได้ว่า บทบาทหน้าที่และสถานภาพทางปฏิบัติของสภาองค์กรชุมชนมีความสอดคล้องกับแนวคิดการกระจายอำนาจนำไปสู่การมีส่วนร่วมทางการเมืองและเป็นการขยายตัวของการเมืองภาคประชาชนในรูปแบบประชาธิปไตยทางตรงจะทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมการปกครองในทุกกระบวนการในท้องถิ่นเพื่อเป็นการรับรองสิทธิชุมชนและสิทธิการเมืองภาคประชาชนตามรัฐธรรมนูญ

2. การวิเคราะห์ปัญหาการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล

จากการศึกษาการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนั้นในการดำเนินงานที่ส่งผลให้้องค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชนร่วมมือกันปฏิบัติงานได้ สภาองค์กรชุมชนเป็นพื้นที่ของกลุ่มองค์กรชุมชนในการขับเคลื่อนร่วมกันซึ่งการรวมกลุ่มที่มีลักษณะนี้ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ในสังคมไทย เพราะการรวมกลุ่มกันดังกล่าวเกิดขึ้นจากความเข้มแข็งของกลุ่มองค์กรชุมชนที่มีการรวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการมาก่อนที่จะมีพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชนอยู่แล้วในลักษณะของสภาชาวบ้าน สภาองค์กรชุมชนมีบทบาทและหน้าที่หนุนเสริมกลไกการทำงานที่มีอยู่แล้วให้สมบูรณ์มากขึ้น จึงไม่มีความซ้ำซ้อน ไม่การแย่งชิงบทบาทหน้าที่ เนื่องจากเป็นกลไกแห่งปัญญามากกว่าอำนาจและผลประโยชน์ เป็นการทำงานแบบจิตอาสา ตรงกันข้ามกลับจะมีส่วนช่วยทำให้ความขัดแย้งแตกแยกในชุมชนที่เกิดขึ้นจากกระบวนการพัฒนาภายนอก ลดลงเสียด้วยซ้ำซึ่งการดำเนินงานที่ส่งผลให้้องค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชนร่วมมือกันปฏิบัติงานได้นั้นมีจุดหมายเดียวกันคือ การทำให้ท้องถิ่นชุมชนเกิดความเข้มแข็ง และประชาชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีเช่นกัน โดยารบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลจะมีหน้าที่วางแผนพัฒนาตำบลและต้องปฏิบัติตามแผนนั้น ซึ่งในการวางแผนองค์การบริหารส่วนตำบลจะต้องเปิดรับฟังความเห็นของประชาชนในพื้นที่ ดังนั้นการที่สภาองค์กรชุมชนตำบลซึ่งเป็นองค์กรของทุกกลุ่มในตำบลได้มีการรวบรวมความต้องการและประมวลเป็นแผนของภาคประชาชนและช่วยหนุนเสริมทำให้แผนขององค์การบริหารส่วนตำบลมีความสมบูรณ์และตรงกับความต้องการของชาวบ้านผ่านจากคณะกรรมการหมู่บ้านที่เป็นตัวแทนภาคประชาชนมีหน้าที่วางแผนจากในระดับหมู่บ้านหรือตำบลก่อนที่จะส่งไปยังจังหวัด ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ได้วางแผนร่วมกันทำให้ทั้งแผนขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชนในการมีส่วนร่วมมีการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนของจังหวัดซึ่งเป็นแผนมาจากความต้องการของชาวบ้านอย่างแท้จริง

3. การวิเคราะห์ปัญหาการปกครองส่วนท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน โดยการเปรียบเทียบการปกครองท้องถิ่นระหว่างกฎหมายของประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศ

การศึกษาโครงสร้างและรูปแบบหน่วยการปกครองท้องถิ่นในแต่ละประเทศนั้นเป็นต้องอาศัยความเข้าใจทั่วไปเกี่ยวกับโครงสร้างของรัฐเป็นพื้นฐาน เนื่องจากรูปแบบการจัดโครงสร้างการปกครองที่แตกต่างกัน คือ รูปแบบรัฐเดี่ยว (Unitary state) และสหพันธรัฐ (Federal state) เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้โครงสร้างการบริหารงานภาครัฐในแต่ละประเทศซึ่งในส่วนนี้ได้ทำการวิเคราะห์เพื่อศึกษาแนวทางปรับปรุงมาตรการทางกฎหมายที่ส่งผลให้้องค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชนร่วมมือกันปฏิบัติงานได้ โดยทำการศึกษาถึงกฎหมายต่างประเทศของประเทศทางตะวันตกและประเทศทางตะวันออก ได้แก่ ประเทศอังกฤษ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศฟิลิปปินส์ โดยพิจารณาลักษณะการกระจายอำนาจการปกครองและการมีส่วนร่วมของประชาชน สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

จากการศึกษากฎหมายของต่างประเทศเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งของประเทศอังกฤษ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศฟิลิปปินส์ พบว่า แต่ละประเทศจะแบ่งการจัดโครงสร้างการปกครองที่แตกต่างกันออกไป ประเทศอังกฤษ มีโครงสร้างระดับสหพันธ์ และมีรัฐและมีอำนาจหน้าที่

ในการจัดทำภารกิจอย่างกว้างขวางและแม่หน่วยงานการปกครองท้องถิ่น จะมีได้มีการรับรองสถานะตามรัฐธรรมนูญแต่รัฐบาลส่วนกลางได้ให้ความสำคัญกับหน่วยการปกครองท้องถิ่นอย่างมาก

สำหรับระบบการปกครองท้องถิ่นประเทศญี่ปุ่นแบ่งเป็น 2 ระดับใหญ่ คือ จังหวัดและเทศบาล โดยบทบาทหน้าที่ของเทศบาล ได้แก่

1. ให้บริการเกี่ยวข้องกับธุรกิจประจำวัน เช่น การจดทะเบียนครอบครัวและผู้อยู่อาศัย รวมทั้งการออกเอกสารรับรองต่าง ๆ
2. การจัดบริการทางด้านสาธารณสุขและความปลอดภัย และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การดับเพลิง การจัดเก็บขยะมูลฝอยและกำจัดสิ่งโสโครก การจัดให้มีน้ำประปาและสวนสาธารณะ
3. การดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาเมือง เช่น การวางผังเมือง การก่อสร้างและบำรุงรักษาทางหลวง และงานที่เกี่ยวข้องกับแม่น้ำ
4. การดำเนินงานเกี่ยวกับการบริหารงานและการจัดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ รวมทั้งศาลาประชาชน สถานรับเลี้ยงเด็ก โรงเรียนประถมศึกษา และมัธยมต้น และห้องสมุด

ประเทศฟิลิปปินส์ เป็นระบบ 3 ชั้น ประกอบด้วย จังหวัด เมืองและเทศบาล และหมู่บ้านหรือบารังไก นอกจากนี้บทบาทหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของต่างประเทศ เทศบาลมีบทบาทหน้าที่ต่างกัน ดังต่อไปนี้

1. ควบคุมดูแลการดำเนินงานและการให้บริการต่าง ๆ ภายในขอบเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบ
2. บังคับใช้กฎหมายและพระราชกำหนดที่เกี่ยวข้องกับกิจการของท้องถิ่นในขอบเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบ และการนำนโยบายต่าง ๆ ออกไปปฏิบัติให้บรรลุผล
3. การเก็บภาษีและสร้างแหล่งรายได้ของตนเอง
4. การจัดบริการขั้นพื้นฐานและจัดให้มีสาธารณูปโภคที่เพียงพอ
5. ทำหน้าที่หรือให้บริการอย่างอื่นซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

จะเห็นได้ว่า บทบาทหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของต่างประเทศจะมีบางเรื่องที่เหมาะสมกับบทบาทอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ของประเทศไทยโดยเฉพาะในทางที่เกี่ยวข้องกับการการจัดบริการขั้นพื้นฐานและจัดให้มีสาธารณูปโภคที่เพียงพอ

สรุปผล

การศึกษาการกระจายอำนาจการปกครองและการมีส่วนร่วมขององค์การบริหารส่วนตำบล ตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 และสภาองค์กรชุมชนพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงบทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชน ตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 และพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 เพื่อศึกษาปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนที่มีตามกฎหมายของประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศ และเพื่อเสนอแนวทางการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 และพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งมีการวิเคราะห์เอกสาร โดยใช้ข้อมูลในการ ศึกษาวิจัยจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ กฎหมาย ระเบียบ ประกาศที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทุติยภูมิ เช่น หนังสือ วารสาร บทความ วิชานิพนธ์ เอกสารงานวิจัย สิ่งพิมพ์ และข้อมูลจากสิ่งพิมพ์ อิเล็กทรอนิกส์ จากทางเว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นต้น นำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์แบบพรรณนา โดยมีสมมติฐานการศึกษาโดย

มุ่งเน้นศึกษาพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 เป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชน ตามพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 ในการร่วมกันพัฒนา เนื่องจากให้ความสำคัญกับตัวแทนที่มาจาก การเลือกตั้งจนเลยกลไกลทางสังคมที่มีอยู่ในวิถีชีวิตและสังคมไทย ไม่สะท้อนเสียงที่แท้จริงของประชาชนในท้องถิ่น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง แก้ไข เพื่อให้สภาองค์กรชุมชน และองค์การบริหารส่วนตำบลสามารถร่วมกันพัฒนาและบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งนำมาสรุปผลงานวิจัยดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ค้นพบสามารถนำมาสรุปผลวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. จากการศึกษาบทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชนพบว่า บทบาทหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของต่างประเทศจะมีบางเรื่องที่เหมือนกับบทบาทอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ของประเทศไทยโดยเฉพาะในทางที่เกี่ยวกับการการจัดบริการขั้นพื้นฐานและจัดให้มีสาธารณูปโภคที่เพียงพอ สำหรับบทบาทหน้าที่ของสภาองค์กรชุมชน ตามพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 นั้นบทบาทหน้าที่และสถานภาพทางปฏิบัติของสภาองค์กรชุมชนมีความสอดคล้องกับแนวคิดการกระจายอำนาจนำไปสู่การมีส่วนร่วมทางการเมืองและเป็นการขยายตัวของการเมืองภาคประชาชนในรูปแบบประชาธิปไตยทางตรงจะทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมการปกครองในทุกกระบวนการในท้องถิ่นเพื่อเป็นการรับรองสิทธิชุมชนและสิทธิการเมืองภาคประชาชนตามรัฐธรรมนูญ

2. การมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล พบว่ายังมีปัญหาที่ส่งผลให้องค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชนไม่สามารถร่วมมือกันปฏิบัติงานได้นั้น โดยข้อจำกัดของหน่วยงานราชการโดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยอยู่ในมือของผู้บริหารท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่และยังไม่ตกถึงมือของประชาชนหรือตัวชุมชนอย่างแท้จริง นอกจากนี้ท้องถิ่นเองก็ยังมีประสบปัญหาเกี่ยวกับสถานะทางการคลังที่ต้องพึ่งพางบประมาณจากรัฐเป็นส่วนใหญ่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความเป็นทางการสูงและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลที่รัดกุมในข้อจำกัดของกฎระเบียบ อีกทั้งกำลังถูกครอบงำอย่างแนบเนียนจากหน่วยงานของรัฐประกออบกับสภาของท้องถิ่นก็ไม่มีอำนาจและไม่มี ความเข้มแข็งพอที่จะตรวจสอบและถ่วงดุลฝ่ายบริหารได้จึงทำให้แผนพัฒนาของท้องถิ่นมักถูกกำหนดจากตัวผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ในขณะที่ประชาชนมีส่วนร่วมแค่เพียงในเชิงรูปแบบเท่านั้นโดยเฉพาะแผนพัฒนาที่พบมักเป็นแผนพัฒนาที่เกี่ยวกับการจัดโครงสร้างขั้นพื้นฐานเป็นสำคัญ

3. จากการศึกษาเปรียบเทียบการปกครองส่วนท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนโดยการเปรียบเทียบการปกครองท้องถิ่นระหว่างกฎหมายของประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศ พบว่าการปฏิสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศและต่างประเทศนั้น มีลักษณะดังกล่าวนำไปสู่ผลลัพธ์ที่สำคัญคือการยกระดับศักยภาพในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้กว้างขวางยิ่งขึ้นกว่าขอบเขตภารกิจที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่รับผิดชอบโดยเฉพาะ ซึ่งการปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศญี่ปุ่น และอังกฤษ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนกลางกับส่วนท้องถิ่น สำหรับประเทศไทยและฟิลิปปินส์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น สำหรับประเทศไทยพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ.2534 บัญญัติให้การบริหารราชการแผ่นดินแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ บริหารราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น โดยทั้ง 3 ส่วนนี้อยู่ในการควบคุมดูแลของคณะรัฐมนตรีซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบบริหาร ราชการแผ่นดิน อัน

ครอบคลุมไปถึงการกำหนดนโยบายเพื่อให้ข้าราชการนำไปปฏิบัติ การอำนวยความสะดวกและการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนตามกฎหมาย นโยบายและคำสั่งของคณะรัฐมนตรีซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชาสรุปได้ดังนี้

3.1 ระบบการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศอังกฤษมุ่งเน้นไปที่การมีประสิทธิภาพและความโปร่งใสในการให้บริการแก่ประชาชนในท้องถิ่น ประกอบกับมีช่องทางการมีส่วนร่วมและการตรวจสอบโดยภาคประชาชนได้ในหลายรูปแบบ ทั้งในระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การปรึกษาหารือโดยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน และการร้องเรียนต่อคณะกรรมการต่าง ๆ ระดับความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อาทิ การจัดทำงบประมาณและแผนพัฒนาท้องถิ่น ตลอดจนระดับเสริมอำนาจให้แก่ประชาชนผ่านการทำประชามติในเรื่องโครงสร้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงอาจกล่าวได้ว่าการมีส่วนร่วมในการปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศอังกฤษมีลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อประชาชนให้มีบทบาทในกระบวนการบริหารงานและการตรวจสอบ การบริหารงานท้องถิ่นโดยภาคประชาชน

3.2 ระบบการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศญี่ปุ่นมุ่งเน้นมีอยู่ในทุกขั้นตอนของการบริหารจัดการท้องถิ่น ทั้งยังได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามาตรวจสอบการดำเนินงานได้หลายทาง จึงอาจกล่าวได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศญี่ปุ่นมีระดับการมีส่วนร่วมที่เข้มข้น โดยเริ่มจากระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ระดับการปรึกษาหารือโดยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน การร้องขอให้ตรวจสอบและการขอให้ยุบสภา ระดับความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยประชุมเชิงปฏิบัติการในการจัดทำแผนร่วมกับประชาชน ตลอดจนระดับเสริมอำนาจให้แก่ประชาชนผ่านทางทำประชามติและการถอดถอน

3.3 ระบบการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศฟิลิปปินส์จะมุ่งเน้นมีลักษณะขององค์กรกลุ่มมากกว่าปัจเจกบุคคล เนื่องจากประชาชนและชุมชนมีวัฒนธรรมที่เกิดจากการรวมตัวกันของชนเผ่าต่าง ๆ และระบบการปกครองตนเอง ดังนี้ ประชาชนและชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการปกครองและการพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างกว้างขวางและกำหนดให้รัฐจะต้องเคารพบทบาทขององค์กรภาคประชาชน จึงถือเป็นลักษณะเด่นของการมีส่วนร่วมของชุมชนในประเทศฟิลิปปินส์

4. จากการศึกษาพบว่า โดยหลักการแล้วถือว่าเป็นสิ่งที่ดีในการที่จะเปิดโอกาสให้ชุมชนโดยสภาองค์กรชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและรับรู้ในนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้มีความโปร่งใส และสามารถสร้างความเข้าใจอันดี และเป็นประโยชน์ต่อชุมชนอย่างแท้จริง แต่ทว่าหากมองให้ลึกลงไปในบริบทของการเมืองท้องถิ่น หรือความขัดแย้งภายในชุมชนแล้ว จะพบว่า อาจนำไปสู่ปัญหาการใช้อำนาจตามบทบาทที่กฎหมายกำหนดให้ของสภาองค์กรชุมชนในการคัดค้าน โต้แย้งต่อนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ แล้วจะนำไปสู่ข้อยุติกันอย่างไร โดยใช้ข้อกฎหมายใดเป็นหลัก ซึ่งในส่วนนี้เห็นได้ว่า พระราชบัญญัติทั้งสองมีความทับซ้อนในการใช้ขอบเขตอำนาจอยู่บ้าง หากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพิกเฉยต่อสภาองค์กรชุมชนแล้ว จะสามารถทำได้หรือไม่ และสภาองค์กรชุมชนจะดำเนินการอย่างไรต่อไป ควรกำหนดให้มีอำนาจเพิ่มขึ้นหรือไม่ หรือแท้จริงแล้วกลับควรลดบทบาทและขอบเขตอำนาจของสภาองค์กรชุมชนให้น้อยลง เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้ง ประเด็นเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ต้องพิจารณาในการปรับปรุงแก้ไขข้อกฎหมายให้มีความรัดกุมหรือเฉพาะเจาะจงมากกว่านี้

ข้อเสนอแนะ

จากผลวิจัยการกระจายอำนาจการปกครองและบทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชน ตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 และพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 ในปัจจุบัน ที่ค้นพบนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไปดังมีรายละเอียด ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การมีส่วนร่วมการดำเนินงานองค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชน พบว่า สภาองค์กรชุมชนมีภารกิจในการเสนอแนะปัญหาและแนวทางแก้ไขและการพัฒนาต่อองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อนำไปประกอบการพิจารณา ในการจัดทำแผนพัฒนาองค์การปกครอง ส่วนท้องถิ่น และมีภารกิจเสนอแนะปัญหาและแนวทางแก้ไข หรือความต้องการของ ประชาชนอันเกี่ยวกับการจัดทำบริการสาธารณะของหน่วยงานรัฐหรือขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น ากผลการศึกษากล่าวได้ว่า การมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนในกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาตำบล ทำให้ทราบปัญหาและปัจจัยที่สนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคของการ มีส่วนร่วมในกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาตำบลดังที่กล่าวไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะได้แก่

1. องค์การบริหารส่วนตำบลควรแต่งตั้งให้สภาองค์กรชุมชนเป็นกรรมการ ในคณะกรรมการพัฒนาท้องถิ่น และหรือคณะกรรมการสนับสนุนการจัดทำแผนพัฒนา ท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยให้สภาองค์กรชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมมากขึ้นในกระบวนการวางแผน พัฒนาตำบล อันเป็นบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการดังกล่าว

2. ควรมีการสร้าง ความเข้าใจในบทบาทของสภาองค์กรชุมชนแก่องค์การบริหารส่วนตำบล โดยสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรกลาง ในการดำเนินการ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และเห็นความสำคัญในบทบาทของสภาองค์กรชุมชน

3. สภาองค์กรชุมชนดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ. 2551 มาตรา 21 อย่างต่อเนื่องเป็นเบื้องต้น โดยเฉพาะการจัดเวทีปรึกษาหารือร่วมกันกับประชาชนเพื่อ ค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา และแนวทางแก้ไข รวมถึงประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อโครงการหรือ กิจกรรมขององค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อให้สาธารณะโดยเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบลได้รับรู้บทบาท และตระหนักถึงการมีอยู่ของสภาองค์กรชุมชน

4. ควรมีการใช้จัดทำแผนชุมชนสร้างการเรียนรู้เรื่องราวของชุมชน แก้ไขปัญหาและให้ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาพื้นที่และท้องถิ่น และสนับสนุนให้สภาองค์กรชุมชนตำบลเป็นกลไก หลักที่รับฟังและสะท้อนปัญหาในชุมชนได้ทุกเรื่องกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัดการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้ทุก ฝ่ายนำไปใช้ร่วมกัน และสร้างผลงานที่เป็นรูปธรรมเชิงประจักษ์ในระยะสั้นที่คนในชุมชนพอใจ และมี ผลงานต่อเนื่องที่นำไปขยายผลได้และวางกติกาการดำเนินงานสภาเพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ควรแก้ไขพระราชบัญญัติสภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 โดยกำหนดให้สภาองค์กรชุมชน สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาตำบลเพื่อพัฒนาท้องถิ่น โดยนำแนวทางของประเทศญี่ปุ่นที่เปิด ประชาชนมีโอกาสริเริ่มเสนอกฎหมาย (initiative) ซึ่งถือเป็นสิทธิในการกำหนดความเป็นอยู่ของตนเองใน ท้องถิ่น รวมถึงยกเลิกข้อบัญญัติท้องถิ่นของประชาชนเอง เช่น ระบุเรื่องสภาองค์กรชุมชนที่สามารถ รายงานผลและปัญหาได้อย่างชัดเจน หรือระบุเรื่องที่ไม่สามารถเข้าไปเสนอแนะหรือรายงานผลได้ให้ ชัดเจนว่ามีเรื่องใดบ้าง ระบุขอบเขตอำนาจในการมีส่วนร่วมให้มีความชัดเจนขึ้นในระดับกระบวนการการ

ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงควมมีการระบุขั้นตอนหรือกระบวนการให้มีความชัดเจนกว่านี้

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนในกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาตำบลและควรให้มีการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของสภาองค์กรชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาพื้นที่ร่วมกันต่อไป
2. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเชิงสำรวจและวิธีการศึกษาเชิงปริมาณเพื่อศึกษาและรับทราบความคิดเห็นต่อบทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาองค์กรชุมชนเพื่อผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการบริหารเชิงกลยุทธ์การดำเนินการปกครองส่วนท้องถิ่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2556). **คู่มือการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา แผนพัฒนาสามปี แผนปฏิบัติการและการติดตามประเมินผล**. กรุงเทพฯ: [ม.ป.พ.].
- โกวิทย์ พวงงาม. (2546). **การปกครองท้องถิ่นไทย หลักการและมติใหม่ในอนาคต**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ: บริษัท โรงพิมพ์เดือนตุลา จำกัด.
- คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการปกครองท้องถิ่น. (2559). **แนวทางการปฏิรูปประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- ไททัศน์ มาลา. (2553). **บทบาทในการทำงานร่วมกันระหว่างสภาองค์กรชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. คณะรัฐประศาสนศาสตร์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นันทน์ภัส วงษ์พานิชอักษร. (2562). **การบริหารรัฐเปรียบเทียบ: รูปแบบการได้มาของผู้ปกครองท้องถิ่น: กรณีศึกษา ฝรั่งเศส อเมริกา สวีเดน อังกฤษ ไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น**. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2562.
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2550). **สภาองค์กรชุมชนรวมพลังสร้างความเข้มแข็งของชุมชน**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).
- สมคิด เลิศไพฑูรย์. (2549). **กฎหมายปกครองท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- เสาวลักษณ์ ปิติ. (2556). **แนวทางในการหารูปแบบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย: ศึกษากรณีการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนในการบริหารกิจการท้องถิ่น**. นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Humes. Samuel. (1959). **The Structure of Local Governments Throughout the World [electronic resource] : A Comparative Introduction**. Published January 1st 1961 by Springer (first published January 1st 1959). ISBN13: 9789401504232.

ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานการณ์
COVID-19 ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Problem and Guided Development in Professional Practices Covid-19
Situation of Early Childhood Education Major Students in the
Faculty of Education Bangkokthonburi University

สุดารัตน์ เปรมชิน¹, มัชฌิมา สิบพงษ์²

Sudarat Premchun¹, Muchshima Seubphong²

¹สาขาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โทรศัพท์ 065-2935656

¹Branch Early Childhood Faculty of Educational Bangkokthonburi University, Tel. 065-2935656

²สาขาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โทรศัพท์ 065-0890758

² Branch Early Childhood Faculty of Educational Bangkokthonburi University, Tel. 065-0890758

¹ e-mail: krnoon_bkkthon@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานการณ์ COVID-19 ของนักศึกษา สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาจำนวน 54 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเรื่องปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานการณ์ COVID-19 ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ ด้านที่ 1 ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ มีทักษะการใช้แอปพลิเคชันและโปรแกรมในการสอนออนไลน์ (\bar{X} =3.89) ด้านที่ 2 ด้านผู้เรียน ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ความสนใจของผู้เรียนต่อสื่อการเรียนรู้ (\bar{X} =4.06) ด้านที่ 3 ด้านภาระงานครู ปัญหาที่พบมากที่สุดคือมีทักษะในการจัดกิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์ (\bar{X} =4.11) ความคิดเห็นอื่นๆที่ส่งผลต่อการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูของนักศึกษา ในสถานการณ์ COVID-19 ของนักศึกษา สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัยคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ปกครองที่ต้องดูแลเอาใจใส่ในขณะที่เด็กกำลังเรียนออนไลน์ให้มากขึ้นเนื่องจากผู้ปกครองส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับการให้เด็กเล็กเรียนออนไลน์ และเชื่อมั่นในการเรียนรู้แบบเผชิญหน้ามากกว่า เหตุผลคือ เด็กเล็กไม่สามารถมีสมาธิจดจ่ออยู่กับหน้าจอคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์ได้นานๆและขาดผู้เชี่ยวชาญที่คอยช่วยเหลือดูแลเด็กในขณะที่เรียนออนไลน์

คำสำคัญ : นักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย, การฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู, โควิด-19

Abstract

In this research investigation, the researcher examines the problem and guided development in professional practices in covid-19 situation of the early childhood education major students in the faculty of education Bangkokthonburi University. The sample in this research were 54 students. The research instrument were opinion questionnaire on the problem and guided development in professional practices in covid-19 situation of the early childhood education major students in the faculty of education Bangkokthonburi University. The research showed that the first aspect was the factor affecting performance. The problem found at the highest level was the skills in using applications and programs in online teaching ($M = 3.89$). The second aspect was the students. The problem found at the highest level was the availability of tools and equipment for online learning ($M = 4.06$). The third aspect was the teachers workload. The problem found at the highest level was skill in organizing activities through online ($M = 4.11$). Other Opinions Affecting Student Teacher Experience Training in the Situation of COVID-19 of students in the field of early childhood education Faculty of Education Bangkok Thonburi University found that there were more opinions about parents who need to be cared for while their children are studying online. This is because most parents disagree with having their young children study online and believe in more face-to-face learning .The reason is Young children can't stay focused in front of a computer screen or phone for long and lack specialists to support them while studying online.

Keywords: Early Childhood Education Major Students, Field Experience in Teaching Profession, Covid-19

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) เน้นการวางรากฐานให้คนไทยเป็นคนที่สมบูรณ์ มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย มีค่านิยมที่ดี มีจิตสาธารณะและมีความสุข โดยมีสุขภาพและสุขภาพร่างกายแข็งแรง ครอบครัวอบอุ่น ตลอดจนเป็นคนเก่งที่มีทักษะความรู้ความสามารถและพัฒนาตนเองได้ต่อเนื่องตลอดชีวิต โดยมีเป้าหมายเป้าหมายสำคัญคือ คนไทยมีคุณลักษณะเป็นคนไทยที่สมบูรณ์ มีวินัย มีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม มีความเป็นพลเมืองที่ดีและตื่นรู้ มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์ มีความรับผิดชอบและท ำประโยชน์ต่อส่วนรวม มีวิถีชีวิตที่พอเพียงและมีความสุขเป็นไทย ซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2545 ซึ่งในมาตรา 6 กล่าวว่า การศึกษาต้อง

เป็นไปเพื่อการพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข มีการส่งเสริมให้องค์กร กลุ่มบุคคล ชุมชนและสื่อ เป็นแหล่งเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ เพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต เนื้อหาดังกล่าวยังสอดคล้องกับกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565) ที่กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษามีหน้าที่สอนและถ่ายทอดความรู้ให้แก่เยาวชนและผู้เรียนพร้อมกับท านหน้าที่รวบรวม สังเคราะห์สร้างและเผยแพร่ความรู้ให้เท่าทันกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ซึ่งในฐานะสถาบันผู้ผลิตครูจึงควรจัดกระบวนการเรียนการสอนโดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างให้นักศึกษาวิชาชีพครูมีความสามารถในการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมกระบวนการคิด การร่วมมือกันในการร่วมอภิปรายเพื่อแก้ปัญหาด้านการเรียนการสอนได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของแต่ละโรงเรียน โดยผู้เรียนจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาเนื่องจากผู้เรียนถูกเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับความรู้ไปสู่บทบาทการมีส่วนร่วมในการสร้างความรู้ (Raymond, 1997)อีกทั้งยังเป็นการเตรียมผู้เรียนให้เกิดการพัฒนาไปสู่เป้าหมายที่กำหนด กลายเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีความสุขในสังคมไทยและสังคมโลก แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันทุกประเทศทั่วโลกได้พบปัญหาและอุปสรรคที่ยิ่งใหญ่

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู มาจากคำว่า Professional Training, Professional Experience Training หรือ Field Experience Training ซึ่งวรรณทิพา รอดแรงคำ และ ภาวิณี ศรีสุขวัฒนานันท์ (2550) ได้กล่าวว่าการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู คือ การจัดประสบการณ์ตรงให้นักศึกษานักศึกษาคู ได้มีการเรียนรู้และมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีและปฏิบัติ นอกจากนี้ ชาตรี ฝ่ายคำตา (2553) กล่าวว่าการดำเนินการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู เพื่อให้ให้นักศึกษาจะได้เรียนรู้อย่างเต็มศักยภาพของตนเองนั้น จะต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ได้แก่ ผู้บริหาร คณะกรรมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูของสถาบัน อาจารย์นิเทศก์ ครูพี่เลี้ยง ผู้บริหารโรงเรียน และบุคลากรประจำโรงเรียนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ อาจสรุปได้ว่า การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หมายถึง การฝึกปฏิบัติการทำงานด้วยประสบการณ์จริง โดยนักศึกษาต้องปฏิบัติหน้าที่ของครูทั้งงานสอน และงานในหน้าที่อื่นๆ ภายใต้การกำกับ ดูแลของอาจารย์นิเทศก์ ครูพี่เลี้ยง และโรงเรียนฝึกประสบการณ์

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 ได้เกิดการแพร่ระบาดเป็นวงกว้างในปี 2564 และมีแนวโน้มจะขยายวงกว้างและยืดเยื้อยาวนาน ทำให้การดำเนินการจัดเรียนการสอนของสถาบันการศึกษา จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบอย่างกะทันหัน เพื่อเตรียมพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว จึงได้มีการปรับเปลี่ยนแนวทางการฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาให้สามารถรองรับสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้น โดยใช้แนวทางการนิเทศการสอน ด้วยระบบออนไลน์ ทั้งวิธีระบบติดต่อสื่อสาร ระบบส่งผลงาน ระบบการประเมินโดยอาจารย์นิเทศ และระบบประเมินผลการฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา

จากเหตุผลและสภาพปัญหาที่กล่าวมา จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานการณ์COVID-19 ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการนิเทศออนไลน์ที่ใช้ในการบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพระหว่างปีในสถานการณ COVID-19 ของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

1. การฝึกประสบการณ์วิชาชีพระหว่างปี

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพระหว่างปี หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ในวิชาชีพของนักศึกษา เพื่อให้ศึกษามีโอกาสได้ประสบการณ์จริง ซึ่งเป็นพื้นฐานในการเตรียมตัวเข้าสู่วิชาชีพได้อย่างดี และเมื่อนักศึกษาจบจากสถานศึกษาแล้วนักศึกษาจะสามารถนำทักษะและความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ

2. จุดมุ่งหมายของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพระหว่างปี

2.1 เป็นบุคคลที่มีความสามารถในการจัดการเรียนการสอน โดยจัดบทเรียนให้มุ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ต้องการและมีความเหมาะสมกับความต้องการและความสามารถของเด็ก

2.2 เป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบต่ออาชีพครู รับผิดชอบต่อตนเอง ต่องานที่เป็นหน้าที่ของตนและต่อสังคม

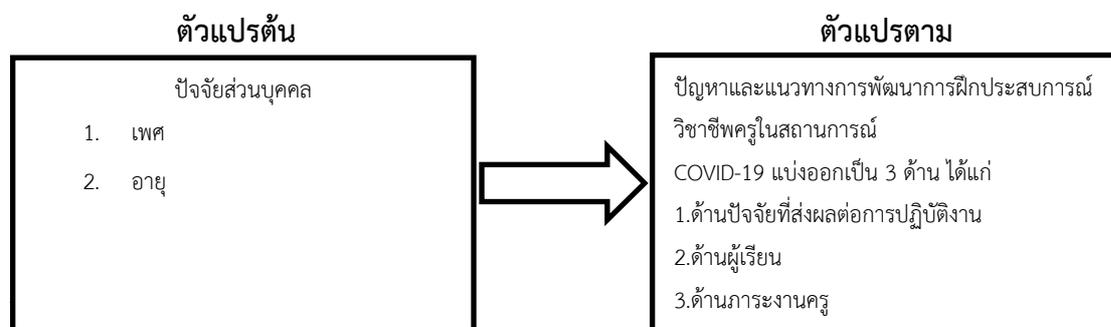
2.3 เป็นผู้ที่มีความประพฤติดี มีบุคลิกภาพที่จะเป็นครูและการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

2.4 นักศึกษาได้พัฒนาความสามารถในการเป็นครูที่พร้อมมีจรรยาบรรณวิชาชีพต้องรู้จักบูรณาการความรู้ทั้งหมดมาใช้ในการปฏิบัติการสอน

2.5 นักศึกษาสามารถทำวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ การศึกษาและฝึกปฏิบัติการพัฒนาหลักสูตรรวมถึงงานอื่นๆที่ได้รับมอบหมาย

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพระหว่างปีในสถานการณ COVID-19 ของนักศึกษา สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มีกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้คือ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัยเรื่องปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพระหว่างปีในสถานการณ COVID-19 ของนักศึกษา สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เป็นการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานการณ์ COVID-19 ของนักศึกษาชั้นปีที่ 5 สาขาวิชาการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือวิจัย / วิธีการรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามความคิดเห็น เรื่องปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานการณ์ COVID-19 ของนักศึกษาชั้นปีที่ 5 สาขาวิชาการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู สาขาวิชาการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ประกอบด้วยเพศและอายุ

ส่วนที่ 2 การศึกษาสภาพปัญหาของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู สาขาวิชาการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ด้านผู้เรียน และด้านภาระงานครู

ส่วนที่ 3 สภาพปัญหาหรือความคิดเห็นอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร คำถามเป็นลักษณะปลายเปิด

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู สาขาวิชาการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร โดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 2 การศึกษาสภาพปัญหาของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู สาขาวิชาการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 สภาพปัญหาหรือความคิดเห็นอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร โดยการสรุปความจากข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู สาขาวิชาการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของจำแนกตามเพศ

ข้อมูลทั่วไป		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	1	1.85
	หญิง	53	98.15
	รวม	54	100

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่านักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 98.15 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 1.85

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของจำแนกตามอายุ

ข้อมูลทั่วไป		ความถี่	ร้อยละ
อายุ	20-25 ปี	52	96.30
	26 ปีขึ้นไป	2	3.70
	รวม	54	100

ตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่านักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 มีอายุอยู่ในช่วง 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 96.30 และ 26 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.70

ผลการวิจัยตอนที่ 2 การศึกษาสภาพปัญหาของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

ตารางที่ 3 ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.
1	ความสะดวกในการเดินทางมาโรงเรียนในช่วงสถานการณ์โควิด-19	3.09	0.78
2	ความเหมาะสมของสถานที่ภายในโรงเรียน	3.11	0.76
3	มาตรการป้องกันโควิด-19ของโรงเรียน	3.17	1.45
4	การจัดเวลาในการปฏิบัติงานประจำวันอย่างเหมาะสม	3.23	0.81
5	การทำงานร่วมกับครูพี่เลี้ยง	3.86	0.64
6	การทำงานร่วมกับบุคลากรในโรงเรียน	3.27	1.32

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.
7	การทำงานร่วมกับเพื่อน	3.41	1.22
8	การปฏิบัติกิจกรรมต่างๆร่วมกับโรงเรียน	3.17	1.04
9	มีทักษะการใช้แอปพลิเคชันและโปรแกรมในการสอนออนไลน์	3.89	1.45
10	ความเหมาะสมของงานที่ได้รับมอบหมาย	3.23	0.81
	เฉลี่ยรวมด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน	3.34	1.03

ตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าปัญหาของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู สาขาวิชาการศึกษาดุริยางค์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ มีทักษะการใช้แอปพลิเคชันและโปรแกรมในการสอนออนไลน์ ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมา คือ การทำงานร่วมกับครูพี่เลี้ยง ($\bar{X} = 3.86$) การทำงานร่วมกับเพื่อน ($\bar{X} = 3.41$) การทำงานร่วมกับบุคลากรในโรงเรียน ($\bar{X} = 3.27$)

ตารางที่ 4 ด้านผู้เรียน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.
1	ความสนใจของผู้เรียนต่อกิจกรรมการเรียนรู้	3.86	0.71
2	ความสนใจของผู้เรียนต่อสื่อการเรียนรู้	3.68	0.72
3	ความสนใจต่อผู้สอน	3.72	0.86
4	ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการเรียนออนไลน์	4.06	0.58
5	ความพร้อมของวัสดุ อุปกรณ์ในการทำชิ้นงานต่างๆ	3.41	1.22
6	การสร้างผลงานตามกำหนดเวลา	3.61	0.92
7	ทักษะในการปฏิบัติ/ทำชิ้นงาน	3.27	1.34
8	การมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน	3.68	0.64
9	มีผู้ปกครองคอยช่วยเหลือในขณะที่เรียนออนไลน์	3.82	0.58
10	ความสม่ำเสมอในการเข้าเรียน	3.27	1.43
	เฉลี่ยรวมด้านผู้เรียน	3.64	0.90

ตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าปัญหาของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู สาขาวิชาการศึกษาดุริยางค์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 ด้านผู้เรียนพบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการเรียนออนไลน์

(\bar{X} = 4.06) รองลงมา คือ ความสนใจของผู้เรียนต่อกิจกรรมการเรียนรู้ (\bar{X} = 3.86) มีผู้ปกครองคอยช่วยเหลือในขณะที่เรียนออนไลน์ (\bar{X} =3.82) ความสนใจต่อผู้สอน (\bar{X} =3.72)

ตารางที่ 5 ด้านภาระงานครู

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.
1	การเตรียมกิจกรรมการเรียนการสอน	3.41	0.75
2	มีทักษะในการทำแผนการจัดประสบการณ์	3.28	0.81
3	มีทักษะในการจัดกิจกรรมผ่านทางออนไลน์	4.11	0.59
4	การควบคุมชั้นเรียน	3.72	0.65
5	การจัดทำสื่อการเรียนการสอน	3.51	0.72
6	การประเมินผลการเรียนรู้ที่เหมาะสม	3.68	0.67
7	มีการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียน	3.24	0.82
8	มีการปฏิบัติหน้าที่ในโรงเรียนนอกเหนืองานสอน	3.15	0.86
9	มีการร่วมกิจกรรมของโรงเรียน	3.32	0.78
10	การติดต่อประสานงานกับผู้ปกครอง	3.84	0.62
เฉลี่ยรวมด้านภาระงานครู		3.53	0.73

ตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าปัญหาของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพรู สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 ด้านภาระงานครู พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ มีทักษะในการจัดกิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์ (\bar{X} = 4.11) รองลงมา คือ มีการติดต่อประสานงานกับผู้ปกครอง (\bar{X} = 3.84) การควบคุมชั้นเรียน (\bar{X} =3.72) การประเมินผลการเรียนรู้ที่เหมาะสม(\bar{X} =3.68)

ผลการวิจัยในตอนต้นที่3 สภาพปัญหาหรือความคิดเห็นอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการฝึกประสบการณ์วิชาชีพรูของนักศึกษาสาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมในเรื่องของอุปกรณ์หรือเครื่องมือในการเรียนออนไลน์ ซึ่งแต่ละครอบครัวมีความพร้อมที่ต่างกัน รวมถึงทักษะของผู้ปกครองหรือผู้ดูแลเด็กในการใช้อุปกรณ์ โปรแกรมหรือแอปพลิเคชันต่างๆ ซึ่งเป็นอุปสรรค ทำให้ไม่สามารถช่วยเหลือเด็กในขณะที่เรียนออนไลน์ได้

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพรูในสถานการณ์ COVID-19 ของนักศึกษา สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานการณ์COVID-19 ของนักศึกษาชั้นปีที่ 5 สาขาวิชาการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร โดยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ผลจากการศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานการณ์COVID-19 ของนักศึกษา สาขาวิชาการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ภาคเรียนที่1 ปีการศึกษา 2564 ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน พบว่าปัญหาทักษะการใช้แอปพลิเคชันและโปรแกรมในการสอนออนไลน์มากที่สุด สอดคล้องกับ กนกวรรณ สุภาราย (2564) ได้นำเสนอบทความเรื่อง “ทักษะครูกับการจัดการเรียนรู้ออนไลน์ยุคใหม่” ไว้ว่าผู้สอนต้องมีการปรับตัวและเตรียมพร้อมสำหรับทักษะการจัดการเรียนการสอนรูปแบบใหม่ ครูจะต้องรู้เท่าทันเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาและใช้อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งครูจะต้องมีความพร้อมและทักษะในการใช้เทคโนโลยี การเลือกใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันได้อย่างเหมาะสมกับกิจกรรมและความสะดวกในการถ่ายทอดความรู้ สามารถแก้ไขปัญหาของคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตเบื้องต้นได้ การเข้าใจเรื่องลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงสามารถถ่ายทอดทักษะการใช้และการแก้ไขปัญหาในขณะที่ใช้เทคโนโลยีให้กับนักเรียนได้

2. ผลจากการศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานการณ์COVID-19 ของนักศึกษา สาขาวิชาการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ภาคเรียนที่1 ปีการศึกษา 2564 ด้านผู้เรียน พบว่า ปัญหาเรื่องความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการเรียนออนไลน์มีมากที่สุด สอดคล้องกับ ถาวร ทิศทองคำ, สุทธิชา เพชรวิระ (2559) ผลการวิจัยพบว่า การใช้แอปพลิเคชันไลน์ในชั้นเรียนภาษาอังกฤษช่วยให้ผู้เรียนมีพัฒนาการด้านทักษะภาษาอังกฤษที่ดีขึ้น โดยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนโดยการใช้ไลน์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การใช้แอปพลิเคชันไลน์ชั้นเรียนภาษาอังกฤษทำให้ผู้เรียนมีความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น ช่วยเพิ่มช่องทางการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน อย่างไรก็ตามปัญหาของผู้เรียนคือ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตซึ่งในบางครั้งอินเทอร์เน็ตไม่ได้เชื่อมต่อเครือข่าย ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถสื่อสารกับผู้สอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ผลจากการศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานการณ์COVID-19 ของนักศึกษา สาขาวิชาการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ภาคเรียนที่1 ปีการศึกษา 2564 ด้านภาระงานครู พบว่า ปัญหาเรื่องภาระงานในการจัดกิจกรรมผ่านทางOnlineมีมากที่สุด สอดคล้องกับ Donohue, Johnson, Lucas, Lynd, Mukerjee, and Thouvenelle (2020) ได้อภิปรายเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินการดำเนินงานจัดการเรียนรู้ทางไกลเพื่อพัฒนาวิชาชีพการศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่มีประสิทธิภาพ เช่น ผู้เรียนทางไกลจะต้องมีแรงจูงใจภายในสูงกว่าการเรียนรู้ในชั้นเรียนปกติและมีวินัยในตนเองมีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จในการเรียนรู้ทางไกลมากที่สุด นอกจากนี้สถาบันต้นสังกัดต้องเข้าใจความต้องการเฉพาะทางของผู้สอนเพื่อเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ การพัฒนาทักษะทางเทคโนโลยี และการสนับสนุน

ด้านนี้อย่างเหมาะสม ในด้านการสอนและการเรียนรู้ผู้สอนควรได้รับสื่อและอุปกรณ์การสอน การเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ

4. จากข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสภาพปัญหาหรือความคิดเห็นอื่นๆที่ส่งผลต่อการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานการณ์ COVID-19 ของนักศึกษา สาขาวิชาการศึกษาศรีอยุธยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ภาคเรียนที่1 ปีการศึกษา 2564 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ปกครองที่ต้องดูแลเอาใจใส่ในขณะที่เด็กกำลังเรียนออนไลน์ให้มากขึ้น เนื่องจากผู้ปกครองส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับการให้เด็กเล็กเรียนออนไลน์ และเชื่อมั่นในการเรียนรู้แบบเผชิญหน้ามากกว่า โดยมีเหตุผลคือ เด็กเล็กไม่สามารถมีสมาธิจดจ่ออยู่กับหน้าจอคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์ได้นานๆและขาดผู้เชี่ยวชาญที่คอยช่วยเหลือดูแลเด็กในขณะที่เรียนออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

การศึกษาในครั้งนี้ควรมีการอบรมให้ความรู้แก่นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ครูและผู้ปกครองในการใช้แอปพลิเคชันและการใช้โปรแกรมในการสอนออนไลน์ รวมถึงการทำสื่อการเรียนการสอนที่ตอบสนองกับผู้เรียนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาและวิจัยในเชิงลึกทั้งอาจารย์นิเทศ ครูพี่เลี้ยงและนักศึกษาเพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู สาขาวิชาการศึกษาศรีอยุธยา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ สุภาราญ. (2564).เรื่องทักษะครูกับการจัดการเรียนรู้ ออนไลน์ยุคใหม่. เข้าถึงได้จาก <https://www.educathai.com/knowledge/articles/372>
- ชนิษฐา หินอ่อน และสุรพันธ์ ต้นศรีวงศ์. (2558). ปัญหาและแนวทางพัฒนากระบวนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้านการสอน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2558.
- ฉวีวรรณ สุวรรณภา อรอนงค์ วุวงศ์ และพัฒน์นรี อัฐวงศ์. (2554). การฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู ของนิสิต มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตร์บัณฑิตมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ชาติรี ฝ่ายตาคำ. 2553. การศึกษาสภาพการจัดประสบการณ์วิชาชีพครูสำหรับนิสิตนักศึกษาครู วิทยาศาสตร์หลักสูตรผลิตครู 5 ปีตามแนวปฏิรูปการเรียนรู้. แหล่งที่มา: <http://lielibrary.trf.or.th>. (2558, เมษายน 3).

- ชาลี ถาศักดิ์. (2525). การศึกษาโครงสร้างและปัญหาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูภาคปฏิบัติ
ของกลุ่มวิทยาลัยครู ภาคอีสาน. วิทยาลัยครูอุบลราชธานี : อุบลราชธานี. (อัคราเนกา).
- ถาวร ทิศทองคำ, สุทธิชา เพชรวิระ. (2559). การใช้ไลน์เพื่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของ
นักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
(วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- บริบูรณ์สุข บัญชรเทวกุล. (2549). สภาพการจัดและความคิดเห็นต่อการสังเกตและฝึกปฏิบัติงาน
ครูดำเนินงาน ประจำชั้นของนิสิต คณะศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
ศึกษาศาสตร์ปริทัศน์. 21(2): 45-56.
- ประมุข กอปรสิริพัฒน์. (2548). การพัฒนาหลักสูตรการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูตามหลักสูตร
การปฏิรูปการฝึกหัดครู. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตร
และการสอน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปารณีย์ชาวเจริญ. (2560). การศึกษาสภาพการนิเทศนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู คณะครุ
ศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น,
11(1), 99-108.
- ปรมันธุ์ กิจรุ่งเรือง, อิศเรศ พิพัฒน์มงคลพร, นภาเดช บุญเชิดชู และกนิษฐา เขาว์วัฒนกุล.(2560).
รูปแบบการสร้างเสริมศักยภาพอาจารย์นิเทศและอาจารย์พี่เลี้ยงเพื่อพัฒนาความสามารถ
ด้านการเป็นที่เลี้ยงวิชาการสำหรับนักศึกษาวิชาชีพครู. Veridian E-Journal, Silpakorn
University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ, 10(3), 104-122.
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2551). คู่มือฝึกประสบการณ์วิชาชีพศึกษาศาสตร์. ศูนย์ฝึก
ประสบการณ์วิชาชีพครูคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณทิพา รอดแรงคำ และภาวิณี ศรีสุขวัฒนานนท์. 2550. การพัฒนารูปแบบการจัดการฝึก
ประสบการณ์วิชาชีพครูวิทยาศาสตร์. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.
- ศิริดา ทองเชื้อ และนฤมล ศราพันธุ์. (2555). ปัญหาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูของนิสิต
ฝึกสอนสาขาคหกรรมศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. แหล่งที่มา:
<http://pirun.kuac.th>. (2558, เมษายน 3)
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2538). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 5).
กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- สรโรชา คล้ายพันธุ์. 2557. ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูของ
นักศึกษาสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตชลบุรี. วารสารการบริหารการศึกษามหาวิทยาลัย
บูรพา. 8 (1), 63-76.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2542. พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542
และที่แก้ไขเพิ่มเติม(ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2545). กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

- อมราพร สุวรรณโชติ. (2528). **การศึกษาเปรียบเทียบปัญหาการฝึกสอนระหว่างอาจารย์นิเทศก์ อาจารย์พี่เลี้ยงและนักศึกษาฝึกสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.**
- เอกภูมิ จันทรวงศ์ชาติ ชาตรี ฝ่ายคำตา และวรรณทิพา รอดแรงคำ. 2555. **การศึกษาสภาพการจัดประสบการณ์วิชาชีพครูหลักสูตรการผลิตครู 5 ปี: รายวิชาการสังเกตและฝึกปฏิบัติงานครู.วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 31(2), 150-165.**
- Dong, C., Cao, S., & Li, H. (2020). **Young children's online learning during COVID-19 pandemic: Chinese parents' beliefs and attitudes.** Children and Youth Services Review,118,105440. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105440>
- Donohue, C. (2019). **Beyond screen time: Better questions for children and technology in 2020.** Retrieved from <https://www.edsurge.com/news/2019-12-28-beyond-screen-time-better-questions-for-children-and-technology-in-2020>.
- Donohue, C., Johnson, A., Lucas, P., Lynd, C., Mukerjee, J., & Thouvenelle, S. (2020). **Distance learning and early childhood education.** Retrieved from <https://eclkc.ohs.acf.hhs.gov/professional-development/article/distance-learning-early-childhood-education>.
- Donna, M. M. 2015. **Examining practice in secondary visual arts education. International Journal of Education and the Arts, 16(17).** Retrieved from <http://www.ijea.org/v16n17/>.
- Kit, G. 1998. **Beliefs of Preservice Teachers toward Art Education. Studies in Art Education, Vol. 39, No. 4 (Summer, 1998), pp. 35**
- Graham, B. (2006). **Conditions for successful field experiences: Perceptions of cooperating teachers.** Teaching and Teacher Education. 22: 1118-1129.
- Raymond, A. (1997). **Inconsistency between a Beginning elementary School Teacher's Mathematics Beliefs and Teaching Practices.** Journal Research in Mathematics Education, 28(5), 550-576.

**ปัญหาและอุปสรรคของการเพิ่มรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
กรณีศึกษา เทศบาลเมืองมุกดาหาร**
**Problems and obstacles in increasing the income of local
government organizations that are not taxed Case Study
Mukdahan Municipality**

ณัฐพล พรหมวิชา,เอราวัน ทัพพลี,เจริญ ศรีศรีลักษณ์ และคำรบ ลีวานิช

Nattapol Promwicha, Erawan Thapplee, Charoen Srissalak, and Khamrob Leewanich

สาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ โทร 0970733621

Branch: Government Department Political Science Tell. 0970733621

e-mail: Nattapon.1925p@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการเพิ่มรายได้ของเทศบาลเมืองมุกดาหาร 2) เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหา ปรับปรุง เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานด้าน การจัดเก็บรายได้ของเทศบาลเมืองมุกดาหารงาน วิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยการรวบรวมข้อมูลจาก เอกสารงานวิจัยทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้บริหารท้องถิ่น เจ้าหน้าที่กองคลัง และเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้รวมทั้ง 8 คน โดยแนวคำถามเป็นแบบมีโครงสร้าง แล้วนำมาวิเคราะห์ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัญหาที่พบขาดความเข้าใจอย่างท้อแท้และ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องการจัดเก็บภาษี การรับบุคลากรเข้ามาทำงานไม่ตรงสายงานที่เกี่ยวข้องการจัดเก็บภาษี เนื่องจากการจัดภาษีนั้นอยู่ภายใต้สังกัดหน่วยงานกองคลัง ซึ่งบุคลากรที่ทำหน้าที่มีความแตกต่างหลากหลายเช่น พนักงานบัญชี ธุรการ พนักงานจัดเก็บ บุคลากรเหล่านี้ขาดความเชี่ยวชาญ ในการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นซึ่งมีความเฉพาะของภาษีแต่ละชนิดทำให้ประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษี ไม่ได้เท่าที่ควรเป็น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีกระบวนการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานรวมทั้งเครื่องมือที่มีความทันสมัย งบประมาณอย่างเพียงพอต่อความต้องการของพนักงานที่เป็นส่วนสำคัญในการจัดเก็บและหารายได้เพื่อเข้ามาสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ส่วนของประชาชน ต้องมีการให้ความสะดวกและควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงในการนำจ่ายภาษีอย่างถูกต้อง และเมื่อภาษีที่ดินสิ่งปลูกสร้างฉบับใหม่เกิดขึ้น ยิ่งทำให้ภาระในการประเมินภาษี และเร่งให้เกิดการจัดเก็บในทันระยะเวลาเป็นอุปสรรคเพิ่มมากขึ้น จากเทคโนโลยีที่เท่าเดิมแต่ข้อมูลของพื้นที่ที่ถูกประเมินนั้นเพิ่มมากขึ้นปัญหาและอุปสรรคอยู่ที่กฎหมายที่เป็นกำหนดและข้อจำกัด ควรมีการเปลี่ยนกฎหมายเพื่อสอดคล้องสถานการณ์ปัจจุบัน ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพิ่มการอบรมเจ้าหน้าที่จัดเก็บและให้ความรู้แก่ประชาชนสร้างความเข้าใจเกี่ยวข้องการจ่ายภาษี

คำสำคัญ: องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น,ภาษี,เทศบาลเมือง

Abstract

This research is to study 1) the problems and obstacles of increasing the income of Mukdahan Municipality 2) solutions improve Increased efficiency in revenue collection management of Mukdahan Municipality Research is qualitative research by collecting data from relevant theoretical research papers and in-depth interviews by the informants: local executives, treasury officers, and revenue collection officers, including 8 people. Research has shown that the problems found lack of genuine understanding and experience involved taxation. The recruitment of persons to work does not match the lines of work related to taxation, since tax arrangements are under the Treasury Department, where personnel who perform the duties have a wide range of differences, such as accounting, administrative, collection staff, etc. These personnel lack the expertise to collect local taxes, which are unique to each type of tax, making the efficiency of taxation not as good as they should be, so the relevant authorities should provide a process of development and optimization of work, as well as modern machines. Adequate budgets to meet the needs of employees who are integral to storing and earning money to enter local government. The public sector needs to be convenient and there should be publicity to pay taxes properly. And when the land tax, a new generation of alarms emerged. It makes it more burdensome to assess taxes. And accelerate the storage in time as an obstacle. According to the same kenology, however, the data on the assessed area is increasingly pimpled, the problems and obstacles lie in the established laws and restrictions. The law should be changed to comply with the current situation, allowing local governments to increase the training of collection officers and educate the public to build understanding of tax payments.

Keywords: Local Government, Taxes, Municipalities

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 เป็นรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันที่ได้ให้ความสำคัญกับการกระจายอำนาจให้แก่ อปท. ต่อเนื่องจากรัฐธรรมนูญปี 2550 โดยได้กำหนดไว้ในหมวดที่ 14 การปกครองส่วนท้องถิ่น ภายใต้มาตรา 250 ที่กำหนดอำนาจหน้าที่ของ อปท. ให้มีการจัดทำบริการสาธารณะและส่งเสริมการศึกษาแก่ประชาชนในท้องถิ่น โดยการจัดทำบริการสาธารณะนั้นอาจร่วมดำเนินการกับเอกชนก็ได้ถ้าเป็นประโยชน์มากกว่าที่ท้องถิ่นจะดำเนินการเอง สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่ได้กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญฉบับนี้ก็คือ รายได้ของอปท. โดยรัฐต้องดำเนินการให้ อปท.

มีรายได้ของตนเองโดยจัดระบบภาษีและการจัดสรรภาษีที่เหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาการหารายได้ของอปท. เพื่อให้สามารถดูแลและจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่น รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการศึกษาในท้องถิ่นอย่างพอเพียง ไร้หวางที่ยังไม่อาจดำเนินการได้ ให้รัฐจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุน อปท. ไปพลางก่อน”(สำนักงบประมาณของรัฐสภา,2564)

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ท้องถิ่นเป็นนิติบุคคลซึ่งมีการบริการจัดการงานจัดเก็บรายได้รวมถึงการใช้จ่ายตามงบประมาณที่กำหนดไว้ อำนาจในการจัดหารายได้มาจาก 4 ทาง คือ รายได้ที่ท้องถิ่นจัดเก็บเอง ภาษีที่รัฐบาลจัดเก็บแล้วแบ่งให้อาจจะเป็นบางส่วน สรรพสามิต ทำให้การกระจายอำนาจทางการคลังถือเป็นหลักการที่สำคัญประการหนึ่งของการเพิ่มศักยภาพให้องค์การบริหารส่วนเทศบาลให้มีขีดความสามารถจัดบริการสาธารณะตามภารกิจต่างๆอย่างรักก็ตามด้วยภาระทางด้านงบประมาณที่รัฐบาลจะต้องใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาประเทศในภาพรวมที่มีมากทำให้รัฐบาลไม่สามารถที่จะดำเนินการจัดสรรรายได้ให้องค์การบริหารส่วนเทศบาลตามที่กฎหมายกำหนดไว้ทำให้เกิดประเด็นที่รัฐบาลมุ่งหมายจะให้องค์การบริหารส่วนเทศบาลเพิ่มขีดความสามารถในการจัดเก็บรายได้มาพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างเพียงพอเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระการจัดสรรรายได้จากรัฐบาลตามที่กฎหมายกำหนดไว้อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาให้องค์การบริหารส่วนเทศบาลสามารถพึ่งตนเองได้ในฐานะขององค์กรท้องถิ่นอย่างแท้จริงตามหลักการกระจายอำนาจรัฐบาลจำเป็นต้องปรับปรุงหลักเกณฑ์การแบ่งจัดสรรภาษีอากรและเงินอุดหนุนให้องค์การบริหารส่วนเทศบาลให้เหมาะสมกับความรับผิดชอบในการให้บริการสาธารณะขององค์กรบริหารส่วนเทศบาลในรูปแบบงบประมาณการถ่ายโอนภารกิจและงบประมาณเพื่อสนับสนุนการให้บริการสาธารณะขององค์กรบริหารส่วนเทศบาลที่อาจเพิ่มขึ้นในอนาคต การเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการตามหลักการกระจายอำนาจท้องถิ่นต้องดำรงความเป็นอิสระงบประมาณ เป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการที่สร้างความเป็นอิสระตั้งนั้นรายได้ที่สำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องจึงมีความจำเป็นที่ได้รับการพัฒนาต่อไป

จากข้อมูลทีกล่าวมาเห็นได้ว่าความสำคัญของหน่วยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสำคัญเป็นฐานรากของการพัฒนา ฐานรากจะเข้มแข็งต้องอาศัยความเป็นอิสระ ทั้งด้านงบประมาณ ดังนั้นท้องถิ่นจะเข้มแข็งได้ต้องอาศัยฐานรากของตนเองไม่พึ่งพารัฐมากจนเกินไป เมื่อเป็นเช่นนั้นแล้วการหารายได้จากการจัดเก็บจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของกระบวนการจัดเก็บรายได้ของท้องถิ่น และเพื่อศึกษาปัญหาให้ชัดเจนและแสวงหาแนวทาง การแก้ไขปรับปรุง ประสิทธิภาพในการทำงานด้านจัดเก็บให้ทรงประสิทธิภาพของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมากขึ้นจึงทำการวิจัยเรื่องนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการเพิ่มรายได้ของเทศบาลเมืองมุกดาหาร
- 2) เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหา ปรับปรุง เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานด้าน การจัดเก็บรายได้ของเทศบาลเมืองมุกดาหาร

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การกระจายอำนาจ การมอบอำนาจให้ท้องถิ่นจัดทำกิจการหรือบริการสาธารณะบางเรื่องภายในเขตของแต่ละท้องถิ่นและท้องถิ่นมีอิสระในการปกครองตนเองการโอนกิจการบริการสาธารณะบางกิจการจากรัฐหรือองค์การปกครองส่วนกลางไปให้หน่วยงานบางหน่วยงานรับผิดชอบจัดทำแยกต่างหากและอย่างเป็นอิสระการปกครองท้องถิ่นเป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐบาลซึ่งเป็นหลักการสำคัญของการกระจายอำนาจการปกครองท้องถิ่นมีขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการแบ่งเบาภาระของรัฐบาล การกระจายอำนาจกับการปกครองท้องถิ่นการกระจายอำนาจ เป็นหลักการอย่างหนึ่งของการปกครองประเทศโดยมีหลักการสำคัญคือเป็นการโอนอำนาจการปกครองจากส่วนกลางไปให้ประชาชนในท้องถิ่นดำเนินการเองโดยมีความเป็นอิสระพอสมควรภายใต้บทบัญญัติแห่งกฎหมายการกระจายอำนาจทำให้เกิดการจัดระเบียบการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นขึ้นเทศบาลถือได้ว่าเป็นหน่วยการปกครองท้องถิ่นอีกรูปแบบหนึ่งตามแนวความคิดของหลักการกระจายอำนาจในเรื่องการกระจายอำนาจ

หลักภาษีท้องถิ่น ท้องถิ่นมีอำนาจการจัดเก็บภาษีค่าธรรมเนียม การออกเทศบัญญัติภาษีของท้องถิ่น ควรจะเป็นสิ่งที่ไม่เคลื่อนที่ (immobile goods) เช่น ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เนื่องจากภาระภาษีตกแก่ประชาชนในท้องถิ่นนั้น ไม่ใช่การเก็บภาษีจากพลเมืองนอกพื้นที่และอัตราภาษีอาจแตกต่างกันได้ตามคุณภาพของบริการสาธารณะ เช่น เทศบาลขนาดใหญ่ในเขตเมือง เก็บภาษีทรัพย์สินในอัตราสูงกว่าเทศบาลในชนบท เนื่องจากการจัดบริการสาธารณะให้มาก ซึ่งการกำหนดภาษีนั้นยังมีหลักการย่อยเรียกว่าหลักผลประโยชน์ (benefit principle) หมายถึงผู้เสียภาษี/ค่าธรรมเนียมได้รับผลประโยชน์จากบริการสาธารณะท้องถิ่น เช่น เจ้าของบ้านและที่ดินขนาดใหญ่ได้รับการคุ้มครองจากรัฐ/รัฐบาลท้องถิ่นมากกว่าคนที่ไม่มียาน/ที่ดินของตนเอง หลักความสามารถการเสียภาษี (ability to pay principle) เป็นอีกหลักการหนึ่งที่ใช้ในการกำหนดภาษีเช่น ผู้มีทรัพย์สินสะท้อนว่า มีความสามารถการเสียภาษีมากกว่าคนจน หลักผู้สร้างมลพิษต้องจ่าย (polluter pays principle) การจัดเก็บขยะ บ้านเรือนที่เป็นต้นตอของขยะ ควรจะต้องจ่ายให้รัฐ/รัฐบาลท้องถิ่นในอัตราสูงกว่า บ้านเรือนที่มีขยะน้อย

รายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย 3 ส่วนใหญ่ๆคือ 1) รายได้ที่รัฐบาลจัดเก็บให้และแบ่งให้ (ภาษีรัฐจัดสรร) เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีสุราและสรรพสามิต ภาษีค่าธรรมเนียมรถยนต์ เป็นต้น และภาษีที่รัฐแบ่งให้ 2) เงินอุดหนุน แบ่งเป็น เงินอุดหนุนทั่วไปและเงินอุดหนุนเฉพาะกิจ 3) รายได้ที่ท้องถิ่นจัดเก็บเอง ได้แก่ ภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีบำรุงท้องที่ (ซึ่งต่อมาภายหลังเป็นภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง) ภาษีป้าย อากรฆ่าสัตว์ อากรรังนกอีแอ่น ค่าธรรมเนียม ค่าใบอนุญาต ค่าปรับ ภาษีบำรุงท้องที่ที่จัดเก็บจากยาสูบ น้ำมัน ค่าธรรมเนียมเข้าพักโรงแรม

เชาวินทร์ กองผา(2561) ปัญหาและอุปสรรคต่อการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวาง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ้เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการบริหารงานด้านการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวาง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี 2) ศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหา ปรับปรุง เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงาน ด้านการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวาง จังหวัดชลบุรี ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย กฎ ระเบียบภาษี

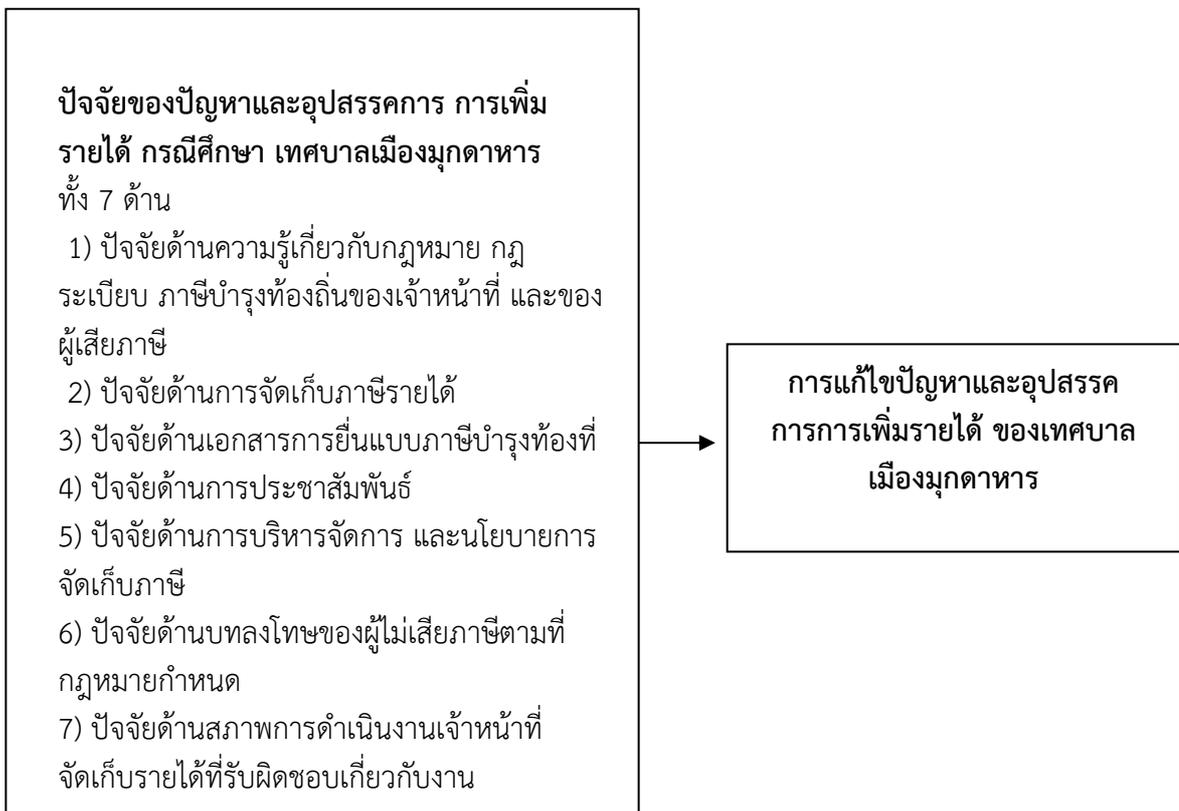
บำรุงท้องถิ่นของเจ้าหน้าที่ และของผู้เสียภาษี พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการจัดเก็บรายได้ด้านความรู้เกี่ยวกับ กฎหมาย กฎ ระเบียบภาษี บำรุงท้องถิ่นของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวาง อำเภอน้ำสนิม จังหวัดชลบุรี เกิดจากการทำงานอย่างไม่มีระเบียบแบบแผน และขาดความสามารถ ประสิทธิภาพ ประชาชนผู้เสียภาษีแจ้งบัญชีทรัพย์สินของตนเองไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ ควรจัดส่งเจ้าหน้าที่รับการ อบรมเกี่ยวกับกฎหมาย กฎระเบียบตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือหน่วยงานจัดอบรมเพื่อเพิ่มทักษะ และความรู้ความเข้าใจในด้านกฎหมายเกี่ยวกับภาษีทุกภาษีที่เกี่ยวข้องปัจจัยด้านการจัดเก็บภาษี

อำนาจ สังข์ช่วย (2564) ปัญหาอุปสรรคและผลกระทบต่อการจัดเก็บภาษี ตาม พ.ร.บ. ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ.2562 ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอนองเรือ จังหวัดขอนแก่น พบว่า สภาพการดำเนินการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พบว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้มีการประชุม อบรมเจ้าหน้าที่ ผู้นำชุมชน เกี่ยวข้องการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ทางหอกระจายข่าวชุมชน จัดส่งโดยตรงถึงเจ้าของบ้าน ปัญหาที่พบ การจัดเก็บภาษีมีการประกาศใช้เร็วเกินไป ทำให้หน่วยงานส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ประชาชนตั้งตัวไม่ทัน ประชาชนไม่เข้าใจระบบการจ่ายภาษี หน่วยงานท้องถิ่นได้รับข้อมูลจำนวนที่ดินรายละเอียดผู้ถือกรรมสิทธิ์ไม่ตรงกัน ผลที่เกิดขึ้นทำให้การจัดเก็บลดน้อยลง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการเพิ่มรายได้ของเทศบาลเมืองมุกดาหาร 2) เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาปรับปรุง เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานด้าน การจัดเก็บรายได้ของเทศบาลเมืองมุกดาหาร โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้ให้ข้อมูลคือผู้บริหารท้องถิ่น เจ้าหน้าที่กองคลัง และเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้รวมทั้งหมด 8 คน โดยแนวคำถามเป็นแบบมีโครงสร้าง แล้วนำมาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัญหาที่พบขาดความเข้าใจอย่างท้อแท้และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษี การรับบุคคลเข้ามาทำงานไม่ตรงสายงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษี เนื่องจากการจัดภาษีนี้นั้นอยู่ภายใต้สังกัดหน่วยงานกองคลัง ซึ่งบุคลากรที่ทำหน้าที่มีความแตกต่างหลากหลายเช่น พนักงานบัญชี ธุรการ พนักงานจัดเก็บ บุคลากรเหล่านี้ขาดความเชี่ยวชาญในการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นซึ่งมีความเฉพาะของภาษีแต่ละชนิดทำให้ประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีไม่ได้เท่าที่ควรเป็น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีกระบวนการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานรวมทั้งเครื่องที่มีความทันสมัย งบประมาณอย่างเพียงพอต่อความต้องการของพนักงานที่เป็นส่วนสำคัญในการจัดเก็บและหารายได้เพื่อเข้ามาสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ส่วนของประชาชนต้องมีการให้ความสะดวกและควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงในการนำจ่ายภาษีอย่างถูกต้อง และเมื่อภาษีที่ดินสิ่งปลูกสร้างฉบับใหม่เกิดขึ้น ยิ่งทำให้ภาระในการประเมินภาษี และเร่งให้เกิดการจัดเก็บในทันระยะเวลาเป็นอุปสรรคเพิ่มมากขึ้น จากเทคโนโลยีที่เท่าเทียมแต่ข้อมูลของพื้นที่ที่ถูกประเมินนั้นพื้มมากขึ้น

อภิปรายผล

ท้องถิ่นควรมีการจัดเก็บภาษีที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการกระจายอำนาจตั้งนั้น การจัดเก็บภาษีและเพิ่มรายได้ จึงเป็นมาตรการที่ควรถูกพัฒนาให้เป็นเครื่องมือเพื่อให้ท้องถิ่นมีความเป็นอิสระมากขึ้นและสามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งผลงานวิจัยสอดคล้องงานวิจัยของ เขา วินทร์ กองผา(2561) ปัญหาและอุปสรรคต่อการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวาง อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี ้เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการบริหารงานด้านการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวาง อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี 2) ศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหา ปรับปรุง เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงาน ด้านการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวาง จังหวัดชลบุรี ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย กฎ ระเบียบภาษีบำรุงท้องถิ่นของเจ้าหน้าที่ และของผู้เสียภาษี พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการจัดเก็บรายได้ด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย กฎ ระเบียบภาษีบำรุงท้องถิ่นของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขวาง อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี เกิดจากการทำงานอย่างไม่มีระเบียบแบบแผน และขาดความสามารถ

ประสิทธิภาพ ประชาชนผู้เสียภาษีแจ้งบัญชีทรัพย์สินของตนเองไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ ควรจัดส่งเจ้าหน้าที่รับทราบ อบรมเกี่ยวกับกฎหมาย กฎระเบียบตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือหน่วยงานจัดอบรมเพื่อเพิ่มทักษะ และความรู้ความเข้าใจในด้านกฎหมายเกี่ยวกับภาษีทุกภาษีที่เกี่ยวข้องปัจจัยด้านการจัดเก็บภาษี ซึ่งมีแนวทางผลงานวิจัยสอดคล้องกับงานของ อำนาจ สังข์ช่วย (2564) ปัญหาอุปสรรคและผลกระทบต่อการจัดเก็บภาษี ตาม พ.ร.บ. ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ.2562 ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

ข้อเสนอแนะ

- 1.เมื่อพิจารณาจากข้อมูลวิจัยปัญหาและอุปสรรคอยู่ที่กฎหมายที่เป็นกำหนดและข้อจำกัด ควรมีการเปลี่ยนกฎหมายเพื่อสอดคล้องสถานการณ์ปัจจุบัน
- 2.ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพิ่มการอบรมเจ้าหน้าที่จัดเก็บและให้ความรู้แก่ประชาชน สร้างความเข้าใจเกี่ยวข้องการจ่ายภาษี

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

- 1.ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างให้มีความหลากหลายเพื่อให้เป็นข้อมูลภาพกว้างในการจัดทำนโยบายต่อไป
- 2.ศึกษาความสามารถแต่ละพื้นที่ว่าควรมีการจัดเก็บภาษีที่ต่างกันหรือไม่เพราะแต่ละพื้นที่มีความเฉพาะตัว ไม่ควร ใช้การจัดเก็บแบบเดียวทั้งประเทศจะสร้างความเหลื่อมล้ำในการกระจายอำนาจ

เอกสารอ้างอิง

- กันยารวรรณ กำเนิดสินธุ์. (2555). **ประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของเทศบาล :ศึกษากรณีเทศบาลตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ**. เทศบัญญัติตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ.
- กาญจนา หิรัญเรือง. (2553). **แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีอากรขององค์การบริหารส่วนตำบล : กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลคลองสระ อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- จรัส สุวรรณมาลา และวีรศักดิ์ เครือเทพ. (2554). **ประเด็นท้าทายการกระจายอำนาจและการปกครองท้องถิ่นไทย**. ศูนย์ส่งเสริมธรรมาภิบาลนวัตกรรมและธรรมาภิบาลท้องถิ่น คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เดือนน้อย จันทร์สาขา. (2552). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น**. กรณีศึกษาเทศบาลเมืองมุกดาหาร.
- ไทยพีบีเอส. (2563). **ความท้าทายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง: ชั่วโง่งทำกิน**. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2563. แหล่งที่มา: <https://youtube.be/G2RxL3hp3nQ>

- ธนากร เกาะพนม. (2554). ปัจจัยการบริหารการคลังท้องถิ่นที่มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองฮี อำเภอนองฮี จังหวัดร้อยเอ็ด. **การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 11**. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์.
- นิตยา หอมนาน. (2551). ความคิดเห็นของผู้เสียภาษี ในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีโรงเรือนและที่ดินในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหงาว อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย. **การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 11**. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์.
- ประพาฬ วงศ์สุบิน. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง. **การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 11**. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์.
- Nokkunthong, K. (2016). **The revenue collection administration of sampraya subdistrict administration organization**, Cha am district, Phetchaburi.
- Nuchjaree, K. (2016). **Problems of housing and land tax payment of resident in sub-district administration organization area**, Ubon Ratchathani province. Research. [In Thai]
- Nunti, B. (2009). **Problems and obstacles of local tax collection in Phaya Meng municipality, Phaya Meng district, Chiang Rai province**. Master of business administration, Chiang Rai Rajabhat university. [In Thai]
- Oates, W. (1972). Fiscal Federalism. **Harcourt Brace Jovanovich**: New York.
- Oates, W. (2005). "Toward a second-generation theory of fiscal federalism" **International Tax and Public Finance**. 12, 349-73.

ปัญหาหนี้สินของข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี

Debt problems of civil servants of the local government organizations in Suphan Buri Province

พงษ์พิพัฒน์ มัลลิกะมาลย์, วิริยา ธรณินทร์พานิช, ปาณิสรา ธรรมภิติ,
ภรณ์ญา กุลโธ และตวงพร สุพรรณเพชร

Pohgphipat Mallikamaln, Viriya Thoraninpanich, Panisara Thamphithi,
Pharanya Kultoo and Toungporn Suwannaphet

สาขาการเมืองการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ โทร 0816469005

Branch: Government Department Political Science Tell. 0816469005

e-mail: Mallikamaln.9876@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาหาสาเหตุของการเกิดสภาวะหนี้สินของข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อศึกษาหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาหนี้สินของข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งวิธีในการจัดเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนตามระเบียบวิธีวิจัย โดยมีการศึกษาข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อกำหนดกรอบแนวความคิดสร้างเครื่องมือ เพื่อนำไปใช้ ซึ่งประชากรทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแจกแบบสอบถามแก่ข้าราชการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี สาเหตุที่ข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหนี้สินนั้นเกิดสาเหตุสำคัญ ด้านค่านิยมมีความสัมพันธ์ต่อการเป็นหนี้เกิดจากค่านิยมทางด้านเศรษฐกิจ ด้านต่อมาคือข้าราชการนั้นมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าด้วยระบบเงินผ่อน ด้านภาวะหนี้สินพบมากที่สุดคือ ธนาคารของรัฐ น้อยที่สุดคือเงินนอกระบบ ส่วนสาเหตุของการเกิดหนี้พบว่า นำไปใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิต ลำดับถัดมาคือ การไปซื้อแบบผ่อนรถยนต์ น้อยที่สุดคือการนำไปลงทุนเพื่อประกอบอาชีพเสริม ที่สำคัญแหล่งเงินกู้ของข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นมีมากกว่าสองแหล่ง และมีการผ่อนชำระสินค้ามากกว่า 5 ปี กรณีการซื้อรถยนต์ ซึ่งรายได้ยังมีน้อยกว่ารายจ่ายที่เกิดขึ้น ข้อเสนอแนะ 1.ควรมีการจัดสวัสดิการให้ข้าราชการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่บุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2.ควรมีการแก้ไขกฎหมายว่าด้วยเรื่องรายจ่ายประจำของท้องถิ่น 40 เปอร์เซ็นต์เพื่อสามารถเพิ่มเงินเดือนของข้าราชการท้องถิ่นได้ระยะยาว

คำสำคัญ: ปัญหาหนี้สิน, ข้าราชการ, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

Abstract

This research was to study 1) to study the causes of debt of government officials of local government organizations in Suphanburi Province 2) to study ways to solve debt problems of government officials of local government organizations in Suphanburi Province quantitative research methods (Quantitative Research), in which the method of collecting data, the researcher conducted a survey (Survey) using a questionnaire. (Questionnaire) The researcher proceeded according to the research methodology. The data was studied and analyzed. To define a conceptual framework to create a tool to use. The total population used in the research was 400 people by randomly distributing questionnaires to civil servants of local government organizations in Suphan Buri Province. The reason why civil servants of local government organizations in Suphanburi province Indebtedness is an important cause. Values were related to debt due to economic values. The next aspect is that civil servants have a behavior to buy products with an installment payment system. In terms of debt, the most common were state banks, least informal money. As for the cause of the debt, it was found that spend for living Next is Buying a car in installments the least is Investing for additional careers Importantly, there are more than two sources of loan for government officials of local government organizations. and having installment payments for more than 5 years in the case of buying a car which the income is still less than the expenditure incurred. 1. There should be more welfare provision for civil servants of local government organizations. to increase the quality of life for personnel of local government organizations 2. The law on local fixed expenses should be amended by 40 percent in order to increase the salary of local civil servants in the long term.

Keywords: Debt problems, government officials, local government organizations

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“ข้าราชการ” เป็นกลไกที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศชาติอย่างมาก โดยมีภาระหน้าที่ในการขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาล การที่ข้าราชการจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณธรรม ข้าราชการก็ต้องมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความพร้อมทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจ แต่จากการเปลี่ยนแปลงสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ข้าราชการก็เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสำนักงาน ก.พ. เห็นถึงปัญหาที่คุกคามคุณภาพชีวิตของข้าราชการพลเรือนสามัญ ไม่ว่าจะเป็น การเป็นหนี้เพิ่มสูงขึ้น ภาวะความเครียดจากการทำงาน ภาวะ

งานที่เพิ่มมากขึ้น วัฒนธรรมการทำงานร่วมกันลดน้อยลง จึงได้ร่วมมือกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ จัดทำการสำรวจภาวะการครองชีพของข้าราชการพลเรือนสามัญ หากพิจารณาถึงความจำเป็นของข้าราชการที่กู้เงินมาใช้หนี้ มากกว่าครึ่งหนึ่ง หรือร้อยละ 56.4 ของข้าราชการมีหนี้สินจากการกู้เงิน เพื่อมาใช้จ่ายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย ร้อยละ 15.2 นำมาซื้อหรือซ่อมแซมยานพาหนะ ร้อยละ 13.3 เพื่อใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค ร้อยละ 5.8 นำมาลงทุนในธุรกิจของครอบครัว แต่เป็นที่น่าสังเกตว่ามีเพียงร้อยละ 3.9 เท่านั้นที่กู้มาเพื่อการศึกษา จากปัญหาดังกล่าวทำให้รัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหา จึงจัดให้มีนโยบายยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน หนึ่งในนโยบายด้านนี้ ได้แก่ การปรับโครงสร้างหนี้ รวมทั้งนโยบายการปรับอัตราค่าจ้าง เพื่อให้ข้าราชการพลเรือนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ถึงแม้จะเป็นบุคลากรกลุ่มเล็กๆ แต่ก็เป็บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญที่ทำให้กลไกภาครัฐของประเทศสามารถขับเคลื่อนไปได้ ฉะนั้นการดูแลพัฒนาคุณภาพชีวิตของข้าราชการ น่าจะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ข้าราชการทั้งหลายปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

สภาวะทางเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้ ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมาก ค่าครองชีพสูงขึ้น เครื่องอุปโภค และบริโภคมีราคาแพงขึ้น เมื่อเทียบกับเงินเดือนที่ได้รับ ถึงแม้ว่าทางรัฐบาลจะมีการปรับเงินเดือน ข้าราชการให้ใหม่แล้วก็ตาม แต่ก็ยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการในสภาวะปัจจุบัน ดังนั้นหนทางที่จะทำให้ข้าราชการสามารถดำเนินชีวิตอยู่ได้ การกู้เงินเพื่อมาจุนเจือครอบครัวจึงเป็นทางออกที่พอเป็นไปได้ในปัจจุบันแต่อย่างไรก็ดีปัญหาหนี้สินของข้าราชการไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนหนี้ที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับความสามารถในการชำระหนี้ด้วย ตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มของความสามารถในการชำระหนี้ คือ สัดส่วนหนี้สินต่อรายได้ ซึ่งได้จากการนำหนี้สินทั้งหมดของครัวเรือนมาหารด้วยรายได้ในแต่ละเดือนของครัวเรือน จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าครัวเรือนข้าราชการมีแนวโน้มความสามารถในการชำระหนี้ถดถอยลง ส่งผลต่อความเครียดของข้าราชการและยังส่งผลต่องานประสิทธิภาพลดลง และมีผลต่อเนื่องถึงองค์กร

ข้าราชการตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันอัตราการสร้างหนี้เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด ทั้งข้าราชการครู ตำรวจและส่วนอื่น ในปัจจุบันการขยายตัวของ شأنการส่วนท้องถิ่นที่มีการกระจายอำนาจพบว่ามีอัตราที่มีความพยายามสร้างตัวโดยการสร้างหนี้เพื่อเรียนต่อ อุปโภคบริโภค การลงทุน เป็นจำนวนมาก สภาพเช่นนี้ทำให้เกิดการกู้หนี้ ทั้งในระบบและนอกระบบ เมื่อเกิดสภาวะปัญหาการระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนา จึงทำให้สถานการณ์มีความน่าเป็นห่วงต่อการค้างชำระหนี้ และจะส่งผลต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพลดลง ทำให้ประชาชนไม่ได้รับการบริการที่เต็มประสิทธิภาพในการทำงาน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจสภาพที่เกิดขึ้นจริงในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นพื้นที่หนึ่งที่ผู้วิจัยมีความสนใจ เนื่องจากมีพื้นที่และข้าราชการเป็นจำนวนมากในพื้นที่โดยเฉพาะข้าราชการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้นจึงเป็ที่มาของการวิจัยครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาหาสาเหตุของการเกิดสภาวะหนี้สินของข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดสุพรรณบุรี

2) เพื่อศึกษาหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาหนี้สินของข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดสุพรรณบุรี

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีบริโภคนิยม

การบริโภคนิยมเป็นพฤติกรรมการบริโภคที่มีความต่อเนื่องจากเป็นพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่สมเหตุสมผล ตรงไปตรงมา ตามประเภท ลักษณะ รวมไปถึงปริมาณที่ใช้จ่าย การซื้อสินค้าที่ขาดการไตร่ตรอง การบริโภคและโอ้อวด และความเป็นวัตถุนิยม ซึ่งตั้งพฤติกรรมกล่าวมานี้ เป็นลักษณะของความ “การบริโภคนิยม” ซึ่งอาจตรงกับ คำว่า “Consumerism” ในบางความหมาย Consumerism ลักษณะความเป็นวัตถุนิยมอย่างผู้ผลิตสินค้าให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสมใด ๆ ความต้องการของลูกค้าสำคัญที่สุด บริษัทอยู่ได้ด้วยเงินจับจ่ายของลูกค้า การบริโภคนิยมตามความหมายของ Swagler และ Sorell และแกเธอร์

ทฤษฎีค่านิยม

เป็นความคิดที่บุคคลให้ค่านิยมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ยึดถือสิ่งนั้นว่ามีความหมายความสำคัญต่อชีวิต พยายามที่ได้รับสิ่งนั้น ซึ่งกลายเป็นมาตรฐานทางจิตใจและทางสังคมต่อไปด้วย ลักษณะของค่านิยมมีความยั่งยืนถาวร ลักษณะนั้นเป็นตัวกำหนดลักษณะนิสัยกลายเป็นบรรทัดฐานในการประพฤติปฏิบัติในวิถีชีวิต และใช้ในการประเมินตัดสินใจ ค่านิยมมีลักษณะในเชิงเปรียบเทียบด้านความสำคัญหลายหลากในการเรียนรู้ ชัดเจนทางสังคม ซึ่งมีการฝังลงรากลึกในสังคม ทำให้ค่านิยมมีความสำคัญต่างกันในเวลาเดียวกัน จึงเกิดความแตกต่างในสังคม ลักษณะต่อมาคือ เกี่ยวพันกับความเชื่อ สังคมทำหน้าที่ปลูกฝังความเชื่อมั่นแก่สมาชิกในสังคม ความถูกต้องซึ่งค่านิยมทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจ

กุลวดี ศิริภัทร (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัญหาหนี้สินของข้าราชการครูจังหวัดเพชรบุรี ที่ศึกษาเรื่องนี้¹⁾ เพื่อศึกษามูลเหตุและภาวะหนี้สินของข้าราชการครูจังหวัดเพชรบุรี²⁾ เพื่อศึกษาแนวทางและมาตรการในการบรรเทาปัญหาหนี้สินของข้าราชการครู พบว่าประเด็นเรื่องของการเป็นหนี้ มูลเหตุการเป็นหนี้ไม่มีความแตกต่างกันจากผลการวิจัยการศึกษาปัญหาหนี้สินของข้าราชการครูจังหวัดเพชรบุรี มีข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติดังนี้ 1) ควรมีนโยบายการแก้ไขปัญหาหนี้สินข้าราชการครูอย่างต่อเนื่อง โดยมี แผนแก้ไขปัญหาระยะสั้น และแผนระยะยาว เพื่อป้องกันปัญหาหนี้สินของข้าราชการครู 2) ควรจัดสรรสวัสดิการให้ข้าราชการครูอย่างทั่วถึง ในเรื่องที่เป็นสาเหตุที่ ทำให้ข้าราชการครูก่อหนี้สิน ได้แก่ ที่อยู่อาศัย ยานพาหนะ การพัฒนาตนเอง โดยให้สวัสดิการในลักษณะเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เช่นเดียวกับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ 3) ควรส่งเสริมให้ข้าราชการครูที่มีความสามารถ ประกอบอาชีพเสริม นอกเวลาราชการโดยการสนับสนุนเงินทุน และพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพ และมีความสอดคล้องกับงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

สำหรับกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ครั้งนี้ใช้ระเบียบ วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาหาสาเหตุของการเกิดสภาวะหนี้สินของข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี และ 2) เพื่อศึกษาหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาหนี้สินของข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งวิธีในการจัดเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนตามระเบียบวิธีวิจัย โดยมีการศึกษาข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดสร้างเครื่องมือ เพื่อนำไปใช้ ซึ่งประชากรทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแจกแบบสอบถามแก่ข้าราชการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการศึกษา

สาเหตุที่ข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหนี้สินนั้นเกิดสาเหตุสำคัญ ด้านค่านิยมมีความสัมพันธ์ต่อการเป็นหนี้เกิดจากค่านิยมทางด้านเศรษฐกิจ ด้านต่อมาคือข้าราชการนั้นมีพฤติกรรมซื้อสินค้าด้วยระบบเงินผ่อน ด้านภาวะหนี้สินพบมากที่สุดคือ ธนาคารของรัฐ น้อยที่สุดคือเงินนอกระบบ ส่วนสาเหตุของการเกิดหนี้พบว่า นำไปใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิต ลำดับถัดมาคือ การไปซื้อแบบผ่อนรถยนต์ น้อยที่สุดคือ การนำไปลงทุนเพื่อประกอบอาชีพเสริม ที่สำคัญ

แหล่งเงินกู้ของข้าราชการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นมีมากกว่าสองแหล่ง และมีการผ่อนชำระสินค้ามากกว่า 5 ปี กรณีการซื้อรถยนต์ ซึ่งรายได้ยังมีน้อยกว่ารายจ่ายที่เกิดขึ้น

อภิปรายผล

จากผลงานวิจัย ปัญหาหนี้สินของข้าราชการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 2 ข้อ 1) เพื่อศึกษาสาเหตุของการเกิดสถานะหนี้สินของข้าราชการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อศึกษาหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาหนี้สินของข้าราชการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้ประชากร คือ ข้าราชการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งหมด 400 ตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC จากแบบสอบถามและผลที่ออกมาพบว่ามีสาเหตุและภาวะหนี้สินของข้าราชการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น หลักๆได้แก่ ค่านิยมต่อการมีหนี้มีความสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับที่มาก (\bar{X} = 4.12) ค่านิยมทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับรองลงมาอยู่ที่ (\bar{X} = 3.46) ส่วนต่อมาพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์ต่อก่อนหน้านี้ของข้าราชการท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี นั้นมีการซื้อสินค้าด้วยระบบเงินผ่อน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่สูงมากกว่า รายได้เฉลี่ย สถานะหนี้สิน อยู่ในระดับ ต่ำกว่า 50,000 บาท รองลงมาอยู่ที่ 50,001-100,000 บาท ตามลำดับ ที่สำคัญข้าราชการเหล่านี้มีแหล่งเงินกู้มากกว่า 1 แห่ง สาเหตุในการเป็นหนี้คือ ใช้จ่ายในการดำรงชีวิตประจำวัน การผ่อนชำระสินค้า และการลงทุนเพื่ออาชีพเสริม จากงานวิจัยพบว่า ข้าราชการมีรายรับน้อยกว่ารายจ่ายเกินกว่าครึ่ง ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ กุลวดี ศิริภัทร (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัญหาหนี้สินของข้าราชการครูจังหวัดเพชรบุรี ที่ศึกษาเรื่องนี้ 1) เพื่อศึกษามูลเหตุและภาวะหนี้สินของข้าราชการครูจังหวัดเพชรบุรี 2) เพื่อศึกษาแนวทางและมาตรการในการบรรเทาปัญหาหนี้สินของข้าราชการครู พบว่าประเด็นเรื่องของการเป็นหนี้ มูลเหตุการเป็นหนี้ไม่มีความแตกต่างกันจากผลการวิจัยการศึกษาปัญหาหนี้สินของข้าราชการครูจังหวัดเพชรบุรี มีข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติดังนี้ 1) ควรมีนโยบายการแก้ไขปัญหาหนี้สินข้าราชการครูอย่างต่อเนื่อง โดยมี แผนแก้ไขปัญหาระยะสั้น และแผนระยะยาว เพื่อป้องกันปัญหาหนี้สินของข้าราชการครู 2) ควรจัดสรรสวัสดิการให้ข้าราชการครูอย่างทั่วถึง ในเรื่องที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ข้าราชการครูก่อหนี้สิน ได้แก่ ที่อยู่อาศัย ยานพาหนะ การพัฒนาตนเอง โดยให้สวัสดิการในลักษณะเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เช่นเดียวกับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ 3) ควรส่งเสริมให้ข้าราชการครูที่มีความสามารถประกอบอาชีพเสริมนอกเวลาราชการโดยการสนับสนุนเงินทุน และพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพ และมีความสอดคล้องกับงานของ ดิณณ์ อรรถฤทธิ์ (2561) การศึกษาปัญหาหนี้สินของข้าราชการครูจังหวัดชลบุรี พบว่า ก. ค่านิยมที่มีความสัมพันธ์ต่อการมีหนี้สินของข้าราชการครู พบว่า ระดับความคิดเห็นของ และมูลเหตุการเกิดหนี้ไม่มีความแตกต่างกันในประเด็นต่างๆกับงานวิจัยที่ได้จัดทำขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการจัดสวัสดิการให้ข้าราชการขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่บุคลากรขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

2. ควรมีการแก้ไขกฎหมายว่าด้วยเรื่องรายจ่ายประจำของท้องถิ่น 40 เปอร์เซ็นต์เพื่อสามารถ
เพิ่มเงินเดือนของข้าราชการท้องถิ่นได้ระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาเพื่อได้มาของข้อมูลเชิงลึกถึง
สาเหตุการเป็นหนี้ของข้าราชการท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

- กันต์ อินทวงศ์. (2554). แนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้สินครูที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน. การ
ประชุมวิชาการระดับชาติ, ศรีนครินทรวิโรฒวิชาการ ครั้งที่ 5, ณ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทร
วิโรฒ.
- กุลวดี ศิริภัทร์.(2561).การศึกษาปัญหาหนี้สินของข้าราชการครูจังหวัดชลบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระ
ของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒน
บริหารศาสตร์.
- ดาว นามบัณฑิต. (2542). การศึกษาสภาพหนี้สินและความคิดเห็นต่อแนวทางการแก้ไขปัญหา
หนี้สินของข้าราชการครูสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดหนองบัวลำภู. (วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ติณณ์ อรรถฤทธิ์.(2561).การศึกษาปัญหาหนี้สินของข้าราชการครูจังหวัดชลบุรี. การศึกษาค้นคว้า
อิสระของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนมหาบัณฑิต สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เยาวพา คำฟู. (2559). ภาวะหนี้สินของข้าราชการสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดอุดรดิตถ์.
(วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์
และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- ยุวดี ช่วยกิจ. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดทางการตลาดของฟิลลิปคอตเลอร์ กับลัทธิ
บริโภคนิยม. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

ผลกระทบของวิกฤตการเมืองไทยต่อภูมิรัฐศาสตร์อาเซียน ในช่วงปี พ.ศ.2535-2557

The Impact of the political crisis in Thailand on ASEAN Geopolitics during 1992-2014

ก้องภพ น้อยหลบลู

Kongpob Noilublae

¹สาขาวิชาการเมืองระหว่างประเทศ สังกัด คณะความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยปักกิ่ง โทรศัพท์ 0066831518686..

¹Branch International Politics.Department School of International Studies Peking University, China,

Tel.0066831518686

¹e-mail: wenming.2535@gmail.com.

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อผลการศึกษาวิกฤตความขัดแย้งทางการเมืองของไทย เงื่อนไขและปัจจัยที่เป็นเหตุให้เกิดการรัฐประหารในช่วงปี พ.ศ. 2535 – 2557 ทั้งสถานการณ์ความขัดแย้งของการเมืองไทย ที่ส่งผลกระทบต่อภูมิรัฐศาสตร์อาเซียนในช่วงปีเวลาดังกล่าว ตลอดจนท่าทีและการตอบสนองของแต่ละชาติสมาชิกอาเซียนที่มีต่อวิกฤตการเมืองไทย โดยใช้เครื่องมือวิจัยเชิงเอกสาร และการรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ความขัดแย้งในการเมืองไทยในช่วงปี พ.ศ. 2535 – พ.ศ. 2557 ผลการศึกษาพบว่าสถานการณ์หรือวิกฤตทางการเมืองในประเทศไทย อาทิ เหตุการณ์รัฐประหารล้มรัฐบาลทักษิณในวันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2549 และตอกย้ำด้วยการก่อรัฐประหารซ้ำในปี พ.ศ.2557จากฝ่ายกองทัพ ได้ส่งผลให้สถานการณ์ทางการเมืองของไทยเกิดความโกลาหลและขาดเสถียรภาพมาอย่างต่อเนื่อง และทำให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเปลี่ยนแปลงทางภูมิรัฐศาสตร์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวได้ทำให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างอาเซียนและประเทศในภูมิภาคอื่นๆ อีกด้วย

คำสำคัญ: ผลกระทบ วิกฤตการเมือง อาเซียน ภูมิรัฐศาสตร์

Abstract

This article aims to study the political conflict crisis in Thailand. Conditions and factors that caused the coup d'etat during the years 1992-2014, including the conflict situation in Thai politics affecting ASEAN geopolitics during the year as well as the attitudes and responses of each ASEAN member country to the Thai political crisis. by using documentary research tools and collecting data from document research on conflict events in Thai politics during the year 1992-2014. The results of the study found

that political situations or crises in Thailand such as events The coup overthrew the Thaksin government on 9 September 2006 and was reinforced by repeated coups in that year. 2014 from the Army Division As a result, the political situation of Thailand has been chaotic and unstable continuously. and causing both direct and indirect impacts on geopolitical changes in Southeast Asia This phenomenon has caused a negative impact on the development of relations between ASEAN and other regional countries.

Keywords: Impact; political situation; ASEAN; geopolitics

บทนำ

เมื่อวันที่ 7 และ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2546 ในการประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียนครั้งที่ 9 ที่บาหลี ประเทศอินโดนีเซีย ได้ประกาศอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับปฏิญญาความตกลงอาเซียนครั้งที่สอง ว่าประชาคมอาเซียนจะถูกสร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2558 โดยมี 3 เสาหลัก ได้แก่ 1. เสาหลักด้านการเมืองและความมั่นคง (Political and Security Pillar) 2. เสาหลักด้านการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community - AEC) และ 3. เสาหลักด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Pillar)(ASEAN Economic Community – AEC.2014) ประเทศไทยในฐานะหนึ่งในสมาชิกผู้ก่อตั้งหลักของอาเซียน มีบทบาทอย่างแข็งขันในการส่งเสริมการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนมาโดยตลอด อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องของสถานการณ์ทางการเมืองของไทยในช่วงปี พ.ศ.2540-2557 ได้สร้างความกังวลเป็นอย่างมากให้กับหลายประเทศในอาเซียน โดยเฉพาะประเด็นมนุษยธรรม เนื่องด้วยปัจจุบันอาเซียนได้ผูกมัดตนเองในเรื่องประชาธิปไตย เรื่องการเอาประชาชนเป็นที่ตั้ง ด้วยกฎบัตรของอาเซียนเอง นอกเหนือจากพันธะต่อสหประชาชาติและประชาชน จากวิกฤตที่เกิดขึ้นของการเมืองไทย อาเซียนก็หาความเป็นอันหนึ่งเดียวกันไม่ได้ว่าจะทำอย่างไร อาเซียนไม่ได้มีการตกลงกันในสภาพการณ์ของประชาธิปไตย

ในปี พ.ศ. 2534 กองทัพไทยประสบความสำเร็จในการทำรัฐประหารโดยปราศจากการนองเลือด คณะรักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติ หรือ รสช. ซึ่งนำโดย พล.อ.สุนทร คงสมพงษ์ ผู้บัญชาการทหารสูงสุด และประกอบด้วย พล.อ. สุจินดา คราประยูร ผู้บัญชาการทหารบก, พล.อ. อิศระพงศ์ หนูนุกัฏี รองผู้บัญชาการทหารบก และ พล.อ.อ. เกษตร โรจนนิล ผู้บัญชาการทหารอากาศ ได้ก่อการรัฐประหารเข้ายึดอำนาจรัฐบาลชาติชาย ระวังรัฐธรรมนุญและบังคับใช้กฎอัยการศึกทั่วประเทศ พร้อมทั้งมีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อสืบทอดอำนาจของรัฐบาลทหารอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม เหตุการณ์ครั้งนี้ทำให้ประชาชนเกิดความไม่พอใจเป็นวงกว้าง จนนำไปสู่เหตุการณ์พฤษภาทมิฬ 2535 นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาจนถึงปี พ.ศ. 2557 ภายในระยะเวลาเพียง 20 กว่าปี ประเทศไทยเกิดการรัฐประหารโดยกองทัพซ้ำถึง 2 ครั้ง (พ.ศ. 2549 และ พ.ศ. 2557) และเกิดการชุมนุมประท้วงทางการเมืองมาเป็นระยะ ทั้งนี้ ปัญหาความวุ่นวายทางการเมืองภายในประเทศไทยได้สร้างความไม่แน่นอนให้กับภูมิรัฐศาสตร์ของอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตอบสนองของแต่ละชาติสมาชิกอาเซียน ที่มีต่อวิกฤตการณ์การเมืองไทย
2. เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์ความขัดแย้งของการเมืองไทย ที่ส่งผลกระทบต่อภูมิรัฐศาสตร์อาเซียนในช่วงปี พ.ศ. 2535 – 2557
3. เพื่อศึกษาวิกฤตความขัดแย้งทางการเมืองของไทย เจื่อนไขและปัจจัยที่เป็นเหตุให้เกิดการรัฐประหารในช่วงปี พ.ศ. 2535 – 2557

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาผลกระทบของสถานการณ์การเมืองไทยต่อภูมิรัฐศาสตร์อาเซียนในช่วงปี พ.ศ. 2535-2557 ผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีภูมิรัฐศาสตร์มาใช้เป็นกรอบในการศึกษา ทฤษฎีภูมิรัฐศาสตร์เป็นทฤษฎีที่นำมาใช้เพื่อศึกษาถึงสภาพแวดล้อม และปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อกรขยายอำนาจรัฐ (โกวิท วงศ์สุววัฒน์.2545) นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายปัจจัยทางลักษณะของภูมิรัฐศาสตร์ที่เอื้ออำนวยให้บางประเทศเป็นประเทศมหาอำนาจ และสามารถอธิบายการกำหนดนโยบายต่างประเทศที่มีผลมาจากลักษณะทางภูมิรัฐศาสตร์ ในบริบทของอาเซียนนั้น แม้รัฐอาเซียนจะมีศักยภาพภูมิรัฐศาสตร์ที่แตกต่างกัน หากแต่ทุกรัฐต่างจำเป็นต้องร่วมมือเชื่อมโยงเข้าหากันเพื่อนำพาความเจริญมาสู่ภูมิภาค และประเทศไทย นับว่าเป็นรัฐที่กุมดินแดนเชื่อมต่อประชิดเพื่อนบ้านอาเซียนพื้นที่พรมแดนมากที่สุด ดังนั้น ความเปลี่ยนแปลงทางภูมิรัฐศาสตร์และเสถียรภาพทางการเมืองของไทยจึงมีผลอย่างลึกลับต่อการเติบโตและอนาคตของอาเซียนในสหัสวรรษใหม่

ผู้ริเริ่มทฤษฎีนี้คือเฟรดริก รัตเซล (Friedrich Ratxel) นักภูมิศาสตร์ชาวเยอรมัน โดยรัตเซลได้เขียนบทความสั้นชื่อว่า “ที่อยู่อาศัย (Lebensrasum) ” ซึ่งบทความนี้ได้รับการยกย่องว่าเป็นเสมือนจุดกำเนิดของแนวคิดอำนาจของชาติในทางภูมิรัฐศาสตร์ แนวคิดสำคัญของรัตเซล ได้แก่ รัฐประกอบขึ้นมาด้วยองค์ประกอบสองประการ คือ ประชากรและแผ่นดิน ดังนั้น รัฐจึงเปรียบเสมือนสิ่งมีชีวิต (Organic State) คือ รัฐสามารถที่จะเจริญเติบโตได้ดังเช่นสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ด้วยเหตุนี้พรมแดนของรัฐจึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับกรเติบโตของรัฐ รัฐใดที่มีอำนาจที่เข้มแข็งก็จะใช้กำลังกองทัพรุกรานรัฐอื่นเพื่อปรับปรุงอาณาเขตดินแดนของตน

รูดอล์ฟ เจลเลน (Rudolf Kjellen) ศาสตราจารย์วิชาประวัติศาสตร์และการปกครอง มหาวิทยาลัยยูเตินเบิร์ก ผู้ริเริ่มใช้คำว่า “ภูมิรัฐศาสตร์” มองว่าการที่จะสามารถเข้าใจรัฐใดรัฐหนึ่งได้อย่างลึกซึ้งจำเป็นต้องทำความเข้าใจในเรื่องของภูมิรัฐศาสตร์ของรัฐนั้นเสียก่อน ทั้งอาณาเขตพื้นที่ที่ตั้งของรัฐ รูปร่างของรัฐ ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ หรือแม้กระทั่งแนวพรมแดน นอกจากนี้เจลเลน เห็นว่าประเทศที่จะเป็นมหาอำนาจได้นั้นไม่จำเป็นต้องขยายอาณาเขตเพียงอย่างเดียว แต่สามารถกระทำโดยการไ้ใช้วัฒนธรรม หรือเทคโนโลยีของประเทศเป็นเครื่องมือในการสร้างอำนาจได้เช่นกัน

นิโคลัส จอห์น สปีกแมน (Nicholas John Spykman) เห็นว่าปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญที่จะมาใช้กำหนดนโยบายต่างประเทศ แนวคิดของสปีกแมนเป็นแนวคิดที่สืบเนื่องมาจากความคิดเรื่องดินแดนหัวใจของแมคคินเดอร์ โดยสปีกแมนมองว่า ดินแดนหัวใจนั้นไม่ใช่จุดยุทธศาสตร์

ที่มีความสำคัญ แต่ดินแดนที่มีความสำคัญนั้นคือบริเวณที่เรียกว่าดินแดนครึ่งวงกลมริมใน แต่ทั้งนี้ ยกเว้น ตะวันออกกลาง ตะวันออกใกล้ ตะวันออกไกล และเอเชียอาคเนย์ เพราะบริเวณเหล่านี้เป็น บริเวณกันชน (Buffer Zone) ระหว่างอำนาจทางบกและอำนาจทางทะเล โดยสปีกแมนเรียกบริเวณนี้ ว่า “ริมแลนด์” (Riland)

ในส่วนของอาเซียน ศักยภาพของแต่ละรัฐในอาเซียนพบว่าไทย คือ ประเทศที่เป็นทั้งจุดตัดและ จุดผ่านของโครงข่ายโลจิสติกส์ที่ซับซ้อนที่สุด อาทิ เส้นทางแนวตั้งที่มาจากจีน (ผ่านเชียงราย ตาก กรุงเทพฯ และจังหวัดภาคใต้) เส้นทางแนวระนาบที่เชื่อมระหว่างเวียดนามกับเมียนมา (ผ่านท่าเรือ ดานังและมะละแหม่ง) และเส้นทางแนวระนาบที่เชื่อมจากเมียนมาเข้ากัมพูชา-เวียดนาม (จาก โครงการทวายเข้าแหลมฉบัง มาบตาพุด สีหนุวิลล์ และไซ่ง่อน/โฮจิมินห์ซิตี้) อย่างไรก็ตาม อุปสรรค หลักของประเทศไทยคงหนีไม่พ้น การขาดเสถียรภาพทางการเมือง และวิกฤตทางการเมืองที่เกิดขึ้น บ่อยครั้ง สังคมไทยมีสภาวะการดำรงอยู่แบบชะงักงัน มากความขัดแย้ง-ขาดช่วงการพัฒนาปรับสร้าง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและเศรษฐกิจมานาน มีแต่ความเคลื่อนไหวขัดแย้งทางการเมืองที่มีแต่จะ นำพาทำลายตัวเองมาจนบอบช้ำ และปรากฏความขัดแย้งต่างๆที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ยังได้สร้างความกังวลให้กับภูมิรัฐศาสตร์อาเซียนอีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่สำคัญของไทย

ประชาธิปไตยไทยหลังการรัฐประหาร พ.ศ. 2535

เมื่อก้าวเข้าสู่ต้นศตวรรษใหม่ การเมืองไทยเริ่มมีเสถียรภาพและเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น ในการเลือกตั้งรัฐสภาปี พ.ศ. 2544 พรรคไทยรักไทยที่จัดตั้งขึ้นใหม่ได้เอาชนะพรรคเก่าแก่อย่าง ประชาธิปัตย์ ด้วยคะแนนเสียงถล่มทลาย จนกลายเป็นพรรคที่ใหญ่ที่สุดในรัฐสภาไทย พันตำรวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร หัวหน้าพรรคไทยรักไทย เป็นนายกรัฐมนตรีคนที่ 23 ของประเทศไทย และได้ ดำรงตำแหน่งสองสมัยติดต่อกัน ระหว่างวันที่ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2544 – 11 มีนาคม พ.ศ. 2548 นับแต่นั้นมารัฐบาลพรรคไทยรักไทยได้ออกชุดนโยบายที่มีความเป็นประชานิยม และเอื้อประโยชน์ต่อ ประชาชนชนชั้นรากหญ้า เช่น หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 30 บาท รักษาทุกโรค ซึ่งทำให้ ประชาชนส่วนใหญ่รู้สึกได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐ นำไปสู่การรักษาอำนาจและเสถียรภาพ ทางการเมืองของรัฐบาล(ทรงภูมิ พรหมภาพ และ ดร.โกวิท วงศ์สุรวัฒน์.2558)จนกระทั่งในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2549 คณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็น ประมุข ซึ่งมี พล.อ. สนธิ บุญยรัตกลิน อดีตผู้บัญชาการทหารบกเป็นหัวหน้าคณะ ได้ก่อการ รัฐประหารยึดอำนาจรัฐบาลทักษิณ นี่คือการรัฐประหารครั้งที่ 12 ของการเมืองไทยในรอบ 15 ปี

อาภัสรา พิซพันธ์.2551 ได้ศึกษาสาเหตุ ข้อเท็จจริงของการทำรัฐประหาร เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ.2549 พบว่า การเมืองไทยอยู่ในสภาวะตึงเครียดจากสภาพการณ์ทางการเมือง เนื่องจากเผชิญหน้ากันระหว่างฝ่ายสนับสนุนนายกรัฐมนตรีนายพันตำรวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร หัวหน้า พรรคไทยรักไทยกับฝ่ายต่อต้านคือ กลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยและกลุ่มอื่นๆ จาก ปัญหาการบริหารงานของรัฐบาลส่อไปทางเอื้อประโยชน์ให้กับรัฐบาลทักษิณและพวกพ้อง ซึ่งใน กระบวนการของการทำรัฐประหาร 19 กันยายน พ.ศ.2549 นั้นขั้นตอนเริ่มต้นก่อนการรัฐประหารได้

มีการเริ่มต้นวางแผนเตรียมความพร้อมโดยมี ผบ.ทบ.เป็นแกนนำในการวางแผนทำรัฐประหาร ขั้นตอนระหว่างการทำรัฐประหารโดยปฏิบัติการการใช้กองร้อยพิเศษและกำลังทหารจากกองทัพสารวัตร ดำเนินการควบคุมแกนนำสำคัญฝ่ายรัฐบาล ขั้นตอนหลังการทำรัฐประหารในวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2549 ได้มีกลุ่มต่างๆ ออกมาเคลื่อนไหวต่อต้านการทำรัฐประหารในครั้งนี้ ส่งผลให้สถานการณ์ทางการเมืองไทยตกอยู่ในตึงเครียดอย่างรุนแรง จนทำให้หลายประเทศในกลุ่มอาเซียนกังวลต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเป็นอย่างมาก

การเมืองไทยยุคหลังรัฐประหาร พ.ศ. 2549

เวลาต่อมา ในการเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎรเมื่อปลายปี พ.ศ. 2550 นับเป็นการเลือกตั้งทั่วไป ครั้งแรกภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 และครั้งแรกภายหลังการทำรัฐประหารยึดอำนาจรัฐบาลทักษิณ ทั้งนี้ พรรคพลังประชาชนซึ่งเป็นพรรคที่พัฒนามาจากพรรคไทยรักไทยในอดีตที่ถูกยุบพรรคไปเมื่อ พ.ศ. 2549 ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง โดยได้รับ 223 จาก 480 ที่นั่งในสภาผู้แทนราษฎร คิดเป็น 48.5% กลายเป็นพรรคจัดตั้งรัฐบาลอีกครั้ง โดยมีนายสมักร สุนทรเวช ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีคนแรกภายหลังจากเหตุการณ์การรัฐประหาร พ.ศ. 2549

ทั้งนี้ พรรคพลังประชาชนที่เป็นฝ่ายจัดตั้งรัฐบาลและถูกมองว่าเป็นนอมินีของพรรคไทยรักไทย นั้น ได้มีการส่งเสริมการแก้ไขกฎหมายและรัฐธรรมนูญอย่างจริงจัง โดยมีเป้าหมายที่จะช่วยเหลืออดีตนายกฯ ทักษิณและพันธมิตรที่ถูกตัดสิทธิทางการเมือง 5 ปี การกระทำเช่นนี้ทำให้เกิดการต่อต้านอย่างรุนแรงจากขบวนการต่อต้านทักษิณ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชนชั้นกลางชนชั้นธุรกิจ โดยมีเป้าหมายที่จะโค่นล้มรัฐบาลสมักรและป้องกันไม่ให้เครือข่ายทักษิณกลับมามีอำนาจทางการเมืองอีกครั้ง อย่างไรก็ตาม การเมืองไทยก็ได้กลับมาร้อนระอุและเกิดเป็นวิกฤตการณ์ทางการเมืองอีกครั้งในวันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2551 จากกรณีที่สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ คณะตุลาการศาลรัฐธรรมนูญ โดยนายชัช ชลวร ประธานศาลรัฐธรรมนูญ ได้วินิจฉัยการสิ้นสุดความเป็นนายกรัฐมนตรีของนายสมักร สุนทรเวช ว่าความเป็นนายกรัฐมนตรีของนายสมักรได้สิ้นสุดลงตามรัฐธรรมนูญ 2550 มาตรา 182 วรรคหนึ่ง (7) และมาตรา 267 ประกอบ 182 วรรคสาม และมาตรา 91 กรณีการจัดรายการ “ชิมไปบ่นไป” และรายการ “ยกโขยงหกโมงเช้า” ด้วยเหตุนี้ เป็นผลให้นายสมักรเป็นนายกรัฐมนตรีคนแรกในประวัติศาสตร์ของประเทศไทยที่ถูกขับไล่โดยศาลรัฐธรรมนูญ

ช่วงเปลี่ยนผ่านและความขัดแย้งทางการเมือง

ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 หลังจากที่นายอภิสิทธิ์เข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรี คนเสื้อแดงก็เริ่มเคลื่อนไหวต่อต้านรัฐบาลครั้งยิ่งใหญ่ โดยในเดือนเมษายน พ.ศ. 2552 คนเสื้อแดงได้จัดการชุมนุมมวลชนในกรุงเทพฯ จำนวน 100,000 คน ในระหว่างที่ประเทศไทยกำลังดำเนินการจัดการประชุมสุดยอดอาเซียน +6 ที่โรงแรมรอยัล คลิฟ บีช รีสอร์ท พัทยา มีการปะทะกันกับเจ้าหน้าที่ทหารและตำรวจที่มาสลายการชุมนุม ทำให้มีผู้บาดเจ็บจำนวนมาก เป็นเหตุให้รัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ต้องสั่งยุติการประชุมทั้งที่ยังไม่ทันได้เริ่มเปิดการประชุม และเชิญผู้นำอาเซียนทั้งหมดเดินทางกลับทันที ส่วนแกนนำแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) ที่นำมวลชนเข้าไปชุมนุมถูกศาลจังหวัดพัทยาตัดสินจำคุก 13 คน ในปี พ.ศ. 2558 การเคลื่อนไหวทางการเมืองของ "เสื้อแดง"

และ "เสือเหลือง" ไม่เพียงแต่ทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยตกต่ำลงเท่านั้น แต่ยังทำให้ประเทศไทยต้องประสบกับความสูญเสียทางเศรษฐกิจครั้งใหญ่และทำให้เกิดความโกลาหลขึ้นในสังคม

ในปี พ.ศ. 2553 สถานการณ์การเมืองภายในประเทศยังคงทวีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง สงครามแห่งสีเสื้อและความขัดแย้งยังคงร้อนระอุ โดยตั้งแต่เดือนเมษายนถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2553 มีการปะทะกันระหว่างกลุ่มคนเสื้อเหลืองและกลุ่มคนเสื้อแดง และเกิดเป็นเหตุการณ์นองเลือดครั้งใหญ่ สองครั้งในใจกลางกรุงเทพฯ ทำให้มีผู้เสียชีวิตอย่างน้อย 91 คน และบาดเจ็บเกือบ 2,000 คน นำไปสู่โศกนาฏกรรมทางการเมืองที่สำคัญอีกครั้งหนึ่งในประวัติศาสตร์ของประเทศไทย จากความขัดแย้งทางสังคมที่รุนแรงและการประท้วงที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ส่งผลให้ระบอบประชาธิปไตยของไทยถดถอยลง จนในที่สุดวันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 เวลา 20.30 น. นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ได้แถลงการณ์ประกาศยุบสภาอย่างเป็นทางการ

ต่อมาเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2554 นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร น้องสาวของอดีตนายกรัฐมนตรี ทักษิณ ชินวัตร ได้รับเลือกให้เป็นนายกรัฐมนตรีคนที่ 28 ของประเทศไทย กลายเป็นนายกรัฐมนตรีหญิงคนแรกในประวัติศาสตร์ไทย แม้ว่ารัฐบาลยิ่งลักษณ์จะได้รับการตอบรับที่ดีจากประชาชนในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้รับแรงสนับสนุนจากประชาชนชนชั้นรากหญ้า แต่สถานการณ์การเมืองไทยยังคงเต็มไปด้วยความขัดแย้งทั้งรูปแบบเก่าและใหม่ รัฐบาลยิ่งลักษณ์ต้องการยื่นให้รัฐสภาผ่านร่างแก้ไขรัฐธรรมนูญและพ.ร.บ. นิรโทษกรรม ฝ่ายค้านนำโดยอดีตรองนายกรัฐมนตรี นายสุเทพ เทือกสุบรรณ แห่งพรรคประชาธิปัตย์ เริ่มเดินขบวนต่อต้านพ.ร.บ. นิรโทษกรรม ภายใต้ชื่อคณะกรรมการประชาชนเพื่อการเปลี่ยนแปลงปฏิรูปประเทศไทยให้เป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์แบบอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข (กปปส.) และต่อมาได้ขยายขอบเขตเป็นต่อต้านรัฐบาลยิ่งลักษณ์ จนนำไปสู่การก่อการรัฐประหารในวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) นำโดย พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้ทำรัฐประหารยึดอำนาจรัฐบาลรักษาการของ นายนิวัฒน์ธำรง บุญทรงไพศาล (รัฐบาลยิ่งลักษณ์ ชินวัตร)

Baker, Chris.(2016) เห็นว่าสาเหตุการก่อการรัฐประหาร วันที่ 22 พฤษภาคม 2557 มาจากสองแรงขับ ที่เป็นมรดกจากอดีตและการเปลี่ยนแปลงใหม่ที่เกิดขึ้นที่มีพัฒนาการยาวนานเป็นศตวรรษ กล่าวคือ 1) การควบคุมหรือการปกครองการเมืองด้วยเครือข่ายบางกลุ่มคน (Network of oligarchies) ที่พัฒนามาจากสามเสาหลัก คือ สถาบันพระมหากษัตริย์ ทหาร และข้าราชการ เมื่อเครือข่ายดังกล่าวนี้ได้รับรู้ถึงการท้าทายอำนาจจากพรรคไทยรักไทย ดังนั้นตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา เครือข่ายบาง กลุ่มคน ได้ต่อสู้แย่งชิงอำนาจกลับคืนมาจากพรรคไทยรักไทย 2) พัฒนาการอย่างรวดเร็วการเกิดขึ้น ของชนชั้นกลางในเมืองโดยเฉพาะในกรุงเทพฯ ทั้งในด้านจำนวนและความมั่งคั่ง โดยละทิ้งประชาชน ส่วนใหญ่ในชนบทที่มีความยากจนเอาไว้

ภายหลังการก่อการรัฐประหารในปี พ.ศ. 2557 ภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา สถานการณ์การเมืองไทยเริ่มมีปัญหามากขึ้นในหลายประเด็น เกิดแฟลชม็อบของเหล่านิสิต นักศึกษา รวมถึงนักเรียนมีการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ด้วยการชู 3 นิ้ว เพื่อเคลื่อนไหวต่อต้านรัฐบาล และเรียกร้องให้มีการแก้รัฐธรรมนูญ จากเหตุการณ์ดังกล่าวเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าสถานการณ์การเมือง

เมืองไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบันยังคงมีสถานะที่ไม่แน่นอนและขาดเสถียรภาพ นักวิชาการในบางประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีปฏิริยาเชิงลบต่อการรัฐประหารในประเทศไทย ความคิดเห็นของพวกเขาล้วนไปในทิศทางเดียวกัน พวกเขาเชื่อว่าการทำรัฐประหารเป็นวิธีการที่ผิดปกติในการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลและกำจัดศัตรูทางการเมือง ถือเป็น การโค่นล้มระบอบประชาธิปไตยและหลักนิติธรรม และมีผลกระทบในทางลบต่อกระบวนการทำให้เป็นประชาธิปไตยในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษา โดยเริ่มจากการศึกษาภูมิหลังของสถานการณ์การเมืองไทย และวิกฤตการเมืองไทย โดยใช้วิธีการศึกษาผ่านทางเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2535-พ.ศ. 2557 ไม่ว่าจะเป็นการแทรกแซงทางการเมืองจากทหาร รัฐประหาร การชุมนุมทางการเมืองที่ยืดเยื้อ ที่เป็นเหตุให้เกิดเหตุการณ์นองเลือดในประเทศไทยหลายหน รวมถึงศึกษาว่าวิกฤตและสถานการณ์การเมืองที่เกิดขึ้นในประเทศไทยนั้น ส่งผลกระทบต่อภูมิรัฐศาสตร์อาเซียน

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสารเกี่ยวกับสถานการณ์ความขัดแย้งและวิกฤตการเมืองไทยตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2535 – พ.ศ. 2557 โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ และสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ แฟนเพจ เว็บไซต์ ต่างประเทศ ทั้งที่เป็นบทความ เรียงความ อนุทิน บันทึกความทรงจำ บันทึกการสัมภาษณ์ แถลงการณ์ ฯลฯ ซึ่งปรากฏในรูปแบบวารสาร หนังสือพิมพ์ และหนังสือขนาดพกพา เพื่อนำมาสังเคราะห์หรือวิเคราะห์ว่าวิกฤตการเมืองไทยที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2535-พ.ศ.2557นั้น ส่งผลกระทบต่อภูมิรัฐศาสตร์อาเซียน

อีกส่วนหนึ่ง คือการใช้วิธีวิเคราะห์ปัจจัยในมิติต่างๆ ของอาเซียนและประเทศไทย ทั้งมิติด้านการเมือง วัฒนธรรมหรือค่านิยมต่างๆ โดยการใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารดังต่อไปนี้ ได้แก่ วิทยานิพนธ์ หนังสือ หนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์ แหล่งข้อมูลในอินเทอร์เน็ต บทความทางวิชาการ วารสารทางวิชาการ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

การตอบสนองของประเทศอาเซียนต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศไทย

ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในปี พ.ศ. 2549 กลุ่มประเทศอาเซียนได้แสดงทัศนะเชิงลบต่อการทำรัฐประหารในประเทศไทย ประเทศส่วนใหญ่เห็นว่าการทำรัฐประหารในประเทศไทยนับเป็นการโค่นล้มระบอบประชาธิปไตยและหลักนิติธรรม ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อกระบวนการสร้างประชาธิปไตยในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในปี พ.ศ. 2557 ภายหลังจากการทำรัฐประหารในประเทศไทย สิงคโปร์เรียกร้องให้ทุกฝ่ายในไทยงดใช้ความรุนแรงและแก้ปัญหาความ

ขัดแย้งด้วยสันติวิธี นอกจากนี้ยังเห็นว่าไทยเป็นประเทศสำคัญในภูมิภาคและเป็นสมาชิกที่สำคัญของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มาช้านาน ความไม่แน่นอนและความไร้เสถียรภาพทางการเมืองของไทยไม่เพียงแต่เป็นอุปสรรคต่อประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นอุปสรรคต่อภูมิภาคแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั้งหมดอีกด้วย เช่น กรณีของประเทศอินโดนีเซีย แม้อินโดนีเซียจะมีการดำเนินการปฏิรูปกองทัพ แยกทหารออกจากการเมืองมาโดยตลอดตั้งแต่ พ.ศ.2540 แต่ภายหลังการรัฐประหารในประเทศไทยปี พ.ศ.2549 ได้สร้างความกังวลต่อประเทศสมาชิกอาเซียนหลายประเทศเป็นอย่างมาก รัฐบาลพลเรือนอินโดนีเซียจึงได้มีการออกกฎหมายเข้าควบคุมธุรกิจของทหาร

เนื่องจากการเกิดรัฐประหารในประเทศไทย บางประเทศในอาเซียนก็ได้เริ่มพิจารณาถึงความเป็นไปได้ที่จะเกิดรัฐประหารในประเทศของตน อย่างเช่นกรณีของอินโดนีเซีย ภายหลังการทำรัฐประหารในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2549 อินโดนีเซียได้เร่งทำการปฏิรูปการทหาร ในขณะที่พลเอกซูซีโล บัมบัง ยูโดโยโน ซึ่งเป็นอดีตประธานาธิบดีอินโดนีเซียคนแรกที่ได้รับการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชนในปี พ.ศ. 2547 ยังกล่าวอีกว่าการก่อรัฐประหารของทหารในประเทศไทยนับเป็นเหตุการณ์ที่น่ากังวลเป็นอย่างยิ่ง สำหรับอินโดนีเซียแล้วการรัฐประหารโดยทหารเป็นการกระทำที่ไม่เป็นประชาธิปไตย จะเห็นได้ว่าแม้เรื่องของการทำรัฐประหารในประเทศไทยจะเป็นเรื่องภายในของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ผู้นำของประเทศสมาชิกทั้งหมดในสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) จำเป็นต้องออกมาแสดงทัศนคติที่แน่วแน่และชัดเจนในประเด็นนี้เช่นกัน ยูโดโยโนยังชี้ให้เห็นอีกว่า อินโดนีเซียได้เรียกร้องให้กองทัพไทยร่วมมือกับทุกฝ่ายในประเทศเพื่อหาทางแก้ไขอย่างสันติและเป็นประชาธิปไตยเพื่อประโยชน์ต่อคนไทย และเพื่อฟื้นฟูเสถียรภาพทางการเมืองอย่างรวดเร็วตามเจตนารมณ์ของกฎบัตรอาเซียน

ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศไทย ถึงแม้ประเทศในกลุ่มอาเซียนส่วนใหญ่ได้ออกมาแสดงความไม่เห็นด้วยกับการทำรัฐประหารในประเทศไทย และเรียกร้องหาทางเจรจาด้วยกระบวนการประชาธิปไตย แต่ก็ไม่สามารถกดดันให้ผู้นำกองทัพเปลี่ยนใจคืนอำนาจให้รัฐบาลพลเรือน อย่างไรก็ตาม เนื่องด้วยจิตวิญญาณหลักของกฎบัตรอาเซียนที่ยังคงยึดมั่นในหลักการพื้นฐานของการไม่แทรกแซงกิจการภายใน เคารพในเอกราช อธิปไตย ความเสมอภาค และเอกลักษณ์ประจำชาติของแต่ละประเทศสมาชิก ยินกรานที่จะแก้ไขข้อพิพาทด้วยสันติวิธี ไม่แทรกแซงกิจการภายในของประเทศสมาชิก เสริมสร้างกลไกการปรึกษาหารือในเรื่องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน แก้ไขข้อพิพาทตามสนธิสัญญาอาเซียนและแนวปฏิบัติระหว่างประเทศ และมอบประเด็นที่มีความซับซ้อนและสำคัญให้ที่ประชุมสุดยอดอาเซียนเพื่อการเจรจาและตัดสินใจ ดังนั้น การเรียกร้องให้ประเทศสมาชิกประณามการรัฐประหารในประเทศไทย จึงขัดต่อหลักการที่อาเซียนยึดถือมาช้านาน

ผลกระทบของสถานการณ์การเมืองไทยต่อภูมิรัฐศาสตร์อาเซียน

สาเหตุของความขัดแย้งคงหนีไม่พ้นจากการแย่งชิงอำนาจและผลประโยชน์เป็นหลัก ส่วนอุดมการณ์ทางการเมืองในสังคมไทยอาจไม่มีอยู่จริง เพราะคำว่า อุดมการณ์ทางการเมือง หมายถึงความเชื่อทางการเมือง ที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายและวิธีการเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ทางการเมืองที่แตกต่างในการนำพาอุดมการณ์ทางการเมืองไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ที่ต้องการ (กรูณา มธุลาภรังสรรค์,

2560) และวิธีการในการบริหาร ที่มีหลักคิดที่แตกต่างกัน อาจเป็นปัจจัยรอง หรือเป็นเพียงข้ออ้าง โดยเฉพาะความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ (Interest Conflict) พบว่า มักเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้อง กับ เรื่องการเกษตรกรรม ความเป็นอยู่ และการประกอบอาชีพ ปัญหาจากการกำหนดเขตพื้นที่ทำกินของ รัฐไม่ชัดเจน ทำให้เกิดการ บุกรุกที่สาธารณะของประชาชนเกิดข้อพิพาทระหว่างประชาชนกับภาครัฐ ตลอดจนการไม่ยอมรับในอำนาจที่อีกฝ่ายได้รับ กล่าวคือ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอำนาจไม่ว่าจะ สมัย ใดก็ตาม ฝ่ายอำนาจเก่ามักจะไม่นยอมรับในอำนาจของอีกฝ่ายเพราะทำให้ตนสูญเสียอำนาจ เกิดการ ต่อต้านเพื่อเรียกร้อง ร้องขออำนาจ ทำให้อำนาจกลายเป็นเครื่องมือในการต่อรองทางการเมืองอีก อย่างหนึ่งไปโดยปริยาย มีการตั้งกลุ่มเพื่อดำเนินการต่อต้าน ทั้งที่เปิดเผยและเป็นกลุ่มลับ ใช้ทั้งวิธี สะอาดและสกปรก (กรุณา มธฺลาภรังสรรค์.2563)

เมื่อวันที่ 10-11 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 การประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) ครั้งที่ 24 ได้จัดขึ้น ณ กรุงเนปิดอว์ เมืองหลวงของเมียนมาร์ ภายใต้หัวข้อ “Moving Forward in Unity to a Peaceful and Prosperous Community” (Kan Zaw.2015) ในการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งนี้ ผู้นำจากประเทศอาเซียนได้ทบทวนแผนการมุ่งเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและเน้นย้ำประเด็นสำคัญ ต่างๆ ที่จะต้องเร่งรัดดำเนินการเพื่อกำหนดทิศทางและวิสัยทัศน์อาเซียนในบริบทของประชาคม อาเซียนภายหลังปี 2558 อย่างไรก็ตาม การประชุมครั้งนี้มีความสำคัญมาก เพราะเป็นการประชุมที่ กำหนดชะตากรรมของประเทศกลุ่มอาเซียนในอนาคต ประเทศไทยที่กำลังประสบกับวิกฤติการเมือง ภายในประเทศ จึงมิได้ส่งผู้นำระดับสูงเข้าร่วมการประชุม แต่ได้ส่งนายพงศ์เทพ เทพกาญจนา รอง นายกรัฐมนตรี ในฐานะผู้แทนรักษาการนายกรัฐมนตรี เข้าร่วมการประชุมครั้งนี้ ดังนั้น การเข้าร่วม ประชุมในฐานะผู้รักษาการแทนนายกรัฐมนตรีของนายพงศ์เทพ จึงมีข้อจำกัดในการลงมติหรือกระทำ การตัดสินใจใดๆ กับกลุ่มประเทศสมาชิกทั้ง 9 ประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อกรดำเนินการเพื่อกำหนด ทิศทางของประชาคมอาเซียนในอนาคตเป็นอย่างมาก

แม้ว่าผู้นำของ 9 ประเทศอาเซียนได้ออกปฏิญญาเนปิดอว์ในการประชุมสุดยอดอาเซียน ปี 2557 แต่การขาดเสียงจากผู้นำของประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศสมาชิกที่สำคัญ ส่งผลกระทบต่อความ น่าเชื่อถือและความมั่นคงของกลุ่มประเทศอาเซียนเป็นอย่างมาก ซึ่งในความเป็นจริงนี้ไม่ใช่ครั้งแรกที่ สถานการณ์ทางการเมืองในประเทศไทยส่งผลกระทบต่อภาพรวมของอาเซียน ในปี 2551 เนื่องจากความวุ่นวายทางการเมืองและการนองเลือดอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย นายกรัฐมนตรีสอง คนคือนายสมัคร สุนทรเวช และนายสมชาย วงศ์สวัสดิ์ ได้ลงจากตำแหน่งนายกรัฐมนตรีไปทีละคน การที่รัฐบาลไทยไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสมและเต็มที่ ส่งผลให้มีการเลื่อนการจัด ประชุมสุดยอดอาเซียนในประเทศไทย อีกทั้งการระงับการจัดประชุมอาเซียนและคู่แข่งรายที่จัดขึ้นที่ พัทยา ประเทศไทยในเดือนเมษายน 2552 เนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบภายในประเทศไทยที่ ยืดเยื้อ ส่งผลให้อาเซียนอยู่ในสภาวะที่กลืนไม่เข้าคายไม่ออกอยู่หลายครั้ง

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ประการแรก ตลอดหลายปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีจุดยืนที่เป็นกลางในประเด็นต่างๆ เช่น ข้อพิพาทในทะเลจีนใต้ หรือข้อพิพาทระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียน อีกทั้งยังทำหน้าที่เป็นตัวกลางและผู้ประสานงานสำหรับข้อพิพาทในหลายประเด็นภายในภูมิภาคอาเซียน ความวุ่นวายทางการเมืองที่ยืดเยื้อของประเทศไทยย่อมส่งผลให้อิทธิพลและเสียงภายในอาเซียนอ่อนแอลงอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อมีข้อพิพาทเรื่องอาณาเขต น่านน้ำ และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศอาเซียน หากประเทศสมาชิกที่สำคัญอย่างประเทศไทยไร้ซึ่งความมั่นคงและไร้เสถียรภาพทางการเมือง ก็ย่อมส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและเสถียรภาพของภูมิภาคด้วยเช่นกัน

ประการที่สอง ประเทศไทยเป็นประเทศสำคัญในคาบสมุทรอินโดจีนและเป็นประเทศศูนย์กลางการรวมตัวทางเศรษฐกิจของอาเซียน ความไม่สงบทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับความวุ่นวายทางการเมืองในประเทศไทยอาจนำไปสู่ปัญหาด้านความปลอดภัยในการเดินทางเรือในลุ่มแม่น้ำโขง

ประการที่สาม ประเทศไทยเป็นประเทศที่ให้ความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรมมากที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยมีบทบาทโดดเด่นในการบรรเทาความยากจนและการบรรเทาทุกข์ ไม่ว่าจะให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศลาวและกัมพูชา หรือเพื่อบรรเทาทุกข์ด้านมนุษยธรรมนอกภูมิภาคอาเซียน ทั้งนี้ การที่สถานการณ์ทางการเมืองของไทยตกต่ำในระยะยาวย่อมส่งผลกระทบต่ออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ต่อประเด็นด้านมนุษยธรรมของอาเซียน

ประการสุดท้าย ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยมีความสำคัญมากในฐานะประเทศที่มีเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองในกลุ่มประเทศอาเซียน ประเทศไทยได้ให้ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และมหาอำนาจระดับกลางต่างๆ มาอย่างยาวนาน อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ความวุ่นวายทางการเมืองในประเทศไทยไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดหายนะต่อประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อด้านลบต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างอาเซียนและประเทศในภูมิภาคอื่นๆ อีกด้วย ในปัจจุบันแม้กลุ่มประเทศอาเซียนจะยึดมั่นในหลักการสำคัญของ "การไม่แทรกแซงกิจการภายใน" แต่หลายประเทศในอาเซียนยังคงให้ความสนใจต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศไทย ในด้านหนึ่งพวกเขาเชื่อว่าการรัฐประหารจะส่งผลกระทบต่อการเมืองระดับภูมิภาค แต่พวกเขาไม่สามารถเข้าไปแทรกแซงกิจการภายในของประเทศไทยมากเกินไป และการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศไทยก็จะส่งผลกระทบต่อพัฒนาภูมิรัฐศาสตร์ของอาเซียนอย่างเป็นระยะๆ

ในกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลกวันนี้ ถึงเวลาที่ประเทศเล็ก ๆ ที่มีจุดตั้งทางภูมิศาสตร์อยู่ที่ศูนย์กลางอาเซียนอย่างประเทศไทยต้องปรับสร้างทิศทางภูมิรัฐศาสตร์ใหม่ ที่มุ่งเน้นเร่งปรับตัวพัฒนาสร้างความก้าวหน้ายุคใหม่ เปิดประตูสร้างมิตรภาพกับทุกฝ่าย โดยเฉพาะแกนมหาอำนาจโลกทั้งฝั่งตะวันตกและตะวันออก ที่วันนี้ดูเหมือนกำลังผลักโลกให้เข้าสู่สงครามเย็นอีกครั้ง กล่าวโดยสรุปคือ ทราบไตที่ประเทศไทยหรือประเทศสมาชิกประเทศใดประเทศหนึ่ง ไม่สามารถรักษาเสถียรภาพทางการเมืองและสังคมภายในได้ ก็ย่อมส่งผลกระทบต่อภูมิรัฐศาสตร์อาเซียนทั้งหมด

เอกสารอ้างอิง

- โกวิท วงศ์สุววัฒน์.(2545). **ภูมิรัฐศาสตร์**.พิมพ์ครั้งที่ 1.นครปฐม: ศูนย์ส่งเสริมและฝึกอบรมการเกษตรแห่งชาติ.หน้าที่ 40-43.
- ทรงภูมิ พรหมภาพ และโกวิท วงศ์สุววัฒน์. (2558). **ปัจจัยที่ก่อให้เกิด “ประชานิยม”ทางการเมืองไทย ปี พ.ศ. 2549 – 2553**.วารสารรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ปีที่ 4.(2).
- ไทยรัฐออนไลน์.(2562).**ย้อนรอย 15 ปี ครบรอบ "รัฐประหาร" รัฐบาลทักษิณ 19 กันยายน 2549”** สืบค้น 16 ธันวาคม 2564. [เว็บไซต์] จาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/2197180>
- พรรคเพื่อไทย.(2559).**24 กุมภาพันธ์ 2549 ทักษิณยุบสภา คืนอำนาจให้ประชาชน**. สืบค้น 16 ธันวาคม 2564.[เว็บไซต์]. จาก <https://ptp.or.th/archives/18202>.
- ย้อนอ่านคำพิพากษาศาล รธน. ผลัก“สมัคร”ตกเก้าอี้**นายกฯ ว่าด้วยปม“ลูกจ้าง-ค่าตอบแทน” สืบค้น 28 ตุลาคม 2564 จากhttps://www.matichonweekly.com/featured/article_18922
- คมชัดลึกออนไลน์.(2562).**17 ก.ย.2551 สมชาย ขึ้นนั่งนายกฯไทย แต่ไร้ทำเนียบ** สืบค้น 2 มกราคม 2564 [เว็บไซต์] จาก <https://www.komchadluek.net/today-in-history/388799>
- THE STANDARD TEAM.(2564).**22 พฤษภาคม 2557 – คสช. รัฐประหารยึดอำนาจรัฐบาลยิ่งลักษณ์ ชินวัตร** สืบค้น 21 มกราคม 2565. [เว็บไซต์] จาก <https://thestandard.co/onthisday-22052557/>
- KORNCHANOK RAKSASERI. (2560). **Democratic backsliding' takes root**.State of SE Asian governance debated สืบค้น 1 มกราคม 2565 จาก <https://www.bangkokpost.com/thailand/politics/1317523/democratic-backsliding-takes-root>.
- Murphy.C.(2006). **Thaksin, Get Out!":Why Thais are Angry**. Far Eastern Economic Review, 9.
- Kan Zaw.(2558).**“Looking Back on Myanmar’s Chairmanship of ASEAN in 2014”**. (2015) ASEAN@50• Volume 1 | The ASEAN Journey: Reflections of ASEAN Leaders and officials.

ผลกระทบต่อสังคมไทยกรณีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดิน
ของชาวต่างชาติ ภายใต้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุน
โดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย

Impact on Thai Society in the Case of Amendments to the Law
relating to Foreign Land Holding under the Measures to
Stimulate the Economy and Investment by Attracting
High-Potential Foreigners to Thailand

พรวรินทร์ เตโชภาส

Pornwarin Techophat

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 0870308936

Faculty of Law Bangkokthonburi University, Tel. 0870308936

e-mail: pornwarin.tec@gmail.com

บทคัดย่อ

จากกรณีทีคณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบหลักการมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยในลักษณะผู้พำนักระยะยาว (long-term stay) ที่เสนอโดยสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2564 นั้น ในการนี้ ภาครัฐได้มีมาตรการหลัก 2 ประการเพื่อนำมาใช้สนับสนุนมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจดังกล่าว ได้แก่ การออกวีซ่าประเภทผู้พำนักระยะยาว และการแก้ไขกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยจะเน้นศึกษาแนวทางการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติเป็นหลัก เนื่องจากการแก้ไขกฎหมายนับเป็นมาตรการที่สำคัญในการส่งเสริมให้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนมีแนวโน้มที่จะสำเร็จได้ แต่อย่างไรก็ดีถือเป็นการเปิดช่องทางให้แก่ชาวต่างชาติสามารถเข้ามาถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินและอสังหาริมทรัพย์อื่นในประเทศไทยได้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประชาชนและสังคมไทย

ในการวิจัยนี้จะใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาตีความในลักษณะวิเคราะห์ตามหลักเหตุผล เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขกฎหมายของภาครัฐว่ามีการแก้ไขในส่วนใด รวมถึงศึกษาว่าการแก้ไขกฎหมายดังกล่าวส่งผลกระทบต่อสังคมไทยอย่างไร ผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันยังไม่มีมีการแก้ไขกฎหมายที่อนุญาตให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองที่ดินในไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม การแก้ไขกฎหมายยังคงอยู่ในขั้นตอนของการพิจารณา และเป็นเพียงแนวโน้มในการแก้ไขกฎหมายเท่านั้น ดังนั้น การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบต่อสังคมไทยกรณีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติ จะช่วยให้ภาครัฐ

สามารถใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการพิจารณาถึงความเหมาะสมของการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติ

คำสำคัญ: การถือครองที่ดิน ชาวต่างชาติ การแก้ไขกฎหมาย

Abstract

From the case that the Cabinet has approved the principle of economic and investment stimulus measures by attracting high-potential foreigners to Thailand for long-term stays, that proposed by the National Economics and Social Development Council on September 14, 2021. In this regard, the government has implemented two main measures to support such economic stimulus measures, namely the issuance of a long-term resident visa, and amendments to the law or related regulations. In this research, the researcher will mainly focus on the study of ways to amend the laws related to foreign land holding. This is because the amendment of the law is an important measure to encourage economic and investment stimulus measures to be more likely to be successful. However, this measure opens more channels for foreigners to acquire ownership of land or other real estate in Thailand, which will directly affect Thai people and Thai society.

For the research methods, to study the guidelines for amending the laws of the government sector, which part was amended, as well as studying how the amendment of such law affects Thai society? the content analysis method from relevant documents is used, and the collected data is interpreted in a rational analysis manner.

The results showed that at present, there is no concrete amendment to the law that allows foreigners to own more land in Thailand. The amendment to the law is still in the process of consideration, and only the trend to amend the law. Therefore, research studies on the impact on Thai society in the case of amendments to the law relating to foreign land holding will help the government to use as a basic guideline in considering the appropriateness of amendments to the law relating to foreign land holding.

Keywords: Landholding, Foreigners, Amendment of Law

บทนำ

สืบเนื่องจากการประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2564 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบหลักการมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยในลักษณะผู้พำนักระยะยาว และมีการมอบหมายให้กระทรวงมหาดไทยกำหนดวีซ่าประเภทผู้พำนักระยะยาวใหม่ (long-term resident visa) รวมทั้งศึกษาแนวทางการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดิน ซึ่งในทางปฏิบัติถือเป็นการศึกษาแนวทางกฎหมายเพื่อเปิดทางให้แก่ชาวต่างชาติสามารถเข้ามาถือครองกรรมสิทธิ์ในที่ดินได้มากขึ้น ทั้งนี้ สาเหตุหลักที่ทำให้สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเสนอมาตรการดังกล่าวในการดึงดูดนักลงทุนให้ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีพิจารณาเนื่องมาจากในช่วงระยะเวลา 2 ที่ผ่านมา ประเทศไทยและประเทศอื่นทั่วโลกต่างประสบกับปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่พึ่งพารายได้จากภาคการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เมื่อประสบกับปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จึงทำให้ประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง เช่น รายได้จากภาคการท่องเที่ยวหยุดชะงักหรือเงินลงทุนจากชาวต่างชาติในภาคการลงทุนลดน้อยลง ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาในเรื่องดังกล่าวนี้ ภาครัฐจึงมีแนวคิดที่ต้องการจะดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงให้เข้ามาอยู่อาศัยในประเทศไทย และมีการใช้จ่ายในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างรายได้จากแหล่งใหม่

อย่างไรก็ดี ในการนี้มีการกำหนดนโยบายหลายข้อเพื่อเป็นแนวทางในส่งเสริมมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย แต่หนึ่งในนโยบายที่ประชาชนให้ความสนใจและเป็นประเด็นที่กำลังถูกถกเถียงเป็นอย่างมาก ได้แก่ คำสั่งให้กระทรวงมหาดไทยศึกษาแนวทางแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติ เนื่องจากประชาชนทั่วไปเห็นว่า หากภาครัฐมีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดิน โดยอนุญาตให้ชาวต่างชาติมีสิทธิ์ถือครองที่ดินหรืออสังหาริมทรัพย์อื่นในจำนวนที่มากขึ้น เช่นนี้เมื่อชาวต่างชาติมีกำลังซื้อสูงขึ้นอาจทำให้ราคาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยมีราคาสูงขึ้น หรืออาจเกิดเหตุการณ์ที่ชาวต่างชาติซื้ออสังหาริมทรัพย์เป็นจำนวนมากและปล่อยเช่าในราคาสูงให้แก่คนไทย หรือในกรณีที่ชาวต่างชาติเช่าที่ดินและสามารถครอบครองที่ดินได้ติดต่อกันเป็นระยะเวลานานขึ้น เช่นนี้อาจส่งผลกระทบต่อคนไทยขาดแคลนที่ดินในการทำประโยชน์ เป็นต้น

ในการวิจัยนี้จะศึกษาถึงนโยบายในการส่งเสริมมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยของภาครัฐ โดยเน้นที่แนวทางการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติเป็นหลัก ทั้งนี้ การวิจัยนี้จะใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) จากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และตีความในลักษณะวิเคราะห์ตามหลักเหตุผล เพื่อศึกษาถึงแนวทางในการแก้ไขกฎหมายของภาครัฐว่ามีการแก้ไขในส่วนใด แนวทางปฏิบัติเหมือนหรือแตกต่างจากเดิมหรือไม่ อย่างไร รวมถึงศึกษาว่าแนวทางในการแก้ไขกฎหมายดังกล่าวนี้จะส่งผลกระทบต่อสังคมไทยอย่างไร เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงผลดีและผลเสียของการแก้ไขกฎหมายดังกล่าว ด้วยเหตุนี้จึงสมควรศึกษาผลกระทบต่อสังคมไทยกรณีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ

ถือครองที่ดินของชาวต่างชาติ เพื่อให้ภาครัฐสามารถใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการพิจารณาถึงความเหมาะสมของการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวกับการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติ ภายใต้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบต่อสังคมไทยกรณีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินและอสังหาริมทรัพย์อื่นของชาวต่างชาติ
3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์เปรียบเทียบถึงข้อดีและข้อเสียของการแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการถือครองที่ดินและอสังหาริมทรัพย์อื่นของชาวต่างชาติ

การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ได้ที่นำมาเป็นแนวทางการศึกษาวิจัยเรื่องผลกระทบต่อสังคมไทยกรณีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวกับการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติ ภายใต้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย สามารถนำเสนอได้ดังนี้

มาลินี คงรีน (2559) ได้กล่าวถึงการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติในไทยว่า เนื่องจากระบบเสรีนิยมทางการค้าเป็นเหตุให้ชาวต่างชาติจำนวนมากเข้ามาลงทุนในประเทศไทย โดยที่ดินถือเป็นที่ปัจจัยสำคัญในการประกอบกิจการ ทั้งนี้ ปัจจุบันกฎหมายไทยได้อนุญาตให้ชาวต่างชาติเข้ามาถือครองที่ดินเพื่อการประกอบธุรกิจได้ ดังเช่น พระราชบัญญัติการเช่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรม พ.ศ. 2542 กำหนดให้คนต่างด้าวเช่าที่ดินได้เกิน 30 ปี แต่ไม่เกิน 50 ปี โดยต้องเป็นการประกอบกิจการที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างสูง หรือในกรณีที่ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2497 และพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายที่ดิน (ฉบับที่ 8) พ.ศ. 2542 มาตรา 96 ทวิ กำหนดให้คนต่างด้าวซื้อที่ดินเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยได้ไม่เกิน 1 ไร่ โดยคนต่างด้าวนั้นจะต้องนำเงินมาลงทุนไม่ต่ำกว่า 40 ล้านบาท และต้องดำรงการลงทุนไว้ไม่ต่ำกว่า 3 ปี เป็นต้น นอกจากนี้ สติชัย ลิ้มพงษ์พันธ์ (2564) เห็นว่าประเทศไทยยังถือหลักที่ว่าที่ดินส่วนใหญ่จะต้องเป็นกรรมสิทธิ์ของคนไทย การที่ชาวต่างชาติจะเข้ามาถือครองกรรมสิทธิ์ได้นั้นต้องเป็นไปเพื่อการลงทุน หรือเป็นไปเพื่อการอยู่อาศัยในอาคารชุด ซึ่งกำหนดอัตราส่วนการถือครองของชาวต่างชาติไม่เกิน 49% ซึ่งหากเป็นการถือครองโดยการทำสัญญาเช่า จะต้องเป็นการเช่าตามประมวลกฎหมายที่ดิน และพ.ร.บ. การเช่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อพาณิชยกรรมฯ

อย่างไรก็ดี สืบเนื่องจากการประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2564 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบหลักการมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยในลักษณะผู้พำนักระยะยาว มาตรการดังกล่าวนี้ได้ส่งผลกระทบต่อ

สังคมไทยในหลายประการ กรมชนก รามโกมุท (2564) เห็นว่าหลักการนี้เป็นการเปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติสามารถเข้ามาใช้ชีวิตอยู่ในประเทศไทยด้วยวีซ่าผู้พักอาศัยระยะยาว (Long Term Resident Visa) โดยหลักการคือชาวต่างชาติจะมีสิทธิ์ขอวีซ่าประเภทนี้ได้จำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีรายได้สูงหรือเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาที่สามารถทำประโยชน์ให้แก่ประเทศไทยได้ ไม่ว่าจะด้วยการนำเงินมาใช้จ่ายหรือในการนำความรู้ความเชี่ยวชาญพิเศษมาช่วยพัฒนาเศรษฐกิจประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติในประเด็นอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตและโครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และดิจิทัล ทั้งนี้ ในการดำเนินการตามมาตรการนี้คณะรัฐมนตรีได้มีมติมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปศึกษาแนวทางการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวกับการถือครองที่ดิน จนเกิดเป็นกระแสความกังวลว่าอาจเป็นการเปิดทางไปสู่การแก้ไขกฎหมายเรื่องการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติในไทย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องรอดูท่าทีของภาครัฐในอนาคตเกี่ยวกับการแก้ไขกฎหมายว่าจะมีการแก้ไขผิดแผกไปจากเดิมหรือไม่ อย่างไร ทั้งนี้ โสภณ พรโชคชัย (2564) เห็นว่าการที่ภาครัฐเตรียมออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุน โดยที่ยังไม่มีข้อจำกัดด้านการซื้อหรือครอบครองอสังหาริมทรัพย์ที่ชัดเจนอาจเป็นเหตุให้คนไทยและประเทศไทยเสียเปรียบนักลงทุนชาวต่างชาติ เพราะสิ่งที่ตามมาเป็นอันดับแรกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คือการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อเก็งกำไร ดังนั้นหากภาครัฐจำเป็นจะต้องแก้ไขกฎหมาย หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินหรืออสังหาริมทรัพย์อื่น ภาครัฐจะต้องมีการแก้ไขกฎหมายให้มีความรัดกุม มีข้อกำหนดที่ชัดเจนเพื่อป้องกันการเก็งกำไร เช่น ต้องให้ชาวต่างชาติถือครองวีซ่าผู้อยู่อาศัยถาวรในประเทศไทยก่อนจึงจะสามารถซื้ออสังหาริมทรัพย์ได้ หรือให้ชาวต่างชาติมาอยู่อาศัยในประเทศไทยก่อนอย่างน้อย 1 ปีจึงจะสามารถซื้อบ้านได้เหมือนกับกฎหมายของประเทศจีน เป็นต้น

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดหลักกฎหมายเกี่ยวกับการอนุญาตให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองกรรมสิทธิ์หรือมีสิทธิครอบครองในที่ดินหรืออสังหาริมทรัพย์อื่นได้นั้น ถือเป็นแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจของประเทศ เนื่องจากที่ดินถือเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินชีวิต และเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยดึงดูดนักลงทุนให้สนใจเข้ามาลงทุนในประเทศ ซึ่งการลงทุนจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เกี่ยวกับการอุตสาหกรรมผลิตและบริการ รวมถึงนำผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาเฉพาะทางด้านต่างๆ เข้ามาสู่ประเทศ ด้วยสาเหตุดังกล่าวนี้การบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องขึ้นมาเพื่อสนับสนุนและดึงดูดนักลงทุนชาวต่างชาติให้เข้ามาลงทุนในประเทศจึงเป็นสิ่งสำคัญและควรให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายเกี่ยวกับการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติ เนื่องจากที่ดินเป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ภาครัฐจึงควรมีมาตรการในการควบคุมการถือครองที่ดินเพื่อการลงทุนด้วย เพราะหากปล่อยให้ชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนมีสิทธิในการถือครองที่ดินมากเกินไปอาจทำให้ประชาชนขาดแคลนที่ดินในการทำประโยชน์ รวมถึงอาจทำให้ประเทศประสบกับปัญหาเศรษฐกิจและความมั่นคงได้

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการในลักษณะการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยมีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร รายงาน บทความ ผลงานวิชาการ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ทั่วไป กฎหมาย ระเบียบ และคำสั่งอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลที่มีการเผยแพร่ทางสื่ออินเทอร์เน็ต โดยในการวิจัยนี้จะใช้วิธีการศึกษาเอกสาร (documentary research) จากเอกสารที่กล่าวมาข้างต้น และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)

ผลการวิจัย

แม้กฎหมายที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันจะห้ามมิให้ชาวต่างชาติซื้อบ้านหรือที่ดินในประเทศไทย อย่างไรก็ตามชาวต่างชาติอาจได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ในที่ดินและอสังหาริมทรัพย์อื่น หากได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในกฎหมายหลายฉบับ อาทิเช่น ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2497 พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายที่ดิน (ฉบับที่ 8) พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติปิโตรเลียม พ.ศ. 2514 และพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 เป็นต้น

สืบเนื่องจากสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเห็นว่า การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีความรุนแรงและยืดเยื้อมาเป็นเวลานาน อีกทั้งรัฐบาลได้ใช้มาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคอย่างเข้มงวด ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และการลงทุนภายในประเทศลดลงอย่างมาก ดังนั้นภาครัฐจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเตรียมความพร้อมและเตรียมแผนรับมือในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ ด้วยเหตุนี้สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เสนอมาตรการในการกระตุ้นเศรษฐกิจ เพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นแก่ภาคเอกชนและประชาชนจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้แก่ มาตรการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงหรือมีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านต่างๆ ให้เข้ามาอยู่ในประเทศไทยในลักษณะผู้พำนักระยะยาว (long-term stay) ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้จ่ายและการลงทุนในประเทศเพิ่มมากขึ้น มาตรการดังกล่าวนี้ประกอบด้วย 2 มาตรการหลัก ดังต่อไปนี้

1. การออกวีซ่าประเภทผู้พำนักระยะยาว (Long-term resident visa)

การออกวีซ่าประเภทผู้พำนักระยะยาวนี้ เป็นมาตรการในการกำหนดวีซ่าประเภทใหม่เพื่อให้รองรับกับชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงและมีความต้องการเป็นผู้พำนักอาศัยระยะยาวในประเทศไทย ซึ่งจะได้รับข้อยกเว้นและได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ เช่น ให้สิทธิทำงานพร้อมวีซ่า คู่สมรสและบุตรได้รับวีซ่าติดตามไปพร้อมกัน หรือไม่ต้องแจ้งเจ้าหน้าที่ให้รับทราบในกรณีที่อยู่ในประเทศเกิน 90 วัน เป็นต้น ทั้งนี้ ชาวต่างชาติที่จะสามารถขอวีซ่าประเภทนี้ได้จะต้องเป็นผู้ที่มีรายได้สูง หรือเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาเฉพาะทางที่ประเทศไทยมีความต้องการ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มประชากรโลกผู้มีความมั่งคั่งสูง (wealthy global citizen) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจาก

ต่างประเทศ (wealthy pensioner) กลุ่มที่ต้องการทำงานจากประเทศไทย (work-from-Thailand professional) และกลุ่มผู้มีทักษะเชี่ยวชาญพิเศษ (high-skilled professional)

2. การแก้ไขกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติให้ขอวีซ่าประเภทประเภทผู้พำนักระยะยาว

ในส่วนของ การแก้ไขกฎหมาย หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติ เนื่องจากที่ดินถือเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยดึงดูดชาวต่างชาติให้สนใจเข้ามาลงทุนในประเทศ ดังนั้นการแก้ไขกฎหมายในส่วนนี้เพื่อให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองที่ดินและใช้ประโยชน์ที่ดินได้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตาม ภาครัฐควรพิจารณาแก้ไขอย่างรอบครอบ และจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นแก่ประชาชนเป็นหลัก เนื่องจากที่ดินถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญของประชาชนเช่นเดียวกัน ประชาชนมีความจำเป็นต้องใช้ที่ดินเพื่อทำประโยชน์ต่างๆ ทั้งภาคธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรม และภาคการเกษตร เป็นต้น ในเรื่องการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินนี้ คณะรัฐมนตรีได้มีมติมอบหมายให้กระทรวงมหาดไทยและกระทรวงการคลังทำงานร่วมกัน เพื่อตรวจสอบเกี่ยวกับเรื่องสิทธิการซื้อที่ดิน ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มี การแก้ไขกฎหมายที่อนุญาตให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองที่ดินในไทยได้เพิ่มมากขึ้นแต่อย่างใด ยังคงอยู่ในขั้นตอนของการพิจารณา

ทั้งนี้ การถือครองที่ดินหรืออสังหาริมทรัพย์อื่นในประเทศไทยของชาวต่างชาติจะเป็นไปตามเงื่อนไขดังต่อไปนี้

- การถือครองที่ดิน: ประมวลกฎหมายที่ดิน มาตรา 96 ทวิ กำหนดให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองที่ดินในประเทศไทยได้ใน 3 กรณี ได้แก่ การรับมรดกในฐานะทายาทโดยธรรม การถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยไม่เกิน 1 ไร่ หากชาวต่างชาติได้นำเงินมาลงทุนกับภาครัฐไม่ต่ำกว่า 40 ล้านบาท และการรับโอนที่ดินผ่านบทบัญญัติการส่งเสริมการลงทุนเท่านั้น

- การเช่าที่ดิน: ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 540 และ 541 กำหนดให้สัญญาเช่าจะกำหนดเวลาได้ไม่เกิน 30 ปี ดังนั้นการเช่าที่ดินทั่วไปจะเช่าได้ไม่เกิน 30 ปี เว้นแต่จะเป็นการเช่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อพาณิชยกรรมหรืออุตสาหกรรม จะเป็นไปตามพระราชบัญญัติการเช่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรม พ.ศ. 2542

- การถือครองกรรมสิทธิ์ห้องชุด: พระราชบัญญัติอาคารชุด (แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 4) พ.ศ. 2551 มาตรา 19 ทวิ กำหนดให้ชาวต่างชาติสามารถซื้อและถือครองกรรมสิทธิ์ห้องชุดหรือคอนโดมิเนียมในประเทศไทยได้สูงสุด 49% ของพื้นที่ขายของโครงการนั้นๆ

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามองเห็นได้ว่าภาครัฐมีความตั้งใจที่จะขยายขอบเขตในการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของชาวต่างชาติ เพื่อดึงดูดให้ชาวต่างชาติสนใจเข้ามาลงทุนในประเทศเพิ่มมากขึ้น เช่น ภาครัฐมีแนวโน้มจะขยายเพดานให้ชาวต่างชาติสามารถเช่าถือครองกรรมสิทธิ์ห้องชุดได้มากขึ้น จากเดิมไม่เกิน 49% โดยอาจมีการปรับเปลี่ยนให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองได้สูงถึง 70-80% นอกจากนี้ในส่วนของสัญญาเช่าที่เคยกำหนดไว้ว่าจะสามารถเช่าได้สูงสุดไม่เกิน 30 ปี อาจมีการแก้ไขกฎหมายให้ขยายเพิ่มเป็นเช่าได้ระยะเวลาสูงสุด 50 ปี และสามารถต่อสัญญาได้อีก 40 ปี ในกรณี

เช่นนี้แม้ชาวต่างชาติจะไม่มีสิทธิในการซื้อขายบ้าน แต่ก็สามารถเช่าได้สูงสุดถึง 90 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่นานมาก

อภิปรายผล

1. แนวคิดเกี่ยวกับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยในลักษณะผู้พำนักระยะยาว ที่เสนอโดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาตินั้นเกิดขึ้นจากการที่นานาประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นเวลานาน ทำให้ประเทศไทยขาดแคลนเงินลงทุน อีกทั้งเงินได้จากภาคการท่องเที่ยวซึ่งเป็นแหล่งเงินได้ที่สำคัญของประเทศก็ลดลงอย่างมาก ด้วยสาเหตุดังกล่าวเหล่านี้จึงเป็นเหตุให้ภาครัฐมีความจำเป็นต้องหามาตรการเพื่อรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้น จนเกิดเป็นแนวคิดที่ว่าทำอย่างไรจึงจะสามารถดึงดูดชาวต่างชาติที่มีรายได้สูง หรือชาวต่างชาติที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางให้เข้ามาอยู่อาศัยในประเทศไทย เพื่อเพิ่มแหล่งเงินทุน รวมถึงให้เงินสะพัดมากขึ้น ดังนั้นจึงเกิดเป็นมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยในลักษณะผู้พำนักระยะยาว ซึ่งมาตรการนี้จะประกอบไปด้วย 2 มาตรการหลัก ได้แก่ การออกวีซ่าประเภทผู้พำนักระยะยาว และการแก้ไขกฎหมาย หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติให้ขอวีซ่าประเภทผู้พำนักระยะยาวนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินหรือสังหาริมทรัพย์อื่นของชาวต่างชาติ

2. เนื่องจากการวิจัยนี้จะเน้นที่การศึกษาเกี่ยวกับแนวทางแก้ไขกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติ ในส่วนของผลกระทบต่อสังคมไทยนั้น จากการวิจัยพบว่าหากภาครัฐมีการแก้ไขกฎหมายโดยขยายขอบเขตให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองที่ดินหรือสังหาริมทรัพย์อื่นในจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อสังคมไทยในหลายด้าน เช่น

- กรณีที่หากภาครัฐมีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองที่ดินได้มากขึ้น อาจส่งผลให้คนไทยขาดแคลนที่ดินในการทำประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้และชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน

- กรณีที่หากภาครัฐมีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองสังหาริมทรัพย์อื่นได้จำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาคารชุดนั้น อาจก่อให้เกิดปัญหาหลายประการ อาทิเช่น ราคาอสังหาริมทรัพย์อาจเพิ่มสูงขึ้นมากจนคนไทยไม่มีกำลังซื้อเพียงพอ หรือหากชาวต่างชาติสามารถซื้ออาคารชุดได้ในจำนวนที่มากขึ้น อาจก่อให้เกิดปรากฏการณ์กว้านซื้ออาคารชุดและปล่อยให้คนไทยเช่าเพื่อทำกำไร

- กรณีที่หากภาครัฐมีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้ชาวต่างชาติสามารถทำสัญญาเช่าได้ในระยะเวลานานขึ้น ซึ่งอาจมีการแก้ไขโดยขยายระยะเวลาเช่าจากเดิมสามารถเช่าได้ 30 ปี เป็นเช่าได้ 50 ปี และสามารถต่อสัญญาได้อีก 40 ปี ผู้วิจัยเห็นว่าหาเป็นเช่นนี้ชาวต่างชาติไม่มีความจำเป็นต้องซื้อบ้านอีกต่อไป เพราะสามารถเช่าได้ระยะเวลานานถึง 90 ปี

3. เมื่อเปรียบเทียบถึงข้อดีและข้อเสียของการแก้ไขกฎหมาย หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินและอสังหาริมทรัพย์อื่นของชาวต่างชาติ ในส่วนของข้อดีพบว่า การแก้ไขกฎหมายให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองที่ดินได้มากขึ้นนั้น อาจเป็นช่องทางในการช่วยดึงดูดชาวต่างชาติให้เข้ามาลงทุนในประเทศเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากจะทำให้ชาวต่างชาติเห็นถึงความคุ้มค่าในการมาลงทุนในประเทศไทย ได้ถือครองที่ดินทำประโยชน์เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ การแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองอสังหาริมทรัพย์ได้จำนวนมากขึ้นจะเป็นผลดีต่อตลาดอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากสามารถช่วยทดแทนกำลังซื้อของคนไทยที่เริ่มถดถอยลงอย่างมาก อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจด้านอื่น เนื่องจากชาวต่างชาติมีกำลังซื้อสูงกว่าคนไทย รวมถึงการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวกับระยะเวลาการทำสัญญาเช่า หากมีการขยายระยะเวลาเช่ายาวออกไปเป็น 50 ปี และสามารถต่อระยะเวลาได้อีก 40 ปี อาจช่วยสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจลงทุนให้แก่ชาวต่างชาติได้มากขึ้น

อย่างไรก็ดี ในส่วนของข้อเสียในกรณีที่มีการแก้ไขกฎหมาย หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินและอสังหาริมทรัพย์อื่นของชาวต่างชาติ พบว่าการแก้ไขกฎหมาย หรือกฎระเบียบที่ให้ชาวต่างชาติสามารถถือครองที่ดินและอสังหาริมทรัพย์อื่นได้มากขึ้นย่อมส่งผลเสียโดยตรงต่อสังคมไทยเช่นกัน อาทิเช่น คนไทยอาจขาดแคลนที่ดินทำประโยชน์ในพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ หรือคนไทยที่มีกำลังซื้อน้อยจะไม่สามารถซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่มีราคาเพิ่มสูงขึ้นได้ โดยอาจทำให้คนไทยต้องเปลี่ยนบทบาทกลายเป็นผู้เช่าแทน ด้วยเหตุนี้ หากภาครัฐต้องการใช้มาตรการการแก้ไขกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินหรืออสังหาริมทรัพย์อื่นของชาวต่างชาติ ภาครัฐจะต้องมีการวางแผนและพิจารณาอย่างถี่ถ้วน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน สังคม และเศรษฐกิจของประเทศ

ข้อเสนอแนะ

ในส่วนของข้อเสนอแนะต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยในลักษณะผู้พำนักระยะยาว (long-term stay) ที่เสนอโดยสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาตินั้น ผู้วิจัยเห็นว่าการดำเนินการตามมาตรการนี้ภาครัฐควรมีการกำหนดอย่างชัดเจนว่าชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนสามารถถือครองอสังหาริมทรัพย์ได้บ้างจำนวนมากน้อยเพียงใด โดยจะต้องระบุขอบเขตพื้นที่ให้ชัดเจน พร้อมทั้งชี้แจงถึงข้อจำกัดต่างๆ ที่อาจมีด้วย เพื่อให้ชาวต่างชาติเข้าใจอย่างชัดเจนก่อนตัดสินใจลงทุน และเพื่อเป็นการชี้แจงให้คนไทยทราบเบื้องต้นถึงสิทธิในการถือครองของชาวต่างชาติ นอกจากนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าการที่รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้ชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงเข้ามาทำงานหรือพักอาศัยระยะยาวในประเทศไทยถือเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่ดี แต่อย่างไรก็ดี ควรอนุญาตให้ชาวต่างชาติถือครองที่ดินหรืออสังหาริมทรัพย์อื่นในจำนวนที่เหมาะสม และการถือครองดังกล่าวควรเป็นไปในลักษณะของการเช่าระยะยาวมากกว่าการให้ถือครองกรรมสิทธิ์

นอกจากนี้ การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบต่อสังคมไทยกรณีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวกับการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติ ภาครัฐสามารถใช้การวิจัยนี้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการพิจารณาถึง

ความเหมาะสมของการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวกับการถือครองที่ดินและอสังหาริมทรัพย์อื่นของชาวต่างชาติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนและสังคมไทย

เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก รามโกมุต. (2564). **จับตาแก้กฎหมายต่างชาติถือครองที่ดิน ราคาที่อยู่อาศัยจะแพงขึ้นจริงหรือ?** [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://thestandard.co/the-law-of-foreign-ownership-of-land/>.
- กองบรรณาธิการ TCJ . (2564). **จับตา: มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย.** [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://www.tcjthai.com/news/2021/9/watch/11925>.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2564). **กรมตั้งเป้าให้ทันปี 65 แก้กฎหมายถือครองที่ดิน ดึงดูดชาวต่างชาติศักยภาพสูงซื้อได้.** [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/2196631>.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2564). **มติ กรม. ดึงต่างชาติมั่งคั่งล้านคน ซื้อที่พักอาศัย ทำงานในเมืองไทย.** [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://www.prachachat.net/property/news-763114>.
- มาลินี คงริน. (2559). **ปัญหาการถือครองที่ดินของชาวต่างชาติในไทย.** สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://dl.parliament.go.th/backoffice/viewer2300/web/previewer.php>.
- วันเพ็ญ หรุจิตตวิวัฒน์. (2556). **การเช่าหรือถือกรรมสิทธิ์ที่ดิน ของกิจการที่ได้รับส่งเสริมจากบีโอไอ. วารสารส่งเสริมการลงทุน , 24(7), 56-59.** สืบค้นจาก <http://www.faq108.co.th/common/topic/land.php>.
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2564). **ต้นพรก.แก้ถืออสังหา ต่างชาติซื้อบ้าน-คอนโด80%.** [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://www.reic.or.th/News/RealEstate/453420>.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2564). **มติคณะรัฐมนตรี: มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย.** สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2565 จาก https://resolution.soc.go.th/?page_id=74&find_word=&start_date=14%2F09%2F2564&end_date=&book_number=&page_no=3.
- National News Bureau of Thailand. (2021). **Government Spokesman clarifies measures to attract foreigners of high potential.** [WebBlock]. Retrieved February 28, 2022, from <https://thainews.prd.go.th/en/news/detail/TCATG210920155854149>.

ผลของการจัดกิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย

The Effect of Storytelling on Social Behavior Development of Young Children's

ปาริชาติ พงศ์พรหม

Parichat pongprom

สาขาวิชาการศึกษาศึกษาปฐมวัย สังกัดคณะศึกษาศาสตร์ โทรศัพท์ 089-2918539

Branch Early Childhood Education Department Education Tell 089-2918539

e-mail : Parichat.bum0608@gmail.com

บทคัดย่อ

วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำแผนการจัดประสบการณ์และศึกษาดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยอนุบาลชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 กลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กปฐมวัยอนุบาลชั้นปีที่ 2 ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 โรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 22 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็ก นำคะแนนที่ได้จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 มีความเหมาะสมที่สุด ซึ่งแสงว่า “ใช้ได้” และแบบวัดพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยจำนวน 15 ข้อ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.61 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการทดสอบค่าที (t-test)

ผลการศึกษาพบว่า

1. แผนการจัดประสบการณ์ที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยโดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85.64/94.53 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้

2. ค่าดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดประสบการณ์ที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร การใช้กิจกรรมการเล่านิทาน มีค่าเท่ากับ 0.9138 ซึ่งหมายถึง นักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร มีความรู้ด้านความมีวินัยเพิ่มขึ้นหลังเรียน คิดเป็นร้อยละ 91.38

คำสำคัญ: พฤติกรรมทางสังคม, ประสิทธิภาพของแผนการจัดประสบการณ์, การเล่านิทาน, ดัชนีประสิทธิผล

Abstract

The objectives of this research were to formulate and study the index for the effectiveness of the learning experience plan by using storytelling activities on social behaviors of preschool-aged 2nd graders of Bang Khae School. (Nueangsangwan Memorial). Effective according to the 80/80 criteria, a total of 22 students were obtained by selective selection (Purposive Sampling). The tools used for data collection were: a plan for organizing learning experiences using storytelling activities on children's social behaviors. The score obtained from the expert evaluation was averaged as 4.75 as the most appropriate, indicating that it was acceptable and the social behavior measurement of early childhood children with 15 questions, with a reliability of 0.61. The statistics used in the data analysis were percentage, mean, standard deviation, and t-test (t-test).

The research results were revealed as follows:

1. Plans on social behaviors of early childhood children using storytelling activities at Bang Khae School (Nueangsangwan Memorial). The efficiency was 85.64/94.53, which higher than the set threshold.

2. Index value of the effectiveness of the experience program on the social behavior of early childhood of Bang Khae School (Nueangsangwan Memorial). The use of storytelling activities was equal to 0.9138, which means students in Kindergarten Year 2 of Bang Khae School (Nueangsangwan Memorial) Knowledge of discipline increases after studying accounted for 91.38 percentage.

Keywords: Social Behavior, The Efficiency of Experience Plan, Storytelling, Effectiveness Index

บทนำ

การสร้างคน คือ การสร้างชาติ การสร้างคนให้มีคุณธรรม จริยธรรมเพื่อเป็นแกนนำความรู้ นั้น ช่วงวัยที่เป็นช่วงที่สำคัญต้องเริ่มตั้งแต่เด็กปฐมวัย การมีความรู้และการเรียนรู้อย่างเป็นองค์รวมที่มีคุณภาพตั้งแต่วัยเด็ก จะเป็นรากฐานที่สำคัญของการเรียนรู้ในวัยต่อมาและเป็นการเริ่มต้นที่ดี การสร้างคนที่มีทั้งความดี ความเก่ง และมีความสุข เป็นคุณภาพสิ่งแวดล้อมการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย (สุจินดา ขจรรุ่งศิลป์, 2550) ซึ่งสอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 สำหรับเด็กปฐมวัยอายุ 3-6 ปี ได้กำหนดมาตรฐานคุณลักษณะที่พึงประสงค์มาตรฐานที่ 6 ที่ส่งเสริมให้เด็กปฐมวัยมีทักษะชีวิตสามารถช่วยเหลือตนเองในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันได้และมีวินัยในตนเองเหมาะสมกับวัยและมาตรฐานที่ 8 สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ยอมรับความแตกต่าง

ระหว่างบุคคล รวมทั้งมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่นและเป็นสมาชิกที่ดีทั้งต่อครอบครัวและสังคม ซึ่งผู้สอนจำเป็นต้องทำความเข้าใจมาตรฐานคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในแต่ละช่วงวัยของเด็กอายุ 3-6 ปี เพื่อนำไปพิจารณาจัดประสบการณ์ให้เด็กแต่ละวัยได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ขณะเดียวกันจะต้องสังเกตเด็กแต่ละคนซึ่งมีความแตกต่างระหว่างบุคคล เพื่อนำข้อมูลไปช่วยในการพัฒนาเด็กให้เต็มความสามารถและศักยภาพ (กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ, 2560) การปลูกฝังความต้องการเรียนรู้ให้เริ่มด้วยการฝึกให้เด็กสังเกตใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้ธรรมชาติรอบตัวของเด็ก สนับสนุนให้เด็กจำและเรียนรู้การค้นคว้าด้วยตนเอง

การเรียนรู้จึงเป็นกระบวนการสำคัญที่ถือว่าเป็นรากฐานของการพัฒนาทางด้านสติปัญญา โดยเฉพาะการศึกษาปฐมวัยที่จัดในรูปโรงเรียนอนุบาล ครูต้องสามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้สอดคล้องกับความต้องการของเด็กและพัฒนาการ โดยคำนึงถึงความแตกต่างทางการเรียนรู้ของเด็กแต่ละคน (รูปทอง ศรีทองท้วม, 2540) เพราะเด็กถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า และจะเป็นผู้ช่วยพัฒนาชาติในอนาคต เด็กทุกคนจึงควรได้รับการพัฒนาให้มีความรู้ตามศักยภาพของตน

การศึกษาปฐมวัย เป็นการพัฒนาเด็ก ตั้งแต่เด็กแรกเกิดถึง 6 ปีบริบูรณ์ อย่างเป็นเป็นองค์รวมบนพื้นฐานการอบรมอดบรมเลี้ยงดูและการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ที่สนองต่อธรรมชาติและพัฒนาการตามวัยของเด็กแต่ละคนให้เต็มตามศักยภาพ ภายใต้บริบทสังคมและวัฒนธรรมที่เด็กอาศัยอยู่ ด้วยความรักความเอื้ออาทร และความเข้าใจของทุกคนเพื่อสร้างรากฐานคุณภาพชีวิตให้เด็กพัฒนาไปสู่ความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ เกิดคุณค่าต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560) พัฒนาการของเด็กในวัยนี้ควรได้รับการส่งเสริมให้ครบทุกด้าน ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์-จิตใจ สังคมและสติปัญญา โดยเฉพาะพัฒนาการด้านสติปัญญา สมองของเด็กในวัยนี้ จะมีการเจริญเติบโตถึงร้อยละ 50 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 80 เมื่ออายุ 8 ปี (ทองนวล ภูประดิษฐ์, 2537) ดังนั้น การจัดประสบการณ์สำหรับเด็กปฐมวัยจึงควรที่จะให้เด็กปฐมวัยได้เรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัวเพื่อให้เด็กได้ฝึกการใช้กระบวนการทำงานของตัวเอง ซึ่งจะทำให้เด็กได้พัฒนาทักษะกระบวนการต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น โดยการทำงานของเด็คนั้นจะต้องมีการบูรณาการกระบวนการต่าง ๆ เช่น ทักษะทางภาษา ทักษะกระบวนการคิด ร่วมไปกับการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมในการทำงานด้วย เพื่อเป็นการวางรากฐานในการเรียนรู้ทักษะแต่ละด้านอย่างเหมาะสม (สิริมา ภิญโญอนันตพงษ์, 2544)

กิจกรรมการเล่นิทาน เป็นกิจกรรมที่ให้ความสนุกสนาน เป็นที่ชื่นชอบของเด็กและผู้ใหญ่นิทานบางเรื่องเป็นเรื่องราวที่เล่าสืบเนื่องต่อกันมาเป็นทอดๆ จนกระทั่งถึงปัจจุบัน และเนื้อเรื่องของนิทานที่นำมาเล่านั้นเหมาะสมกับวัยและความสนใจของเด็กเมื่อได้ฟังนิทานทำให้เกิดความรู้ นิทานสำหรับเด็กควรสอดแทรกความมีวินัย เพื่อให้เด็กมีพฤติกรรมที่ดีงาม นอกจากนี้นิทานยังเป็นตัวสร้างความสัมพันธ์ ความใกล้ชิดผูกพันระหว่างผู้เล่ากับเด็กทำให้ผู้เล่าเข้าใจความรู้สึกนึกคิดของเด็ก ขณะที่เล่าเด็กจะคิด จินตนาการ เข้าใจ ซึมซับ รับรู้ แยกแยะ ในสิ่งต่างๆด้วยตนเอง ซึ่งนิทานมีความสำคัญเป็นอย่างมากกับเด็ก คือ สามารถตอบสนองความต้องการที่เหมาะสมกับวัยและพัฒนาการของเด็กสามารถช่วยให้เด็กมีแรงจูงใจในการเรียนรู้มากขึ้น รวมทั้งมีสมาธิในการฟัง ทำให้ความสนใจมีมากขึ้น

สามารถส่งเสริมพฤติกรรมและพัฒนาการของเด็กได้ รวมทั้งคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมรอบตัวที่เหมาะสมกับวัย ที่ส่งเสริมพัฒนาการทางด้านสังคมและพฤติกรรมทางสังคม สามารถเสริมการอยู่ร่วมการในสังคม กล้าแสดงออก เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง ช่วยให้ผู้ใหญ่และเด็กมีความใกล้ชิดกัน เข้าใจซึ่งกันและกัน (สำนักคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ, 2541) เด็กที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเล่นก่อนกลับบ้านกับเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมก่อนกลับบ้านแบบปกติมีวินัยแตกต่างกัน เด็กปฐมวัยที่ได้ฟังนิทานประกอบดนตรีควบคุมกับกิจกรรมส่งเสริมพฤติกรรมช่วยเหลือมีพฤติกรรมทางสังคมสูงขึ้น เด็กปฐมวัยที่ได้ฟังนิทานประกอบภาพควบคุมกับกิจกรรมส่งเสริมพฤติกรรมช่วยเหลือมีพฤติกรรมทางสังคมสูงขึ้น เด็กปฐมวัยที่ได้ฟังนิทานประกอบดนตรีควบคุมกับกิจกรรมส่งเสริมพฤติกรรมช่วยเหลือและเด็กปฐมวัยที่ได้ฟังนิทานประกอบภาพควบคุมกับกิจกรรมส่งเสริมพฤติกรรมช่วยเหลือ มีพฤติกรรมแตกต่างกัน (วาโร เฟิงส์วีสต์, 2544)

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์ อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร จึงมีความสนใจที่จะทำการทดลองสอนโดยใช้กิจกรรมการเล่นนิทาน เพื่อเป็นสื่อในการแก้ปัญหาและพัฒนาผู้เรียนให้มีพฤติกรรมทางสังคมที่ดีและสามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นได้ ตลอดจนมีคุณลักษณะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ โดยใช้กิจกรรมการเล่นนิทานเป็นเครื่องมือในการพัฒนาผู้เรียนให้บรรลุตามความมุ่งหมายอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อจัดทำแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นนิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80
2. เพื่อศึกษาดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นนิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย

ทบทวนวรรณกรรม

กฎการเรียนรู้ของธอร์นไดค์ สรุปลักษณะนี้ (Hergenhahn and Olson, 1993:56-57)

1) กฎแห่งความพร้อม (Law of Readiness) สภาพความพร้อมของร่างกายที่จะแสดงพฤติกรรมออกมา ได้แก่ ความพร้อมในการเรียนรู้ (Readiness to Learn) ประกอบด้วย ความพร้อมจากการมีวุฒิภาวะ ประสบการณ์เดิม และมีความพร้อมทางจิตใจ

- 1.1 เมื่อบุคคลพร้อมที่จะทำแล้วได้ทำ เขาย่อมเกิดความพอใจ
- 1.2 เมื่อบุคคลพร้อมที่จะทำแล้วไม่ได้ทำ เขาย่อมเกิดความไม่พอใจ
- 1.3 เมื่อบุคคลไม่พร้อมที่จะทำแต่ได้ทำ เขาย่อมเกิดความไม่พอใจพอใจ

2) กฎแห่งการฝึกหัด (Law of Exercise) การฝึกหัด หมายถึง การทำซ้ำ เพื่อให้จำได้ สิ่งที่เราเรียนรู้แล้วถ้าได้ทำซ้ำจะทำสิ่งนั้นได้ดี แต่ถ้าไม่ได้ทำซ้ำจะทำสิ่งนั้นไม่ได้ดี เนื่องจากการลืม แต่

บางครั้งการทำซ้ำๆก็ไม่เกิดการเรียนรู้เสมอไป เช่น การให้เด็กเขียนแก้คำผิด 50 จบ ก็ยังเขียนคำนั้นผิดได้ การทำซ้ำจะเกิดผลดีถ้าผู้เรียนเกิดความเข้าใจ

3) กฎแห่งผลที่พึงพอใจ (Law of Effect) เมื่อบุคคลได้รับผลที่พึงพอใจย่อมอยากจะเรียนรู้ต่อไป แต่ถ้าได้รับผลที่ไม่พึงพอใจ จะไม่อยากจะเรียนรู้ เพราะผลของการกระทำช่วยให้การเชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองเข้มแข็งขึ้น ดังนั้นการที่ได้รับผลที่พึงพอใจ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเรียนรู้

4) กฎแห่งการใช้ (Law of use and Disuse) การเรียนรู้เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนอง ความมั่นคงของการเรียนรู้จะเกิดขึ้น หากได้มีการนำไปใช้บ่อยๆ หากไม่มีการนำไปใช้อาจมีการลืมได้

ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning Theories)

กระบวนการเรียนรู้ในทฤษฎีการเรียนรู้ที่นักจิตวิทยา เรียกว่า การวางเงื่อนไข (Conditioning) คือ การสร้างความผูกพันขึ้นระหว่างสิ่งเร้าและสิ่งที่ต้องเรียนรู้ 2 สิ่ง คือ ลำดับเหตุการณ์ที่คาดหวังไว้ และการกระทำพฤติกรรมในเหตุการณ์นั้น ๆ ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ขั้นพื้นฐานมี 2 แบบคือ การวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก และการวางเงื่อนไขแบบการกระทำ

ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิกของพาฟลอฟ (Classical Conditioning) ไว้ดังนี้

องค์ประกอบต่างๆ ของการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก

1. การเกิดการเรียนรู้ (Acquisition) ระหว่างเกิดการเรียนรู้ การตอบสนองที่วางเงื่อนไขต้องได้รับการเสริมแรง โดยในการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิกนั้น การเสริมแรงจะเกิดขึ้นเมื่อให้ CS (กระดิ่ง) แล้วตามด้วย US (ผงเนื้อ) ดังนั้น การเกิดการเรียนรู้ที่ดีที่สุดและง่ายที่สุด หรือการวางเงื่อนไขที่ได้ผลดีที่สุด ก็คือ การให้ US หลังจากให้ CS (หรือให้ CS ก่อน US) ประมาณ ½ วินาที

2. การหยุดยั้งและการฟื้นกลับของพฤติกรรม (Extinction and Spontaneous Recovery) เช่น ถ้าเราทำการทดลองโดยสั่นกระดิ่งขณะที่บีบน้ำมะนาวลงในปากเด็ก จะทำให้เด็กน้ำลายไหลเวลาที่ได้ยินเสียงกระดิ่ง ต่อมาถ้าสั่นกระดิ่งโดยไม่ตามด้วยน้ำมะนาวหลาย ๆ ครั้ง การหลั่งน้ำลายเวลาได้ยินเสียงกระดิ่งของเด็กก็จะลดลง (การลดลงของการตอบสนองที่เรียนรู้แล้ว) ลักษณะเช่นนี้เรียกว่า การหยุดยั้งของพฤติกรรม (Extinction) แต่ต่อมากถ้าสั่นกระดิ่งแล้วเด็กกลับมามีการตอบสนองโดยน้ำลายไหลอีกครั้งหนึ่ง เรียกปฏิกริยานี้ว่า การฟื้นกลับของพฤติกรรม (Spontaneous Recovery) คือ การฟื้นคืนกลับของการตอบสนองที่เคยเรียนรู้มาแล้ว

3. การสรุปความเหมือนและการแยกความแตกต่าง (Generalization and Discrimination)

1) การสรุปความเหมือน (Generalization) คือ การตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่คล้ายกันในลักษณะเหมือนกัน หรือเป็นการขยายผลของการเรียนรู้ไปยังสถานการณ์ใหม่ๆ ที่คล้ายกัน เช่น เด็กที่ถูกวางเงื่อนไขเกี่ยวกับเสียงกระดิ่งและน้ำมะนาวอาจจะน้ำลายไหลเมื่อได้ยินเสียงโทรศัพท์หรือกริ่งประตูบ้าน ซึ่งปฏิกริยานี้ เรียกว่า การสรุปความเหมือนของสิ่งเร้า (Stimulus Generalization) ฯลฯ

2) การแยกความแตกต่าง (Discrimination) หมายถึง การเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า 2 สิ่งหรือหลายสิ่งที่แตกต่างกัน เช่น เด็กสามารถแยกความแตกต่างได้ว่า เสียงของแม่เสียงใดที่แสดงว่า แม่อารมณ์ดีหรือแม่กำลังโกรธ

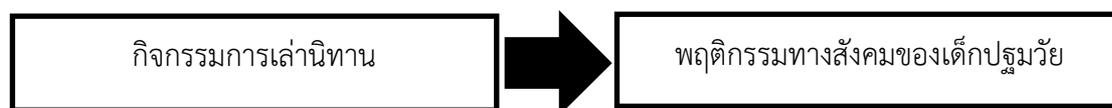
ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบการกระทำของสกินเนอร์ (Operant Conditioning หรือ Instrumental Conditioning)

สกินเนอร์ แบ่งพฤติกรรมของการเรียนรู้ของสิ่งมีชีวิตไว้ 2 ลักษณะ คือ

1) การเรียนรู้ที่ผู้เรียนมิได้ลงมือกระทำเอง เรียกว่า Respondent Behavior เป็นพฤติกรรมหรือการตอบสนองที่เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ (หรือเป็นปฏิกิริยาสะท้อน (Reflex Action) เกิดเนื่องจากมีสิ่งเร้าภายนอกมากระตุ้น ซึ่งสิ่งมีชีวิตไม่สามารถควบคุมตัวเองได้ เช่น การกระพริบตา น้ำลายไหล หรือการเกิดอารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ

2) การเรียนรู้ที่เกิดจากผู้เรียนเป็นผู้ลงมือกระทำ เรียกว่า Operant Behavior พฤติกรรมที่เกิดจากสิ่งมีชีวิตเป็นผู้กำหนดหรือเลือกที่จะแสดงออกมา โดยมีสิ่งเร้าภายในตัวผู้เรียนเป็นตัวกระตุ้น ส่วนใหญ่จะเป็นพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกในชีวิตประจำวัน เช่น กิน นอน พุด เดิน ทำงาน ขับรถ ฯลฯ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวทางการวิจัย เรื่อง ผลของการจัดกิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากร / กลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เด็กอนุบาลที่มีอายุ 4-5 ปี ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นอนุบาลปีที่ 2 ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร มีนักเรียนทั้งสิ้น 95 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เด็กอนุบาลที่มีอายุ 4-5 ปี ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นอนุบาลปีที่ 2 ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 22 คน ซึ่งมีขั้นตอนการเลือกซึ่งมีขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เครื่องมือของการวิจัย

2.1 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย ซึ่งประกอบด้วยนิทานเป็นจำนวนทั้งสิ้น 10 เรื่อง

2.2 แบบวัดพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้ศึกษาได้ดำเนินการทดสอบก่อนเรียนโดยใช้แบบวัดพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยโดยผู้วิจัยเป็นคนอ่านคำสั่งและคำถามให้นักเรียนฟัง แล้วให้นักเรียนทำแบบวัดพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยไปทีละข้อ จนครบ 15 ข้อ

3.2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นสำหรับนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 จำนวน 10 แผนๆละ 1 วัน วันละ 5 ชั่วโมง แล้วใช้หนังสือนิทานประกอบภาพ จำนวน 10 เรื่อง ประกอบแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย

3.3 ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบหลังเรียนโดยใช้แบบวัดพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยชุดเดิมที่ใช้ทดสอบก่อนเรียนและปฏิบัติเช่นเดียวกับการทดสอบก่อนเรียน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์หาประสิทธิภาพของแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 2 ตามเกณฑ์ 80/80 โดยใช้สูตร E1/E2 (เผชญิ กิจระการ, 2544)

4.2 วิเคราะห์ค่าดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 2 โดยใช้วิธีการของ กูดแมน, เฟลชเทอร์ และชไนเดอร์ (Goodman, Fletcher and Schneider, 1980, pp. 30-34 อ้างถึงใน เผชญิ กิจระการ, 2542,)

ผลการวิจัย

1. แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย โรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85.64/94.53 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้

2. ค่าดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย มีค่าเท่ากับ 0.9138 ซึ่งหมายถึง นักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร มีความรู้เกี่ยวกับหลังเรียน คิดเป็นร้อยละ 91.38

อภิปรายผล

1. แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85.64/94.53 แสดงว่า จำนวนคะแนนเฉลี่ยจากการสังเกตพฤติกรรมระหว่างเรียน ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 85.64 และคะแนนเฉลี่ยทดสอบหลังเรียน ของเด็กปฐมวัย โรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 94.53 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80 ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ทั้งนี้เนื่องมาจาก

1.1 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ได้ผ่านกระบวนการ ขั้นตอนการจัดทำอย่างเป็นระบบ และวิธีเขียนแผนการจัดประสบการณ์ที่เหมาะสม โดยศึกษาจากหลักสูตร คู่มือครู เนื้อหา เทคนิควิธีการจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และได้ผ่านการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องตามข้อเสนอแนะ รวมทั้งผ่านการตรวจสอบประเมินความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ ผ่านการทดลองเพื่อปรับปรุงใหม่ให้มีความสมบูรณ์ 2 ครั้ง โดยนำเอาผลการทดลองไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปทดลองจริง เหมาะสำหรับการนำไปใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนชั้นอนุบาลปีที่ 2 ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุบลรัตน์ มูลแก้ว (2545) ได้ศึกษาการพัฒนาแผนการจัดประสบการณ์แบบบูรณาการ เรื่องผลไม้แสนอร่อย สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 พบว่า การจัดประสบการณ์ที่มีบรรยากาศเป็นกันเอง ไม่เป็นทางการ ไม่เคร่งเครียด มีกิจกรรมที่หลากหลาย เปิดโอกาสให้นักเรียนเลือกตามความสนใจ ได้ลงมือปฏิบัติให้นักเรียนได้เล่นปนเรียน ทำให้นักเรียนมีความสุข สนุกสนานในการเรียน อยากเรียน อยากร่วมกิจกรรม จดจำสิ่งที่เรียนได้รวดเร็ว โดยเฉพาะจัดกิจกรรมที่ใช้เพลง คำคล้องจอง ปริศนาคำทายและนิทานนักเรียนจะชอบมากที่สุด และจดจำเรื่องราวเหล่านั้นได้นาน ไม่ลืมง่ายและวิจิตรรา อุดมมุจลินท์ (2543) ได้ศึกษาผลของการใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีผลต่อการพัฒนาความรู้และความเข้าใจ ความหมายของคำศัพท์ในเด็กกลุ่มอาการดาวน์ระดับก่อนประถมศึกษา พบว่ากิจกรรมการเล่านิทานที่ใช้หนังสือนิทานประกอบภาพ สื่อประสมรูปภาพ ภาพจำลอง น้ำเสียงที่ใช้ในการเล่าประกอบเพลง และกิจกรรมการเคาะจังหวะ เป็นกิจกรรมที่มีผลต่อเด็กกลุ่มอาการดาวน์ช่วยให้มีการพัฒนาการทางด้านภาษาดีขึ้น ส่งผลให้เด็กมีพัฒนาการทางด้านการศึกษา ทักษะทางสังคม ความคิดสร้างสรรค์ และสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข ควรมีการนำหนังสือนิทานมาศึกษาค้นคว้าพัฒนาการทางการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กและการฝึกความสัมพันธ์ระหว่างมือและสายตา (Eye-hand-Co-ordination) ได้แก่ การเขียน การวาดภาพประกอบ การระบายสี กิจกรรมการเล่านิทาน เป็นสื่อที่ใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย ควรเลือกนิทานที่มีคุณภาพมีการปรับเนื้อหาที่เข้ากับยุคสมัยทันต่อเหตุการณ์ ควรสอดความมีวินัยให้กับเด็กด้วย

1.2 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย เป็นแผนการจัดประสบการณ์ที่สามารถปลูกฝังและส่งเสริมความมีวินัยของเด็กปฐมวัย เช่น กิจกรรมการเล่านิทาน เรื่อง น้องฝนคนเก่ง ปลูกฝังคุณธรรมด้านความมีวินัย สอดคล้องกับงานวิจัยของคันสนีย์ สุขสมใจภักดิ์ (2560) ผลการวิจัย พบว่า 1) พฤติกรรมด้านระเบียบวินัยของนักเรียนชั้นอนุบาล 2 หลัง การจัดกิจกรรมการเล่านิทานประกอบภาพสูงกว่าก่อนการได้รับการจัด

กิจกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) พฤติกรรมระเบียบวินัยของนักเรียนชั้นอนุบาล 2 หลังจากการได้รับการจัดกิจกรรมการเล่นิทานปากเปล่าสูงกว่าก่อนการจัดกิจกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) พฤติกรรมระเบียบวินัยของนักเรียนชั้นอนุบาล 2 ของนักเรียนที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเล่นิทานประกอบภาพสูงกว่าของนักเรียนที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเล่นิทานแบบปากเปล่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย มีค่าเท่ากับ 0.9138 ซึ่งหมายถึง เด็กมีคะแนนในเรื่องพฤติกรรมทางสังคมเพิ่มขึ้นหลังจากเรียนด้วยแผนการจัดประสบการณ์โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทาน ทั้งนี้เนื่องมาจากเด็กปฐมวัยได้เรียนรู้จากแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย ซึ่งประกอบด้วยนิทาน จำนวน 10 เรื่อง ที่ได้ผ่านการสร้างและหาคุณภาพอย่างมีระบบ สอดคล้องผลการศึกษาของสุปราณี สุราอามาตย์ (2544) ได้ศึกษาการพัฒนาแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้เรื่อง ผีเสื้อแสนสวย สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 มีพัฒนาการการเรียนรู้ทั้ง 4 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ ดีมาก พัฒนาการด้านอารมณ์และสังคมอยู่ในเกณฑ์ดี สรุปได้ว่า แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ เรื่อง ผีเสื้อแสนสวยชั้นอนุบาลปีที่ 2 มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมพัฒนาการของนักเรียนอนุบาลทั้ง 4 ด้าน อย่างเหมาะสมผลการศึกษาการสร้างแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร เรียงลำดับตามคะแนนสูงสุดไปคะแนนต่ำสุดจากผลการสังเกตพฤติกรรมและการประเมินผลกิจกรรมใบงานของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) สังกัดกรุงเทพมหานคร จากแผนที่ 1-10 ได้ผลตามลำดับดังต่อไปนี้

1. แผนการสอนที่ 9 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย เรื่อง บ้านไร่สามัคคี หลังจากที่คุณครูได้จัดกิจกรรมการเล่นิทานเรื่องบ้านไร่สามัคคี ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) พฤติกรรมที่พึงประสงค์ เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 93.18

2. แผนการสอนที่ 5 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย เรื่อง หนูนงนิจรู้จักขอโทษ หลังจากที่คุณครูได้จัดกิจกรรมการเล่นิทาน เรื่อง หนูนงนิจรู้จักขอโทษ ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) มีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 91.36

3. แผนการสอนที่ 7 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย เรื่อง ขอโทษนะไม่ได้ตั้งใจ หลังจากที่คุณครูได้จัดกิจกรรมการเล่นิทาน เรื่อง ขอโทษนะไม่ได้ตั้งใจ ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) พฤติกรรมที่พึงประสงค์ เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 89.09

4. แผนการสอนที่ 10 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย เรื่อง กุ้งกิ้งรักเพื่อนบ้าน หลังจากที่คุณครูได้จัดกิจกรรมการเล่นิทาน

นิทาน เรื่องกุงักรักเพื่อนบ้าน ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียน บางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) พฤติกรรมที่พึงประสงค์ เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 87.73

5. แผนการสอนที่ 6 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อ พฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย เรื่อง ตีตตีมีเพื่อนเยอะ หลังจากที่ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมการเล่า นิทาน เรื่องตีตตีมีเพื่อนเยอะ ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 แก้ว ผู้วิจัยได้ สังเกตพฤติกรรมของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) พฤติกรรม ที่พึงประสงค์ เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 85.45

6. แผนการสอนที่ 3 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อ พฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย เรื่อง ช่างน้อยเกเร หลังจากที่ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมการเล่า นิทาน เรื่องช่างน้อยเกเร ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่อง สังวาลย์อนุสรณ์) พฤติกรรมที่พึงประสงค์ เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 85.00

7. แผนการสอนที่ 2 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อ พฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย เรื่อง ยิ้มสิจ๊ะ Let smile ! หลังจากที่ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมการเล่า นิทาน เรื่องยิ้มสิจ๊ะ Let smile ! ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียน บางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) พฤติกรรมที่พึงประสงค์ เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 84.55

8. แผนการสอนที่ 1 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อ พฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย เรื่อง เพื่อนคนแรก หลังจากที่ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมการเล่า นิทาน เรื่องเพื่อนคนแรก ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) พฤติกรรมที่พึงประสงค์ เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 83.64

9. แผนการสอนที่ 4 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อ พฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย เรื่อง เด็กชายต้นกล้ากับถั่วเขียวขี้เฒ่า หลังจากที่ผู้วิจัยได้จัด กิจกรรมการเล่านิทาน เรื่องเด็กชายต้นกล้ากับถั่วเขียวขี้เฒ่า ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักเรียน อนุบาลชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) พฤติกรรมที่พึงประสงค์ เฉลี่ยคิดเป็น ร้อยละ 78.64

10. แผนการสอนที่ 5 แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อ พฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย เรื่อง ของเล่นของอองตอง หลังจากที่ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมการเล่า นิทาน เรื่องของเล่นของอองตอง ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียน บางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) พฤติกรรมที่พึงประสงค์ เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 76.82

จากผลการวิจัยที่กล่าวมา การจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้แผนการจัด ประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยชั้นปีที่ 2 ของโรงเรียนบางแค (เนื่องสังวาลย์อนุสรณ์) มีความสนใจกิจกรรมการเล่านิทานและมีพฤติกรรมที่ พึงประสงค์เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ กิจกรรมการเล่านิทานเรื่องบ้านไร่สามัคคี กิจกรรม การเล่านิทานเรื่องหนูนางจิ้งจอกขอโทษ กิจกรรมการเล่านิทานเรื่องขอโทษนะไม่ได้ตั้งใจ กิจกรรมการ เล่านิทานเรื่องกุงักรักเพื่อนบ้าน กิจกรรมการเล่านิทานเรื่องตีตตีมีเพื่อนเยอะ กิจกรรมการเล่านิทาน

เรื่องข้างน้อยเกร ก็กิจกรรมการเล่านิทานเรื่องยิ้มสิจ๊ะ Let smile ! กิจกรรมการเล่านิทานเรื่องเพื่อนคนแรก กิจกรรมการเล่านิทานเรื่องเด็กชายต้นกล้ากับแก้วเขียวซีซ่าและกิจกรรมการเล่านิทานเรื่องของเล่นของอองตอง ดังนั้นการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อปลูกฝังและส่งเสริมพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัย ได้รับความสนุกสนานจากการฟังครูเล่านิทาน การระบายสีลงในภาพโครงร่างตัวละครในหนังสือนิทาน การฝึกฝนสมาธิในการฟังนิทาน การฝึกจินตนาการตามเนื้อเรื่องของนิทานที่แฝงด้วยคำสอนในเรื่องการอยู่ร่วมกันในสังคมที่คอยอบรมบ่มนิสัยให้เด็กเป็นคนดีมีพฤติกรรมที่เหมาะสมตามวัย นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมความพร้อมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านอารมณ์ - จิตใจ ด้านสังคมและด้านสติปัญญาของเด็กปฐมวัยที่สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยไปใช้แผนการจัดประสบการณ์ จำนวน 10 แผน ได้ผ่านการทดลองหาประสิทธิภาพตามเกณฑ์แล้ว โดยผู้วิจัยทำการทดลองสอนด้วยตนเอง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับครูที่นำแผนการจัดประสบการณ์นี้ไปใช้เพื่อให้มีประสิทธิภาพตามจุดมุ่งหมาย ดังนี้

1.1 การใช้กิจกรรมการเล่านิทานนี้นอกจากจะใช้ในหน่วยปฐมนิเทศแล้วยังสามารถนำไปใช้ในกิจกรรมเสริมประสบการณ์ได้ทุกหน่วยการเรียนรู้ เพราะว่าเด็กชอบฟังนิทาน และจดจำเรื่องราวในนิทานได้ดี ผู้สอนสามารถสอดแทรกและปลูกฝังพฤติกรรมทางสังคมให้เด็กมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 การใช้กิจกรรมการเล่านิทาน ครูควรเตรียมสื่อการเรียนให้พร้อมตามที่กำหนดไว้ในแผนการจัดประสบการณ์ เช่น หนังสือนิทานประกอบภาพ หุ่นนิ้วมือ ใบงานสำหรับการระบายสี เป็นต้น จะช่วยกระตุ้นให้เด็กสนใจและมีส่วนร่วมในกิจกรรม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ครูสอนเด็กปฐมวัยได้แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยที่มีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาครูผู้สอน ผู้บริหาร ศึกษานิเทศก์ นักการศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานที่มีต่อพฤติกรรมทางสังคมของเด็กปฐมวัยและสนับสนุนการใช้กิจกรรมการเล่านิทาน

3. ควรนำเรื่องราวของนิทานในท้องถิ่น ชุมชน มาจัดกิจกรรมเพื่อสืบสานอนุรักษ์ค่านิยมที่ดีงามของท้องถิ่น โดยเน้นการมีส่วนร่วม แหล่งเรียนรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมวิชาการ. (2560). **คู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 (อายุ 3-6 ปี)**. กรุงเทพฯ : กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.
- กระทรวงศึกษาธิการ.(2560).หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560.กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2523) . **จิตวิทยาการปลูกฝังวินัยแห่งตน**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ทองนวล ภูประดิษฐ์.(2537).รายงานผลการปรับปรุงกระบวนการพัฒนาความร่วมมือทางภาษาและคณิตศาสตร์.กรุงเทพฯ : หน่วยงานนิเทศก์.
- รูปทอง ศรีทองท่วม. (2540, เมษายน). การนิเทศการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษา, “วารสารการศึกษาปฐมวัย. 1(2) : 20 - 28 .
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- เบญญา แสงมลิ. (2545). คู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- เผชิญ กิจระการ. (2544). “การวิเคราะห์ประสิทธิภาพสื่อและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา (E1/E2)” ใน การวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. หน้า 46-51. มหาสารคาม : ภาควิชาเทคโนโลยีและการสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- มาลินี จุฑารพ . (2539) .**จิตวิทยาการเรียนรู้การสอน**. กรุงเทพมหานคร , อักษราพัฒนา.
- วิจิตรา อุดมมุจลินท์. (2543). **ผลของการใช้กิจกรรมการเล่นิทานที่มีต่อการพัฒนาความรู้และความเข้าใจความหมายของคำศัพท์ในเด็กกลุ่มอาการดาวน์ระดับก่อนประถมศึกษา**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2544). การเขียนเรื่องสำหรับเด็ก. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- คันสนีย์ สุขสมใจภักดิ์.(2560).**ผลการใช้กิจกรรมการเล่นิทานเพื่อส่งเสริมความมีระเบียบวินัยของนักเรียนชั้นอนุบาล 2 โรงเรียนจารุพัฒนานุกูล** .วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- สุจินดา ขจรรุ่งศิลป์. (2540) . “การจัดการศึกษาปฐมวัยแบบเรกจิโอ เอมีเลีย“.การศึกษาปฐมวัย.1(1) 52-58.
- สุปราณี สุราอามาตย์. (2544). **การพัฒนาแผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้เรื่อง ผีเสื้อแสนสวย ชั้นอนุบาลศึกษาปีที่ 2**. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สิริมา ภิญโญอนันตพงษ์. (2544). การวัดและประเมินผลแนวใหม่:เด็กปฐมวัย.กรุงเทพฯ: ภาควิชาหลักสูตรและการสอน สาขาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครราชสีมา เขต 1. **คู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2546**. นครราชสีมา : โขจเริญูมาร์เก็ตติ้ง.

สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา. (2561). **คู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย
พุทธศักราช 2549**. กรุงเทพฯ : สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา.
อุบลรัตน์ มูลแก้ว. (2545). **การพัฒนาแผนการจัดประสบการณ์แบบบูรณาการ เรื่องผลไม้แสน
อร่อยชั้นอนุบาลปีที่ 2**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ผลของการใช้กิจกรรมกลุ่มที่มีต่อความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

The Effects of Group Activities on Emotional Quotient of Education Students in Bangkok Thonburi University

อัปสรสิริ เอี่ยมประชา¹, อัญชุลีกร เมืองบุรี²

Apsornsiri lampracha¹, Anchuleekorn Mueangburi²

¹สาขาวิชาการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ (09)3465-6324

¹Branch Early Childhood Faculty of Educational BangkokThonburi University, Tell. (09)3465-6324

²สาขาวิชาการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ (034)351-396

²Branch Early Childhood Faculty of Educational BangkokThonburi University, Tell. (034)351-396

¹e-mail : apsornsiri.iam@bkkthon.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษาในกลุ่มทดลองก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษาในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำนวน 60 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม กลุ่มละ 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบประเมินความฉลาดทางอารมณ์ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข และกิจกรรมกลุ่มที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบค่าที (t-test)

ผลการศึกษา พบว่า

1) หลังการทดลอง นักศึกษาในกลุ่มทดลองมีระดับความฉลาดทางอารมณ์สูงกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

2) หลังการทดลอง นักศึกษาในกลุ่มทดลองมีระดับความฉลาดทางอารมณ์สูงกว่านักศึกษาในกลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : กิจกรรมกลุ่ม, ความฉลาดทางอารมณ์

Abstract

The purpose of the quasi-experimental study were to study the effects of group activities on emotional quotient of education students in Bangkok Thonburi university. The first year education students of Bangkok Thonburi university were randomly assigned in experimental and control group. Each group consisted of 30

education students. The research instruments were a general data questionnaire and the Emotional quotient Screening Test of the Department of Mental Health, Ministry of Public Health. The data were analyzed statistic by t-test.

The results revealed that:

- 1) There were significantly differences between the pretest and the posttest of the emotional quotient scores of the experimental group at .01 level
- 2) After the experiment, there were significant differences of the emotional quotient scores between the control and experimental group at .01 level

Keywords: group activity, Emotional Quotient

บทนำ

การศึกษาระดับอุดมศึกษา เป็นแหล่งความรู้ที่จะเสริมความก้าวหน้าทางวิชาการ เป็นปัจจัยพื้นฐานในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาประเทศ ผู้เข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษามีพื้นฐานความเชื่อตามค่านิยมของสังคมที่ว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสเจริญก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ ได้ดี ดังนั้นบุคคลทั่วไปจึงพยายามที่จะศึกษาและพัฒนาตนเองให้ถึงระดับสูงที่สุด ในยุคปัจจุบันวุฒิการศึกษาในระดับอุดมศึกษามีความสำคัญมากในการสมัครงาน เพราะมีการกำหนดความต้องการของตลาดแรงงานไว้ที่วุฒิการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาตรี และการศึกษาระดับอุดมศึกษายังมีความสำคัญในฐานะหน่วยการพัฒนาและผลิตบุคลากรซึ่งเป็นกำลังหลักในการพัฒนาประเทศอีกด้วย มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่เปิดการเรียนการสอน เพื่อเป็นแหล่งองค์ความรู้และพัฒนากำลังคนระดับสูงที่มีคุณภาพเพื่อการพัฒนาชาติอย่างยั่งยืน มีอัตลักษณ์ของบัณฑิต “บัณฑิตนักปฏิบัติ มุ่งสู่มืออาชีพ” เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและศักยภาพตามความต้องการของสังคม โดยมีความสามารถคิดวิเคราะห์ คิดสร้างสรรค์ มีทักษะสื่อสาร ทำงานร่วมกับผู้อื่น มีคุณธรรม ความรับผิดชอบ และยังต้องมีสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ จะเห็นได้ว่า มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครไม่ได้เน้นการพัฒนาด้านความสามารถทางสติปัญญาเพียงด้านเดียวแต่ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านความฉลาดทางอารมณ์ควบคู่กันไปด้วย

การพัฒนาระบบการเรียนการสอนแก่เยาวชนจึงเป็นสาระสำคัญคู่ขนานไปกับการพัฒนาประเทศโดยรวม ซึ่งเยาวชนที่มีความรู้ความสามารถจะส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าไปสู่สังคมและประเทศโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย ในต้นศตวรรษที่ 20 ปี ค.ศ.1905 นักจิตวิทยา (Binet, 1905) เชื่อว่าการเรียนรู้ของผู้เยาว์หรือเยาวชนอยู่ที่ความฉลาดทางปัญญา (intelligence quotient) หรือ IQ จึงเป็นสิ่งที่ต้องพัฒนาและเสริมสร้างเยาวชน ซึ่งบุคคลใดมีความฉลาดทางสติปัญญา (IQ) สูง บุคคลนั้นย่อมเป็นคนฉลาด และยิ่งมีความฉลาดทางสติปัญญาสูงเท่าใด ก็จะมีแนวโน้มประสบความสำเร็จในชีวิตมากเท่านั้น จึงได้สร้างมาตรวัดความฉลาดทางสติปัญญาขึ้น เรียกว่า “The Binet-Simon intelligence scale” ความฉลาดทางสติปัญญาจึงเป็น

ระบบกลไกสมองที่สำคัญถึงปลายยุคศตวรรษ ค้นพบว่าบุคคลที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตได้นั้น มิใช่จะประกอบด้วยความสามารถทางสติปัญญาสูงเพียงอย่างเดียว บุคคลนั้นยังต้องมีความสามารถในการเข้าใจตนเอง เข้าใจผู้อื่นหรือเข้าใจบริบทของสังคมได้ (กุลนิดา เต็มชวาลา และสุวรรณี พุทธิศรี, 2555) ความสมดุลกันระหว่างความฉลาดทางสติปัญญา (Intelligence Quotient) และความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Quotient) ส่งผลสำคัญกับความสำเร็จและความสุขในชีวิต (Salovey, P. Mayey JD, 1990 อ้างถึงใน ชิสาพัชร์ ชูทอง, 2560) ต่อมาในปี ค.ศ.1990 นักจิตวิทยา (Goleman, 1995) จากหนังสือชื่อเรื่อง “Emotional Intelligence” มีแนวคิดที่เชื่อว่า ความฉลาดทางอารมณ์ (emotional intelligence) หรือ “EQ” เป็นรากฐานสำคัญยิ่งกว่าความฉลาดทางสติปัญญา เป็นตัวกำหนดในการใช้ความฉลาดทางสติปัญญาให้เกิดประสิทธิผลได้หรือไม่อย่างไร ทั้งนี้ความฉลาดทางอารมณ์เป็นตัวกำหนดการใช้ความคิดทางสมองอีกชั้นหนึ่ง บาร์ออน (Bar-On, 1997) นักจิตวิทยาจาก Israel’s Tel-Aviv University ผู้ริเริ่มใช้คำว่า EQ (Emotional Quotient) ในปีคริสต์ศักราชที่ 1997 และเริ่มวัดความฉลาดทางอารมณ์ด้านการตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) การสร้างแรงจูงใจในตนเอง (Self-Motivation) (Goleman, D, 1995) การอดทนต่อความเครียด (Stress Tolerance) ความยืดหยุ่น (Flexibility) การควบคุมอารมณ์ (Impulse Control) และการมองโลกในแง่ดี (Optimism) ดังนั้น ความฉลาดทางอารมณ์จึงเป็นความสามารถและความเข้าใจในการจัดการอารมณ์และความรู้สึกทั้งของตนเองและของผู้อื่น ซึ่งจากการวิจัยพบว่า บุคคลที่มีความฉลาดทางสติปัญญาสูงอาจไม่ประสบความสำเร็จในชีวิตก็ได้ แต่กลายเป็นบุคคลที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงมีโอกาสประสบความสำเร็จในชีวิตมากกว่า ดังนั้นการจัดการศึกษาจึงควรให้ความสำคัญกับระดับความฉลาดทางอารมณ์และวุฒิภาวะทางอารมณ์ของผู้เรียน เพื่อพัฒนาให้มีความสามารถในการบริหารชีวิตสามารถปรับตัวอยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อมได้ รู้จักและเข้าใจอารมณ์ตนเองและผู้อื่น และใช้ชีวิตอย่างมีความสุขได้ (สาโรจน์ บุญพันธ์ และคณะ, 2556) สอดคล้องกับ กีบส์ (Gibbs, N, 1995) ที่ว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นกลุ่มประชากรที่มีอิทธิพลต่อการขับเคลื่อนประเทศในอนาคต สมควรที่จะมีทั้งความฉลาดทางสติปัญญา (IQ) และความฉลาดทางอารมณ์ (EQ) ในการดำเนินชีวิต ดังนั้นสถานศึกษาจึงควรให้ความสำคัญด้านจิตใจควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพการศึกษา

นอกจากนี้การประสบความสำเร็จของคนเรานั้น การรับรู้และแสดงออกทางอารมณ์อย่างเหมาะสมมีส่วนที่สัมพันธ์กันมากกว่าการมีสติปัญญาดี นั่นคือ ถ้าบุคคลมีความฉลาดทางอารมณ์จะทำให้สามารถแก้ปัญหาเอาชนะทั้งอุปสรรคและผู้อื่นได้ (เทอดศักดิ์ เดชคง, 2542, หน้า 8-19) สอดคล้องกับคำกล่าวของ วิลาสลักษณ์ ชวัลลลิต (2542, หน้า37-52) ที่ว่าบุคคลที่มีความฉลาดทางอารมณ์จะเป็นผู้ที่สามารถที่จะทำงานเป็นทีมได้เป็นอย่างดี มีความตั้งใจและมีความรับผิดชอบสูง รู้จัก เข้าใจ ความรู้สึก และเอื้ออาทรต่อผู้อื่น สามารถเป็นผู้นำได้ มีความตื่นตัวในการเรียนรู้และพยายามพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีความสามารถในการปรับตัวได้เป็นอย่างดี ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งมีความสุขในการทำงานด้วย

การที่บุคคลมีสภาพจิตใจที่เป็นสุขหรือเป็นผู้มีสุขภาพจิตดีนั้นย่อมสามารถปรับตัว มีความสุขกับสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ดี มีสัมพันธภาพที่ดีงามกับบุคคลอื่น มีชีวิตอยู่ได้ด้วยดีด้วยความสมดุล ซึ่งต้อง

อาศัยการปลูกฝัง พัฒนาตลอดเวลา โดยเฉพาะตั้งแต่วัยเด็กเป็นต้นมาและยังต้องขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายด้านที่เอื้ออำนวย ได้แก่ สภาพสมบูรณ์ของร่างกาย ความสามารถทางเชาวน์ปัญญา ความฉลาดทางอารมณ์ และสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) หมายถึง ความสามารถทางอารมณ์ในการดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นอย่างสร้างสรรค์ และมีความสุข โดยมีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ดี เก่ง สุข (กรมสุขภาพจิต, 2543 : 55)

แนวทางในการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์สามารถทำได้หลายวิธี ได้แก่ การฝึกให้รู้จักคุณค่าของตนตามความเป็นจริง ฝึกการตระหนักรู้สำรวจตนเองโดยวิธีการต่างๆ เช่น การใช้การนั่งสมาธิ และวิธีอื่นๆ ให้ความรู้เกี่ยวกับการเข้าในตนเอง เข้าใจผู้อื่น ฝึกการสื่อสารระหว่างบุคคล ฝึกการแสดงออกที่เหมาะสม (assertive training) อาจใช้กิจกรรมกลุ่ม และเทคนิคอื่น ๆ อาจใช้เป็นกิจกรรมเสริมหลักสูตรฝึกการสร้างแรงจูงใจตนเอง ฝึกทางด้านมนุษยสัมพันธ์ และอื่นๆ เมื่อได้ศึกษาถึงวิธีการและกิจกรรมต่าง ๆ ผู้วิจัยเห็นว่า การใช้กิจกรรมกลุ่มเพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ เป็นเทคนิคหนึ่งที่มีความเหมาะสม เพราะสามารถส่งเสริมสมาชิกในกลุ่มให้เกิดการรับรู้เกิดการพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ความเห็นอกเห็นใจ การสามารถควบคุมตนเองและทักษะทางสังคม (คมเพชร ฉัตรศุภกุล, 2546, หน้า 15-17) รวมทั้งเป็นวิธีการที่สามารถจัดให้กลมกลืนกับการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี และทำให้ผู้เรียนมีความสุข สนุกสนานได้พร้อม ๆ กัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาและใช้กิจกรรมกลุ่มเพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความคาดหวังว่า หลังจากที่นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มแล้วนักศึกษาจะมีความฉลาดทางอารมณ์สูงขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษาในกลุ่มทดลองก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
2. เพื่อเปรียบเทียบความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษาในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเรื่องความฉลาดทางอารมณ์ พัฒนาขึ้นโดยกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข (2543 : 2-3) อาศัยการผสมผสานแนวคิดของ Mayer และ Salovey, Goleman, Bar-On, และหลักพระพุทธศาสนาแบ่งองค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านดี หมายถึง ความสามารถในการควบคุมอารมณ์ มีความเมตตา เข้าใจ และรู้จักเห็นใจผู้อื่น รู้และเข้าใจในความต้องการของตนเอง มีความรับผิดชอบทั้งต่อตนเอง สังคมและส่วนรวม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1.1 ควบคุมตนเอง
- 1.2 เห็นใจผู้อื่น
- 1.3 รับผิดชอบ

2. ด้านเก่ง หมายถึง ความสามารถในการรู้จักตนเอง มีแรงจูงใจ แรงบันดาลใจ การวิเคราะห์ เพื่อตัดสินใจและแก้ไขปัญหาได้ แสดงออกอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างและรักษาสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 มีแรงจูงใจ

2.2 ตัดสินใจแก้ปัญหา

2.3 สัมพันธภาพ

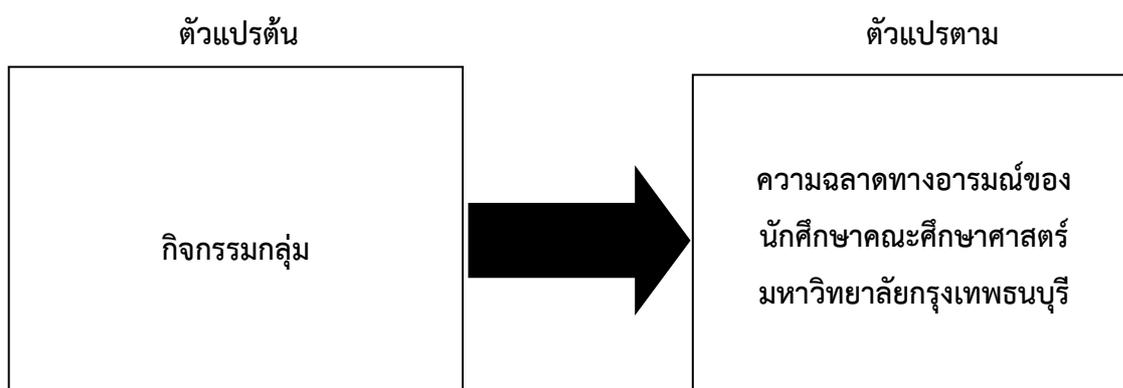
3. ด้านสุข หมายถึง ความสามารถในการดำเนินชีวิตได้อย่างเป็นสุข ภูมิใจในตนเอง รู้สึกพอใจชีวิต และสงบสุขทางใจ

3.1 ภูมิใจในตนเอง

3.2 พอใจชีวิต

3.3 สุขสงบทางใจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องผลของการใช้กิจกรรมกลุ่มที่มีต่อความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. รูปแบบ / วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยกึ่งทดลอง แบบสองกลุ่ม มีการวัดผลทั้งก่อนและหลังการทดลอง (Two group pretest – posttest design)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักศึกษาหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 250 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี ศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564

จำนวน 60 คน โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลอง 30 คน และกลุ่มควบคุม 30 คน

3. เครื่องมือวิจัย

3.1 เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ กิจกรรมกลุ่มเพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยสร้างและออกแบบกิจกรรมขึ้นตามกรอบแนวคิดของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข (2556, หน้า 4-6) ประกอบด้วยกิจกรรมกลุ่ม จำนวน 10 ครั้ง ครั้งละ 60 นาที โดยจัดสัปดาห์ละ 2 ครั้ง เป็นระยะเวลา 5 สัปดาห์ต่อเนื่องกัน ซึ่งมีกิจกรรมกลุ่ม 10 กิจกรรม ได้แก่ สวัสดิ์(ครับ) สวัสดิ์(ค่ะ), อารมณ์ไหนใช่คุณ, คลื่นอารมณ์, ทัศนศึกษา “ครอบครัวหัวร้อน”, ขึ้นชมฉันทน์ ขึ้นชมเธอ, ออกซิเจน, ก้าวเท้าชิด, ไฟใต้ใจ (Empathy Poker), สนทริยสนทนา และฝากเอาไว้ในใจเธอ

กิจกรรมทั้งหมดได้ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่า CVI (content Validity Index) เท่ากับ 0.91

3.2 เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวัดค่าตัวแปร มี 2 ฉบับ ได้แก่

3.2.1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

3.2.2 แบบประเมินความฉลาดทางอารมณ์ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 52 ข้อ ที่ผ่านการตรวจมาตรฐานความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นในระดับมาตรฐานมีค่าดัชนีอำนาจจำแนกเท่ากับ $(r) = 0.36 - 0.69$ และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7819 ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบใหญ่ และแต่ละองค์ประกอบแบ่งย่อยออกเป็น 3 ด้านย่อย ดังนี้

1. ด้านดี (1.1 ควบคุมตนเอง 6 ข้อ 1.2 เห็นใจผู้อื่น 6 ข้อ และ 1.3 รับผิดชอบ 6 ข้อ)
2. ด้านเก่ง (2.1 มีแรงจูงใจ 6 ข้อ 2.2 ตัดสินใจแก้ปัญหา 6 ข้อ และ 2.3 สัมพันธภาพ 6 ข้อ)
3. ด้านสุข (3.1 ภูมิใจในตนเอง 4 ข้อ 3.2 พอใจชีวิต 6 ข้อ 3.3 และสุขสงบทางใจ 6 ข้อ)

โดยตรวจให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ คือ ไม่จริง จริงบางครั้ง ค่อนข้างจริง จริงมาก

การดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 3 ระยะดังนี้

1. ก่อนการทดลอง

ผู้วิจัยนำแบบประเมินความฉลาดทางอารมณ์ ไปเก็บข้อมูลก่อนการทดลองกับนักศึกษาในกลุ่มประชากรจำนวน 250 คน เพื่อประเมินระดับความฉลาดทางอารมณ์ และเรียงลำดับคะแนนจากน้อยไปหามาก จากนั้นทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 60 คน แบ่งนักศึกษาออกเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม กลุ่มละ 30 คน ให้ภายในกลุ่มมีคะแนนใกล้เคียงกัน

2. ระยะทดลอง

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองโดยการใช้กิจกรรมกลุ่มเพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 10 ครั้ง ครั้งละ 60 นาที กับกลุ่มทดลอง รวมเวลา 5 สัปดาห์ ๆ ละ 2 ครั้งต่อเนื่องกัน

3. หลังการทดลอง

เมื่อการทดลองเสร็จสิ้น ผู้วิจัยนำแบบประเมินความฉลาดทางอารมณ์ ไปเก็บข้อมูลหลังการทดลองกับนักศึกษาในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายลักษณะของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ด้วยสถิติขั้นพื้นฐาน (Descriptive Statistics) ด้วยค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างของความฉลาดทางอารมณ์ทั้งก่อนและหลังการทดลองของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ด้วยสถิติอนุมานโดยการทดสอบค่าที (t-test) ทั้งแบบ Independent t-test และ Dependent t-test ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

1. หลังการทดลองนักศึกษาในกลุ่มทดลองมีความฉลาดทางอารมณ์สูงกว่าก่อนทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 และก่อนและหลังการทดลองนักศึกษาในกลุ่มควบคุมมีความฉลาดทางอารมณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2. หลังการทดลองนักศึกษาในกลุ่มทดลองมีความฉลาดทางอารมณ์สูงกว่านักศึกษาในกลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

การอภิปรายผลการวิจัย

1. หลังการทดลองนักศึกษาในกลุ่มทดลองมีความฉลาดทางอารมณ์สูงกว่าก่อนทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 เป็นเพราะว่านักศึกษาทุกคนได้เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มและมีประสบการณ์ในกิจกรรมด้วยตนเอง ผู้วิจัยสร้างกิจกรรมกลุ่มเพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษา จำนวน 10 กิจกรรม เป็นกิจกรรมที่มีความเหมาะสมและมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษา ซึ่งมีสภาพและบริบทใกล้เคียงกับนักศึกษาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ นอกจากนี้กิจกรรมกลุ่มดังกล่าวนั้นได้ถูกสร้าง ออกแบบ และพัฒนาโดยอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ได้มาอย่างมีระบบ และมีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านให้ตรวจและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมกลุ่มจนมีคุณภาพตามเกณฑ์ และกิจกรรมกลุ่มที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้น ยังเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม มีการหมุนเวียนสับเปลี่ยนสมาชิกของกลุ่มในทุกกิจกรรม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจึงมีบทบาทที่แตกต่างกันตามที่แต่ละกลุ่มมอบหมาย ตลอดจนจะมีโอกาสได้แสดงความรู้ความสามารถ และความคิดใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้เมื่อนักศึกษาได้เข้าร่วมทำกิจกรรมกับผู้อื่นอย่างหลากหลาย นักศึกษาจะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถให้เข้ากับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอารี มั่งคั่ง (2556, หน้า 53-72) ที่ศึกษาผลของกิจกรรมกลุ่มต่อความ

ฉลาดทางอารมณ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนกันยานุกูล จังหวัดชลบุรี พบว่า หลังจากนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มเพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ นักเรียนมีความฉลาดทางอารมณ์สูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม แสดงให้เห็นว่า การใช้กิจกรรมกลุ่มสามารถพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษาได้จริง และช่วยให้นักศึกษาได้รู้จักและยอมรับตนเองและผู้อื่น พัฒนาทักษะทางสังคม ตลอดจนช่วยให้สามารถปรับตัวในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม

2. หลังการทดลองนักศึกษาในกลุ่มทดลองมีความฉลาดทางอารมณ์สูงกว่านักศึกษาในกลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เป็นผลสืบเนื่องมาจากการใช้กิจกรรมกลุ่มที่มีความเหมาะสมและมีคุณภาพ ซึ่งสามารถนำไปใช้เพื่อการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษาที่มีสภาพและอยู่ในบริบทใกล้เคียงกับนักศึกษาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ กิจกรรมกลุ่มได้ผ่านการสร้างจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี มีการตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องจากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีกิจกรรมกลุ่ม จำนวน 10 กิจกรรม และครอบคลุมองค์ประกอบที่สำคัญในการเสริมสร้างความฉลาดทางอารมณ์ให้เกิดขึ้นกับนักศึกษาได้ สอดคล้องกับกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข (2543 : 2-3) ที่เสนอแนวคิดเรื่องความฉลาดทางอารมณ์ไว้ โดยอาศัยแนวคิดจาก Goleman, Bar-On, Mayer และ Salovey และหลักพระพุทธศาสนา โดยแบ่งองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความดี ด้านความเก่ง และด้านความสุข ซึ่งกรมสุขภาพจิต (2549, หน้า 23) กล่าวว่า เมื่อบุคคลเข้ากลุ่มจะเรียนรู้การปฏิบัติตัวในสังคม รู้จักควบคุมอารมณ์ในการแสดงออก การพัฒนาบุคลิกภาพ และลักษณะของตนเองให้ดีขึ้น เพราะได้เรียนรู้ประสบการณ์จากสมาชิกภายในกลุ่ม สอดคล้องกับ อสมมา มาตยาบุญ (2550, หน้า 18) ที่กล่าวไว้ว่า กิจกรรมกลุ่มเป็นเครื่องมือในการนำสมาชิกไปสู่การเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ตนเอง อันก่อให้เกิดการรู้จักและเข้าใจ เกิดการยอมรับตนเองอย่างแท้จริง จนสามารถแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในจิตใจของตนเอง ตลอดจนสามารถพัฒนาตนเองให้มีความเจริญงอกงามทางจิตใจได้ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยออกแบบกิจกรรมกลุ่มให้มีการผสมผสานเทคนิคต่างๆ ได้แก่ กลุ่มย่อย บทบาทสมมติ กรณีตัวอย่าง สถานการณ์จำลอง กลุ่มย่อย การอภิปราย การสังเกต การแสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูลย้อนกลับ และการสรุปวิเคราะห์ โดยกำหนดให้ทุกกิจกรรมมีเป้าหมายเพื่อให้นักศึกษามีส่วนร่วมและเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองให้มากที่สุด ผู้วิจัยยังสร้างบรรยากาศของการร่วมกิจกรรมให้มีความปลอดภัย จริงใจ ไม่กดดัน ผ่อนคลายและเป็นกันเอง ทำให้นักศึกษาเกิดความสนุกสนาน ร่วมกิจกรรมด้วยความกระตือรือร้น ผู้วิจัยสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในกิจกรรมกลุ่ม พบว่า นักศึกษามีความตั้งใจ สามารถนำเสนอสิ่งที่เป็นผลที่ได้รับและข้อค้นพบจากการทำกิจกรรมได้ นอกจากนี้ นักศึกษายังสามารถนำเสนอแนะต่าง ๆ จากการร่วมกิจกรรมดังกล่าวเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาพฤติกรรมของตนเองต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

กิจกรรมกลุ่มมีคุณภาพและประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้พัฒนาการความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษา ซึ่งมีสภาพและอยู่ในบริบทใกล้เคียงกับนักศึกษาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ และควรมีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และติดตามผลในระยะยาวเพื่อส่งเสริมให้เกิดความคงทนในความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป อาจเพิ่มระยะเวลาการทดลองที่ยาวนานขึ้น เพื่อศึกษาผลของความคงทนจากการร่วมกิจกรรมกลุ่มเพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษา
2. ควรมีการขยายผลโดยนำกิจกรรมกลุ่มเพื่อพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษาไปทดลองกับนักศึกษาในกลุ่มอื่น ๆ แต่อาจเปลี่ยนแปลงกิจกรรมตามความเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- กรมสุขภาพจิต. กระทรวงสาธารณสุข. (2543). **อีคิว: ความฉลาดทางอารมณ์**. นนทบุรี: สำนักพัฒนาสุขภาพจิต: หน้า 4 – 110.
- กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2549). **คู่มือกลุ่มจิตบำบัดสำหรับนักสุขภาพจิต**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ ร.ส.พ.
- กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2556). **คู่มือการจัดกิจกรรมฝึกคิดแก้ปัญหาพัฒนา EQ สำหรับอาสาสมัครและแกนนำศูนย์เพื่อนใจ TO BE NUMBER ONE ฉบับปรับปรุง**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กุลนิดา เต็มชวาลา และสุวรรณี พุทธิศรี. (2555, กรกฎาคม – กันยายน). **ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความฉลาดทางอารมณ์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระดับมัธยมปลาย (คะแนน O-NET และคะแนนกสพท.) ของนักศึกษาแพทย์ชั้นปีที่ 1 ของโรงเรียนแพทย์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร**. วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย. 57(3), หน้า 295 - 304. [2]
- คมเพชร ฉัตรศุภกุล. (2546, กรกฎาคม – สิงหาคม). **ความเฉลียวฉลาดทางอารมณ์: ปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จในชีวิต**. วารสารจิตทางานปริทัศน์, 4(4), 30 – 33.
- ชีสาพัชร์ ชูทอง. (2560). **การศึกษาความฉลาดทางอารมณ์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในรายวิชาวิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 4000112 มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง**. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ครั้งที่ 4 วันที่ 10 มีนาคม 2560 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์: 438-446.
- เทอดศักดิ์ เดชคง. (2542). **ความฉลาดทางอารมณ์**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: มติชน
- พัชรี สุรินทร์ธรรม . (2554). **ความฉลาดทางอารมณ์ของผู้อำนวยการโรงเรียนในเขตเทศบาลตำบลท่าข้าม อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- วิลาสลักษณ์ ชั่ววัลลี. (2542, สิงหาคม). การพัฒนาสติปัญญาทางอารมณ์เพื่อความสำเร็จในการทำงาน. วารสารพฤติกรรมศาสตร์, 5(1), 37 – 52.
- สาโรจน์ บุญพันธ์ และคณะ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 อำเภอบางซ้าย สังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 2. วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม. 9 (1), หน้า 107 - 118.
- ศรีสุรางค์ พัฒนานุรักษ์ และคณะ. (2554). อิทธิพลของความทางอารมณ์ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น กาญจนบุรี. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 2 “การปรับตัวของระบบการศึกษาไทยภายหลังการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” โดยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, มหาวิทยาลัยปทุมธานี, มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ วันที่ 25 มกราคม 2557.
- อสมมา มาตยาบุญ. (2550). การใช้กิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญปัญหาและฝ่าฟันอุปสรรคของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยา. การค้นคว้าอิสระปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อารี มั่งคั่ง. (2556, มกราคม – มิถุนายน). ผลของการใช้กิจกรรมกลุ่มที่มีต่อการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนชลกันยานุกูล จังหวัดชลบุรี. วารสารวิชาการสถาบันการพลศึกษา, 5(2), 145-156
- Salovey, P. Mayey JD. **Emotional intelligence, Imagination, Cognition, and Personality.** Baywood Publishing Co., Inc. 1990. 9: 185 - 211. Available from [http://www.unh.edu/emohunal_intelligence/EI2_0 Assets/Reprints](http://www.unh.edu/emohunal_intelligence/EI2_0_Assets/Reprints). [Cited December, 2021].
- Bar-On, R. (1997). **EQ-I Bar-On Emotional Quotient Inventory: User’s Manual.** Toronto: Multi-Health Systems.
- Bar-On, R., and J.D.A. Parker, eds. (2000). **The Handbook of Emotional Intelligence.** San Francisco: Jossey-Bass.
- Gibbs, N 1995. **The EQ factors. Time.** (October 1995). 9: 24 - 31 [9]
- Goleman, D. (1995). **Emotional Intelligence why it can matter more than IQ.** New York: Bantam Books.
- _____. (1998). **Working with Emotional Intelligence.** New York: Bantam Books.

พฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

Behavior of People Using Electric Bicycles in Bangkok

คมสิงห์ วิวัฒน์ภูษิต¹, พงษ์เทพ ศรีโสภากิจ², กวี บุญเลิศวณิช³

กาญจน์ธนัญญ์ พรหมเอี่ยม⁴, สุธีรา สุทธิวาทนฤพต⁵

Komsing Wiwattanaphusit¹, Pongthep Srisophachit², Kawee Bhunleartwanich³,

Kanthanat Pomiam⁴, Suteera Suthiwartnarueput⁵

¹⁻⁵อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Lecturer, Bangkokthonburi University.

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อทราบความต้องการการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 400 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า คือ ความสะดวกสำหรับการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าต่อวัน ส่วนใหญ่มากกว่า 4 ครั้งต่อวัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการใช้ประโยชน์ และด้านความรู้เรื่องการใช้รถ ตามลำดับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า ไฟฟ้า และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีรูปแบบสีสันทันให้เลือกหลากหลาย ด้านความรู้เรื่องการใช้รถ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสามารถในการขับรถ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ รู้เรื่องกฎจราจร ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สำหรับใช้ไปทำงาน ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สำหรับรับจ้าง ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การโฆษณาจักรยานยนต์ไฟฟ้าไฟฟ้าที่น่าสนใจ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สภาพแวดล้อมในการจัดจำหน่าย

วิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลทำให้ทราบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีเพียงหนึ่งด้านที่มีพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค, รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า

Abstract

A study of the behavior of using electric motorcycles of people in Bangkok. The objective was to know the behavior of using electric motorcycles of people in Bangkok, and to know the demand for electric motorcycles of people in Bangkok.

The results of the research found that

There were 400 people in Bangkok who answered three questions, most of them female. Occupation is a private company employee. The main reason for choosing an electric motorcycle is the way of using it for daily use of electric motorcycles. Mostly more than 4 times a day.

Factors influencing the behavior of people using electric motorcycles in Bangkok. Overall, it is at a high level. When considering each aspect, in descending order as follows: marketing promotion, Product utilization and knowledge of car use, respectively. The product factor found that Overall, it's at a high level. The item with the highest average is the quality of electric motorcycles. And the one with the least mean is that there are a variety of color patterns to choose from. In terms of knowledge of car use, it was found that the overall level was at a high level. The item with the highest average was driving ability. The item with the least average was knowledge of traffic rules. In terms of utilization, it was found that the overall level was at a high level. The item with the highest average was for work. The item with the least average value was for hire. In terms of marketing promotion, it was found that the overall level was at a high level. The item with the highest average was an interesting advertisement for electric motorcycles. The item with the least mean is the distribution environment.

Analyzing the comparison of personal factors makes it known that People in Bangkok with occupation and monthly income. And different situations have factors that influence the overall use of electric motorcycles. There was no statistically significant difference at the .05 level. There was only one aspect that had a statistically significant difference in behavior of using electric motorcycles at the .05 level was the marketing promotion aspect, while the other aspects were not different.

Keywords: Consumer behavior, Electric motorcycles

บทนำ

การคมนาคมเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญสำหรับการดำรงชีวิตประจำวัน เพราะทุกคนต้องเดินทางไปทำงาน เดินทางไปติดต่อธุระ ซื้อของ และเดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายอื่นๆที่แตกต่างกันออกไป การคมนาคม

จึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่กระทบต่อการดำรงชีวิตโดยตรง รวมไปถึงเมื่อจะซื้อบ้านสักหลัง เกือบทุกคนต้องศึกษา เรื่องการเดินทางในพื้นที่บ้านที่ตนเองสนใจ หากตัวเลือกในการคมนาคมมีจำกัด หลายคนอาจจะเลือก ปฏิเสธที่จะซื้อบ้านบนทำเลนั้นๆ เลยซึ่งตัวเลือกในการคมนาคมการเดินทางในปัจจุบัน จะแบ่งเป็นสอง แบบหลักๆ คือการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวและการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ แต่ล้วนแล้วแต่ ต้องอาศัยยานพาหนะทั้งสิ้น ยานพาหนะจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญมาก ซึ่งให้ความสะดวกรวดเร็ว ในการเดินทางสัญจรไม่ว่าทางอากาศ ทางบกและทางน้ำ พาหนะในการสัญจรมีอยู่หลายชนิดเช่นเครื่องบิน เรือ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถจักรยาน และรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าก็เป็นทางเลือกอีกทางในการสัญจร

ปัจจุบันมีการรณรงค์ให้ประชาชนลดการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล หันมาใช้รถสาธารณะ รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น เพื่อลดปริมาณรถยนต์ในท้องถนน อันส่งผลถึงการลดปัญหามลพิษทาง อากาศจากยานพาหนะ และยกระดับคุณภาพอากาศให้ดีขึ้น รวมทั้งลดปัญหาการจราจรติดขัด การเกิด อุบัติเหตุ ช่วยประหยัดเวลาในการเดินทาง และจะส่งผลต่อการประหยัดพลังงานน้ำมัน รวมทั้งช่วยลด ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง นอกจากรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเป็นยานพาหนะในการสัญจรแล้วยังทำให้เกิด อาชีพเกี่ยวกับจักรยานยนต์ไฟฟ้าหลายอย่างอีกด้วย เช่น บริษัทผู้ผลิต พนักงานผลิต ร้านจำหน่าย พนักงานขายรถและอะไหล่ ช่างซ่อม เป็นต้น การใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าจึงเป็นทางเลือกอีกทางในการ สัญจร ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม และมีแนวโน้มความต้องการมากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาพฤติกรรม การใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของ ผู้บริโภคที่ต้องการให้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าออกมาในรูปแบบใด ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถประเภทนี้ เพื่อจะได้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งในอนาคตหาก ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ที่ใช้พลังงานจากน้ำมันมาใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้ามาก ขึ้น อาจต้องมีการจดทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมายเช่นเดียวกับรถมอเตอร์ไซด์ เพื่อความเป็นระเบียบ ทางจราจรในอนาคตต่อไป

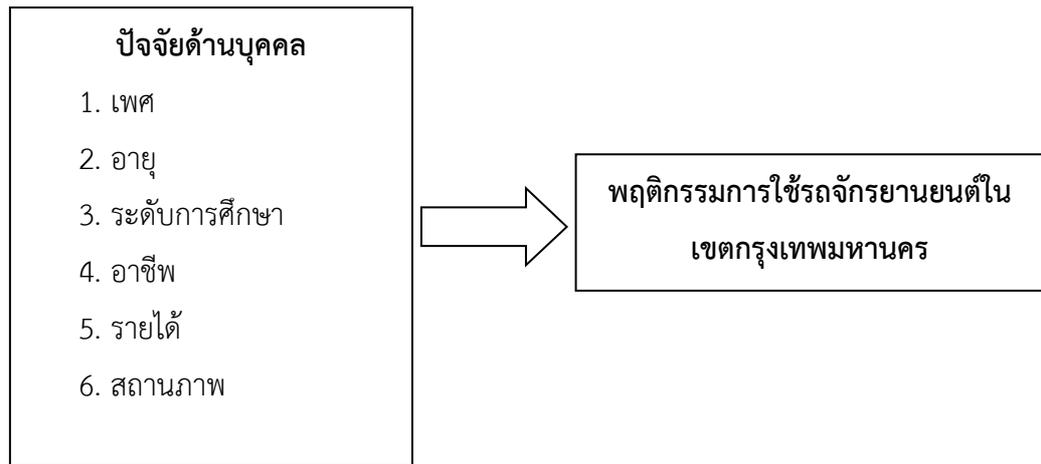
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาหาแนวทางในการส่งเสริมการขายรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขต

กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัย เพื่อใช้เป็น แนวทางในการดำเนินงานวิจัยโดยสามารถเขียนกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งใช้แนวคิดทฤษฎีดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. การจูงใจและการทุ่มเทความพยายามในการซื้อ
4. แนวทางและพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจราจร
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ระเบียบวิธีวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีวิจัยในรูปแบบของการสำรวจ (Survey Research) ซึ่งการเก็บข้อมูลจะใช้เครื่องมือที่เรียกว่า แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบกับการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับสรุปผลการวิจัย เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนมากกว่า 100,000 คน และเพื่อให้ข้อมูลซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของประชากรมีความเหมาะสมและถูกต้องตามหลักสถิติ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเทียบจากตารางของ ทาโร่ ยามาเน่ได้กำหนดไว้ว่าต้องใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 400 ตัวอย่าง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ที่มีค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.95 การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งสามารถออกแบบสอบถามประกอบด้วยรายละเอียด 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามในส่วนของพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามในส่วนของแนวทางในการส่งเสริมการขายรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติไว้ ดังนี้

1. ความถี่ ร้อยละ ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานภาพ และพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3. การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความปลอดภัย ด้านความรู้เรื่องการใช้รถ ด้านการส่งเสริมการตลาด ระหว่างอายุ รายได้ เพศ อาชีพ ใช้สถิติในเชิงอนุมาน (Inferential) ได้แก่ t-test

4. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างอายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานภาพ ใช้สถิติในเชิงอนุมาน ได้แก่ F-test ชนิดแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova)

ผลการวิจัย

จากการวิจัยพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 400 ราย (ร้อยละ 100) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 212 ราย (ร้อยละ 53.0) มีอายุระหว่าง 27-33 ปี จำนวน 137 ราย (ร้อยละ 34.3) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 163 ราย (ร้อยละ 40.8) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 157 ราย (ร้อยละ 39.3) รายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-15,000 บาท จำนวน 111 ราย (ร้อยละ 27.8) และส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 201 ราย (ร้อยละ 50.3)

2. พฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร คือสามารถขับขี่รถได้ตั้งแต่อายุระหว่าง 11-20 ปี จำนวน 276 ราย (ร้อยละ 69.0) โดยมีเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้

รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า คือ ระยะเวลาใช้ จำนวน 168 ราย (ร้อยละ 42.0) สำหรับปริมาณการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าต่อวัน ส่วนใหญ่มากกว่า 4 ครั้งต่อวัน จำนวน 163 ราย (ร้อยละ 40.8)

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.10) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด (\bar{x} = 4.17) ด้านผลิตภัณฑ์ (\bar{x} = 4.14) ด้านการใช้ประโยชน์ (\bar{x} = 4.06) และด้านความรู้เรื่องการใช้รถ (\bar{x} = 4.04) ตามลำดับ

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.14) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (\bar{x} = 4.34) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีรูปแบบสีสันทันให้เลือกหลากหลาย (\bar{x} = 4.01)

3.2 ด้านความรู้เรื่องการใช้รถ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.04) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสามารถในการขับรถ (= 4.15) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ รู้เรื่องกฎจราจร (\bar{x} = 3.97)

3.3 ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.06) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สำหรับใช้ไปทำงาน (\bar{x} = 4.20) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สำหรับรับจ้าง (\bar{x} = 3.84)

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.17) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การโฆษณารถจักรยานยนต์ไฟฟ้าที่น่าสนใจ (\bar{x} = 4.31) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สภาพแวดล้อมในการจัดจำหน่าย (\bar{x} = 4.05)

4. วิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความรู้เรื่องการใช้รถ ด้านการใช้ประโยชน์ และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการทดสอบค่าที (t - test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใช้วิธีการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ่ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษา ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งในภาพรวมและรายด้าน

4.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีเพียงหนึ่งด้านที่มีพฤติกรรมต่อการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร คือสามารถขับขี่รถได้ตั้งแต่อายุระหว่าง 11-20 ปี ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าได้มีการพัฒนา

รูปทรงของรถให้มีการขับเคลื่อนด้วยสะตอก เช่น จากที่มีเกียร์ ก็พัฒนามาเป็นอัตโนมัติ โดยผู้ขับขี่แค่เร่งคันเร่งก็สามารถเคลื่อนรถไปได้ อีกทั้งปุ่มสตาร์ทก็เป็นการสตาร์ทมือทำให้ไม่ต้องใช้แรงในการสตาร์ทเครื่องมาก สำหรับเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า คือ ระยะเวลาที่ใช้ นั่นคือระยะเวลาสำหรับการขับขี่นั้นผู้ซื้อเห็นว่าการขับขี่ในระยะทางที่ไกลทำให้ประหยัดและเกิดความสะดวกสบายในที่สุด และปริมาณการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าต่อวัน ส่วนใหญ่มากกว่า 4 ครั้งต่อวัน เนื่องจากรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเป็นพาหนะที่ขับขี่ได้สะดวกสบายไม่ว่าจะเดินทางไปสถานที่ที่แออัดเช่น ตลาด ชุมชน สามารถขับขี่ได้สะดวกและรวดเร็ว จึงมีการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าอยู่บ่อยครั้งต่อวันสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉราภรณ์ จิตธรรม (2560) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตอำเภอบาง จังหวัดพะเยา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตในระดับมาก โดยมีการซื้อรถโดยเงินผ่อน เป็นต้น

2. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการใช้ประโยชน์ และด้านความรู้เรื่องการใช้รถ ทั้งนี้เนื่องจากการส่งเสริมการตลาดนั้นถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ประชาชนสนใจที่จะซื้อ เช่น การลดราคา การแจกของแถม มีบริการหลังการขายที่ดี มีการโฆษณาผ่านสื่อ และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า มีบริการเงินผ่อน การครอบคลุมของสถานที่ที่จำหน่าย และซ่อมการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า มีการส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรอื่น ๆ เช่น ใช้บัตรเครดิตจะได้รับส่วนลดเพิ่ม ราคาของอะไหล่และอุปกรณ์เสริม การจัดวางสินค้าดึงดูดใจให้ซื้อและสามารถหาซื้อได้ง่ายหลายช่องทางเช่น ธนาคาร เป็นต้น ในส่วนของผลิตภัณฑ์นั้น ประชาชนให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเป็นสำคัญ รองลงมาเป็น ชื่อ รุ่น ยี่ห้อ และการประหยัด ทั้งนี้เนื่องจากการใช้พาหนะต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า หรือรถยนต์ไฟฟ้า ผู้คนส่วนใหญ่ก็มักจะให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพเพราะเป็นการใช้ในระยะเวลา ส่วนชื่อ รุ่น ยี่ห้อนั้นก็สำคัญเนื่องจากประชาชนจะมองว่า ผู้คนส่วนใหญ่ใช้รถยี่ห้ออะไร เพราะนั่นหมายถึงคุณภาพของรถรุ่นนั้นตลอดจนมีผลทางการตลาดในระยะยาวด้วย ส่วนการประหยัดนั้นเป็นสิ่งจำเป็นแน่นอนเพราะปัจจุบันราคาน้ำมันมีราคาที่สูงมาก หากมีรถที่สามารถเปลี่ยนไปใช้พลังงานอย่างอื่นที่ถูกกว่าได้ก็จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้บริโภค ในส่วนของด้านการนำไปใช้ประโยชน์นั้น พบว่า ประชาชนให้ความสำคัญว่าเป็นพาหนะสำหรับใช้ขับขี่ไปทำงาน ขับขี่ไปตลาด เนื่องจากเป็นการกระชับเวลา สะดวก ในสถานการณ์ที่มีรถติดเป็นจำนวนมาก และสุดท้ายในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับการใช้รถนั้น ประชาชนส่วนใหญ่มีความสามารถในการขับขี่เป็นอย่างดี ซึ่งทั้งหมดนี้สอดคล้องกับปฏิกิริยา ลากเจริญวงศ์ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านปัจจัยทางการตลาดโดยรวมในระดับสำคัญมาก และเมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในด้านความแข็งแรงและความคงทนของรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า และผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากในด้านการประหยัดเชื้อเพลิงในการขับขี่ อัตราการเร่งเครื่องยนต์ดี ความสวยงามและทันสมัยของการออกแบบรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า ระยะเวลาการรับประกันสินค้า ชื่อเสียงของยี่ห้อรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ เช่น ปุ่ม

สตาร์ท ระบบเปิดไฟเมื่อสตาร์ท ระดับราคาของรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า การมีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำสินค้าอย่างละเอียด ความสะดวกในการหาซื้อ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การแจกของแถม มีบริการหลังการขายที่ดี มีการโฆษณาผ่านสื่อและจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า เครื่องยนต์ต้องพบขาตั้งก่อนจึงสตาร์ทเครื่องยนต์ได้ มีบริการเงินผ่อน/ไม่มีเงินดาวน์ การครอบคลุมของสถานที่จำหน่ายและซ่อมการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณาสินค้า มีการส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรอื่น ๆ เช่น ใช้บัตรเครดิตจะได้รับส่วนลดเพิ่ม ราคาของอะไหล่และอุปกรณ์เสริม

3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนต่างให้ความสำคัญปัจจัยต่าง ๆ ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งปัจจุบันพบว่า การใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้านั้น ผู้คนต่างเห็นว่ามีความสะดวกสบาย โดยช่วยให้มีความกระชับในเวลา ขณะขับขี่ไปทำงาน หรือส่งบุตรหลานไปโรงเรียน สะดวกในการเดินทางในระยะทางที่ไม่ห่างไกลจากที่พักประกอบกับเป็นการประหยัดจึงทำให้ประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัมนั้นมีพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัย พฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะในแต่ละด้าน ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ประชาชนให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพของรถจักรยานยนต์ไฟฟ้ามากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีแนะนำเกี่ยวกับคุณภาพ การใช้งานของรถเพื่อทำให้เกิดความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภค จะช่วยให้การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าใช้มีมากขึ้น

1.2 ด้านความรู้เรื่องการใช้รถ พบว่า ส่วนใหญ่แล้วประชาชนมีความสามารถในการขับรถเป็นอย่างดี มีการสวมหมวกนิรภัย แต่มีความรู้เรื่องกฎจราจรเป็นลำดับสุดท้าย จึงเห็นว่าผู้ประกอบการควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับกฎหมายจราจรหรือมีเอกสารแจกฟรีสำหรับผู้ซื้อที่ซื้อรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าให้เพื่อให้ผู้บริโภคได้นำไปศึกษาซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการบริการหลังการขายที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและแนะนำบอกต่อ

1.3 ด้านการใช้ประโยชน์พบว่า ประชาชนให้ความสำคัญในเรื่องของการขับขี่เพื่อไปทำงานไปตลาด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการออกแบบรูปลักษณะของรถให้สามารถใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด เช่น มีที่สำหรับวางเอกสาร หรือเก็บอุปกรณ์เพื่อให้การขับขี่สะดวกสบาย เป็นต้น

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ประชาชนให้ความสำคัญในเรื่องของการโฆษณาที่น่าสนใจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ บริการหลังการขายที่น่าสนใจ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และตัวเมืองในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกัน

2.2 ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้ใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเพื่อศึกษาความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของผู้ใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเพื่อนำไปพัฒนากฎหมาย และกำหนดนโยบายภาครัฐเพื่อจะได้ถูกกฎจรรยาบรรณในการสัญจรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ไทยโพสต์. (2564). ศูนย์วิจัยกสิกร. สืบค้นจาก <https://www.thaipost.net>.
- ปฏิญญา ลากเจริญวงศ์ (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี. คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2564). ประกาศสำนักทะเบียนกลาง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563. สืบค้นจาก http://www.ratchakittha.soc.go.th/DATA/PDF/2564/E/053/T_0021.PDF
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิทธ์พัฒนา จำกัด.
- _____ (2541), การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด.
- _____ (2550), พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัจฉราภรณ์ จิตธรรม. (2552). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอปาง จังหวัดพะเยา. คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- Kotler Philip. (2003). Marketing Management Eleventh Edition. New jersey: Prentice Hall (Pearson Education).
- Payne, Adrinan. (1993). The Essence of Service Marketing. Great Britain: Prentic-Hill.

พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้า ในอำเภอเมืองนครปฐม

Buying behavior via E-Commerce Systems of customers in Muang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province

กมลพร โรจน์รุ่งศศิธร^{1*}, จันทนา วัฒนกาญจนะ² และวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย³

Kamonporn Rotrungsasithon^{1*}, Chantana Watanakanjana² and Wisit Rittiboonchai³

¹บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม 73000

¹Programs General Management Faculty of Management Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

²⁻³อาจารย์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม 73000

²⁻³Programs General Management Faculty of Management Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

*e-mail: wisitson@webmail.npru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าในอำเภอเมืองนครปฐม ตัวอย่างการวิจัยคือ ลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความตรงด้านเนื้อหาเท่ากับ 0.67-1.00 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า

1) พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกิดขึ้น เพราะผู้ซื้อต้องการสินค้าราคาถูก มีความต้องการใช้สินค้าในทันที ผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้าในช่วงเวลาว่าง ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ การตัดสินใจซื้อสินค้าจะเกิดจากการโฆษณาในอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ สินค้าที่ขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เน้นความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าและบริการ การสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทาง ลาซาต้า และอเมซอน

2) ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ต่อเดือน มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

คำสำคัญ: พฤติกรรมการซื้อ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยส่วนบุคคล

Abstract

This research aimed to: 1) study buying behavior via E-Commerce Systems of customers in Muang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province; and 2)

analyze relationship between personal factors and buying behavior via E-Commerce Systems of customers in Muang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province. The samples obtained from convenience sampling were 400 customers who used to buy products via E-Commerce Systems. Research instruments were questionnaires created by the researcher with the content consistency of content between 0.67 - 1.00. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and chi-square relationship analysis.

The research results revealed as follows:

1) Buying behavior via E-Commerce Systems arises because buyers want cheap products. There is a need to use the products immediately. Consumers often shop during their free time. E-Commerce Systems help saving time when buying products and services. The consumer's product purchase decisions are influenced by advertising in the Internet or Social Network of products sold in the E-Commerce Systems focusing on the convenience of buying products and services, via applications, such as Shopee, Lazada, Amazon and payment by bank transfer.

2) The results of an analysis of the relationship between personal factors and buying behavior via E-Commerce Systems showed that consumers with different personal factors, namely, gender, age, education level, occupation and monthly income had different buying behavior via E-Commerce Systems.

Keywords: buying behavior, E-commerce Business, personal factors

บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระบบการค้าในปัจจุบันที่มีความแตกต่างไปจากการค้าแบบเดิมอย่างมาก ซึ่งในอดีตการค้าจะเป็นการขายผ่านทางหน้าร้านเท่านั้น ทำให้ต้องใช้เงินลงทุนสูง นอกจากนี้ การทำการค้าแบบเดิมจะเป็นที่รู้จักและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้เพียงผู้บริโภคในพื้นที่เท่านั้น แต่ในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำธุรกิจการค้าหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางการค้าระหว่างผู้ค้ากับกลุ่มผู้บริโภค ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กำลังเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง เนื่องจากมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าเป็นการทำการค้าที่ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง

ในปัจจุบันผู้ประกอบการในประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะเห็นได้จากร้านค้าออนไลน์ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และหลากหลายธุรกิจในประเทศไทยที่หันมาใช้ช่องทางธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการจำหน่ายสินค้าและบริการ อีก

รูปแบบหนึ่งและกำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้า รวมถึงใช้เป็นช่องทางการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคหรือการแลกเปลี่ยนพูดคุยตอบข้อซักถามถึงสินค้าและบริการได้ในทุกเวลาที่ต้องการ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก รวดเร็ว แค่เพียงปลายนิ้วสัมผัส ผู้ประกอบการในธุรกิจต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นช่องทางการขายหลักในการเข้าถึงผู้บริโภค ผ่านแอปพลิเคชัน มีระบบชำระเงิน หลากหลายช่องทาง รวมถึงมีระบบจัดการสินค้าและขนส่งถึงปลายทางพร้อมเก็บเงิน ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบาย และมั่นใจในระบบการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์มากขึ้น ลูกค้าสามารถใช้เว็บไซต์ เพื่อเข้าถึงธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ตลอดเวลา ซึ่งเป็นผลมาจากเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต แต่สำหรับผู้ประกอบธุรกิจประเภทนี้จะต้องมีความรู้ในการพัฒนาเว็บไซต์ และติดตั้งระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ผู้ซื้อก็ควรมีความเข้าใจในการทำงานเพื่อจะได้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่มีเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2554)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในยุคปัจจุบันที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งแตกต่างจากในอดีตเป็นอย่างมาก ด้วยกระแสการเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่งผลให้ในปี 2561 มีการซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์ ถูกจัดอันดับอยู่ใน 1 ใน 5 ของกิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตยอดนิยมเป็นปีที่ 2 ถือเป็นโอกาสและความท้าทายของภาครัฐที่จะเร่งส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจอีคอมเมิร์ซทั้งระบบนิเวศ (ecosystem) ด้วยการกำหนดเป็นยุทธศาสตร์หลักของแผนชาติ อันจะส่งผลให้เกิดการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจไทย ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าสู่การเป็นผู้ใช้ออนไลน์มากขึ้น ประกอบกับความหลากหลายของแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันของผู้ประกอบการแต่ละแพลตฟอร์มในการพัฒนาระบบการบริการและความปลอดภัย นำมาซึ่งประโยชน์และความหลากหลายที่ผู้บริโภคจะได้รับ นอกจากนี้นโยบายสนับสนุนต่าง ๆ จากภาครัฐก็เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้เป็นอย่างดี

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลให้รูปแบบการขายซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากวิถีชีวิตที่เร่งรีบขึ้น ความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าที่เพิ่มขึ้น ด้วยช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย รวมทั้งประเด็นเรื่องระดับราคาสินค้า และบริการที่มีแนวโน้มลดต่ำ ลงจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นของภาคธุรกิจ จึงทำให้ช่องทางออนไลน์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ต่างจากการค้าแบบเดิมโดยจะเห็นได้จากยอดขายสินค้าในตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เติบโตขึ้นอย่างมาก และทุกประเภทสินค้ามีโอกาสที่จะปรับไปสู่การขายในตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

ดังนั้น จากประเด็นความสำคัญและปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม ซึ่งผลจากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ที่จะสามารถแข่งขันและ

พัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการในการเพิ่มช่องทางการตลาด ในการทำการตลาดออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นอีกต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler & Armstrong (2006: 128) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคว่า เป็นพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้าย ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคหรือครัวเรือนที่ทำการซื้อสินค้าและบริการสำหรับการบริโภคส่วนตัว

Schiffman & Kanuk (2004: 27) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหาความต้องการเกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้ การประเมิน การใช้จ่าย ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550: 9) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา (searching) การซื้อ (purchasing) การใช้ (using) การประเมินผล (evaluating) และการใช้จ่าย (disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา

สรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นพฤติกรรมหรือเป็นการกระทำของผู้บริโภคที่มีกระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ

Kotler (2006: 172) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคว่า ความสำเร็จของธุรกิจอยู่ที่การทราบข้อมูลของผู้บริโภค ซึ่งนักการตลาดต้องรวบรวมข้อมูล และทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย

1. ใครเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์
2. ใครทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
3. ใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
4. ทำการตัดสินใจซื้ออย่างไร ใช้หลักเกณฑ์อะไร
5. ผู้บริโภคซื้ออะไร
6. ทำไมผู้บริโภคเจาะจงซื้อตราสินค้า
7. สถานที่ที่ไปซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ
8. ไปซื้อเมื่อไหร่ ปัจจัยที่เป็นเหตุผล

9. ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์อะไร
10. ทำทางของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์
11. ปัจจัยใดทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ
12. รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่
13. ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการซื้ออย่างไร

Kotler (1997: 172) ได้ให้แนวคิดในการศึกษาตลาดใหม่ โดยใช้ 6W's และ 1H กับ 7O's เป็นคำถาม เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler & Keller (2014: 174) ได้คิดตัวแบบเพื่ออธิบายพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยอาศัยทฤษฎีทางจิตวิทยาประยุกต์ใช้ทางการตลาด โดยยึดแนวคิดที่ว่า พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุหรือมีสิ่งเร้า (stimulus) ทำให้เกิดและจากสิ่งเร้าจะกลายเป็นแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาเพื่อตอบสนอง (response) ต่อสิ่งเร้านั้นเป็นการประยุกต์ “S-R theory” ซึ่งเป็นทฤษฎีจิตวิทยาตั้งเดิมมาเป็นตัวแบบแสดงพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภค หรือ “stimulus-response model” โดยอธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคประกอบด้วย 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นสิ่งที่กระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ส่วนผสมทางการตลาด (marketing mix: 4P's) เป็นสิ่งที่ควบคุมได้ และอีกกลุ่มหนึ่งเป็นสิ่งเร้าอื่น ๆ เป็นปัจจัยตัวแปรที่ไม่สามารถควบคุมได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวผู้บริโภค และมีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองและวัฒนธรรม ส่วนการตัดสินใจเป็นผลการสนองโดยผู้ซื้อจะตัดสินใจเลือกสินค้า เลือกตรา เลือกร้านค้า เวลาที่ซื้อ และจำนวนที่ซื้อ โดยผู้ซื้อประกอบไปด้วย ลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยลักษณะของผู้ซื้อจะมีองค์ประกอบหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ วัฒนธรรม สังคมลักษณะเฉพาะบุคคลและลักษณะทางจิตวิทยา

ซูซีย์ สมิทธิกร (2553: 24) ได้กล่าวถึงผู้บริโภค ทั้งผู้บริโภคที่เป็นบุคคลและผู้บริโภคที่เป็นองค์การว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคอาจจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายใน และเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลและสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อม ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคจึงควรสนใจทั้งปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค อันได้แก่ การรับรู้ การเรียนรู้ ความต้องการ และแรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติ ค่านิยม และวิถีชีวิต รวมทั้งปัจจัยภายนอกหรือสภาพแวดล้อมของผู้บริโภค อันได้แก่ ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ชั้นทางสังคม และวัฒนธรรม ปัจจัยสองประการนี้มีอิทธิพลต่อกระบวนการบริโภค

ผู้บริโภคในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท (Chaffe, 2000: 23 อ้างถึงใน ขวลิขิต สัมปทานรักษ์, 2548) ดังนี้

1. ผู้บริโภคที่ตั้งใจ (directed information seekers) กลุ่มนี้จะใช้เว็บไซต์สำหรับค้นหาและเว็บไซต์สารบัญ เพื่อค้นหาสินค้าและบริการที่ต้องการ
2. ผู้บริโภคที่ได้จากความไม่ตั้งใจ (undirected information seekers) กลุ่มนี้มักอ้างอิงการซื้อจากเว็บไซต์ยอดนิยม หรือการกดแผ่นป้ายโฆษณา
3. ผู้บริโภคที่ซื้อโดยตรง (direct buyers) กลุ่มนี้มักเป็นผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเฉพาะอย่าง

4. ผู้บริโภคที่รอบคอบ (bargain hunters) กลุ่มนี้จะมองหาและเปรียบเทียบการส่งเสริมการขายในระบบเป็นหลัก เพื่อทำการเปรียบเทียบ

5. ผู้บริโภคที่มุ่งความบันเทิง (entertainment seekers) ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก

ดังนั้นสรุปได้ว่า ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคค้นหาได้จากคำถาม 6W's และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบคือ 7O's และการตัดสินใจของผู้ซื้อประกอบด้วย สิ่งกระตุ้น ลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมผู้บริโภคในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกิดจากการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าและบริการ ผ่านสิ่งเร้าทางการตลาดของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นเทคโนโลยีที่นำมาใช้ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการ แสวงหาข้อมูล ประเมินข้อมูลในแต่ละทางเลือก จนสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้เร็วขึ้น และนำไปสู่การประเมินหลังการขาย

ข้อมูลเกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย, 2556)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การผลิต การกระจาย การตลาด การขาย หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์และบริการโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (World Trade Organization, 2013)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การพาณิชย์ที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์เป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการต่าง ๆ เป็นเสมือนการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางธุรกิจด้วย (นภดล กมลวิลาศเสถียร, 2545)

สรุป ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การทำธุรกรรมหรือธุรกิจที่ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ในช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ วิทยุ โทรทัศน์ แฟกซ์ เป็นต้น ทั้งในรูปแบบข้อความ เสียง และภาพ รวมถึงการขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิทัล การโฆษณาสินค้า และการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีระบบอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงผู้ซื้อและผู้ขายให้สามารถทำการค้าระหว่างกันได้

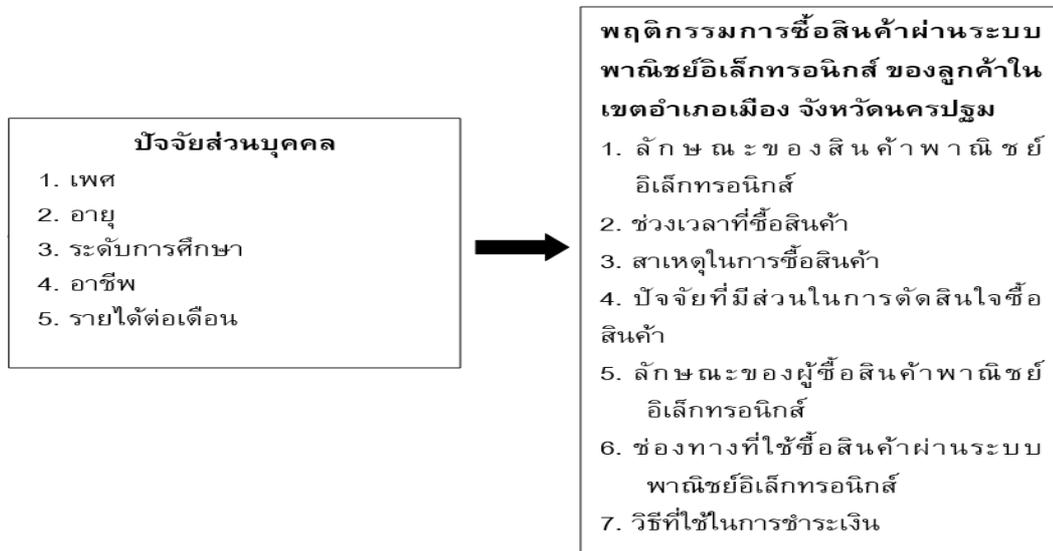
การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันมีแนวทางในการดำเนินกลยุทธ์ที่หลากหลายมาก ทั้งนี้เพราะการทำธุรกิจบนเครือข่ายแบบนี้ลงทุนต่ำและอาศัยความคิดสร้างสรรค์ (creative) หรือไอเดียเป็นหลัก ฉะนั้นจึงมีธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาตลอดเวลา แต่อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาวิเคราะห์พบว่า รูปแบบการค้าบนอินเทอร์เน็ตสามารถแบ่งออกเป็น 5 รูปแบบ คือ (ศุภนัย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2544)

1. แบบซื้อมา-ขายไป (e-business store front)
2. แบบสื่อกลางด้านข่าวสาร (infomediary)
3. แบบสื่อกลางด้านความไว้วางใจ (trust intermediary)
5. การให้บริการสาธารณูปโภคพื้นฐาน (infrastructure providers)

พอดเตอร์ (2548: 23-27) อธิบายว่า อินเทอร์เน็ตนั้นได้ก่อให้เกิดธุรกิจการค้าใหม่หลายประเภทด้วยกัน เช่น การประมูลออนไลน์ และการซื้อขายด้วยระบบดิจิทัล อย่างไรก็ตามก็ตีผลกระทบที่

ยิ่งใหญ่ที่สุดนั้น ทำให้เกิดการจัดรูปแบบใหม่ของธุรกิจการค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งกำลังประสบกับอุปสรรคด้านต้นทุนที่สูง ในด้านการสื่อสารการรวบรวมข้อมูล และการทำธุรกรรมต่าง ๆ

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1953: 26) โดยการกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเชื่อถือได้คือ จำนวน 385 คน และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จึงทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sample) ลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมจนได้แบบสอบถามครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ โดยการศึกษาเอกสารแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตัวแปรที่กำหนดตามดัชนีชี้วัด จากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา เพื่อให้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นสามารถวัดได้เที่ยงตรงเชิงเนื้อหาตามที่ต้องการ โดยการหาดัชนีความสอดคล้องโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC หลังจากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ ทำการปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถาม เพื่อนำมาใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผล มาวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูล ด้านพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้า ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนแบ่งเบน มาตราฐาน ใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ต่อกัน

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ผู้ซื้อสามารถเลือกสินค้าที่ต้องการได้ในราคาถูก ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเวลาที่มีความต้องการที่จะใช้สินค้านั้นทันที และเมื่อมีเวลาว่างเล่นอินเทอร์เน็ต ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ การตัดสินใจซื้อสินค้าจะเกิดจากการโฆษณาในอินเทอร์เน็ตหรือ social network ของสินค้าที่ขายผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เน้นต้องการความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าและบริการ ซื้อจาก Application บนโทรศัพท์มือถือ เช่น Shopee, Lazada, Amazon และการชำระเงิน โดยการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สรุปผลการวิจัย	เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
ลักษณะของสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.01*	0.01*	0.01*	0.04*	0.00*
ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า	0.02*	0.56	0.72	0.51	0.14
สาเหตุในการซื้อสินค้า	0.00*	0.03*	0.14	0.60	0.14
ปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้า	0.03*	0.02*	0.00*	0.00*	0.87
ลักษณะของการซื้อสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.00*	0.01*	0.00*	0.00*	0.06
ช่องทางที่ใช้ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์	0.31	0.50	0.03*	0.23	0.01*
วิธีที่ใช้ในการชำระเงิน	0.11	0.01*	0.27	0.25	0.03*

พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัด นครปฐม เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้จะมีพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ผู้ซื้อสามารถเลือกสินค้าที่ต้องการได้ในราคาถูก ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเวลาที่มีความต้องการที่จะใช้สินค้านั้นทันทีและเมื่อมีเวลาว่างเล่นอินเทอร์เน็ต ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ การตัดสินใจซื้อสินค้าจะเกิดจากการโฆษณาในอินเทอร์เน็ต หรือ social network ของสินค้าที่ขายผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เน้นต้องการความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าและบริการ และการชำระเงินโดยการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ระพีพรรณ ศรีศรีณกุล (2555) ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมทางเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เกิดจากเหตุผลที่ว่า การเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วโดยการใช้ search engine สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ทวีวรรณ น้อยน้ำคำ (2548) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทยในการซื้อสินค้าและบริการทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการจากกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อราคาของสินค้าและบริการ ความหลากหลายในตัวสินค้าและความสะดวกในการใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim (2004) ได้วิจัยเรื่อง การเข้าใจผู้บริโภคถึงพฤติกรรมการซื้อและช้อปปิ้งออนไลน์ พบว่า ร้านค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ตควรจะเน้นด้านความสะดวกสบาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาพรรณ จินดาโชติ (2558) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการซื้อ-ขายสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: ธุรกิจอาหารเสริมและผลิตภัณฑ์เสริมความงาม พบว่า ผู้บริโภคนิยมสั่งซื้อสินค้าผ่าน เว็บไซต์ขายสินค้า เว็บไซต์ที่รวบรวมสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริทิพย์ เหลืองสุใจชื่น (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และวิธีที่ชำระค่าสินค้าที่สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตคือ โอนเงินเข้าบัญชีผู้ขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนนิกันต์ จุลมกรม (2555: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ในปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องสินค้ามีราคาถูกมากที่สุด และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผู้บริโภคในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท Chaffe (2000: 23 อ้างถึงใน ขวลิต สัมปทานรักษ์, 2548) ดังนี้ ผู้บริโภคที่ตั้งใจ กลุ่มนี้จะใช้เว็บไซต์สำหรับค้นหาและเว็บไซต์สารบัญ เพื่อค้นหาสินค้าและบริการที่ต้องการ คนกลุ่มนี้มักเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตและผู้บริโภคที่ได้จากความไม่ตั้งใจ กลุ่มนี้มักอ้างอิงการซื้อจากเว็บไซต์ยอดนิยม หรือการกดผ่านป้ายโฆษณา

2. พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย กชกร กลอยสวาท และชลธิชา อนุกุล (2561) ได้วิจัยเรื่องพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพฯ และประเมินผลผลการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ สถานภาพที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพฯ และประเมินผล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณา วันหมัด (2558) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติอำพล สุดประเสริฐ และศรายุทธ ขวัญเมือง (2561) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการขายสินค้าออนไลน์ ในตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยด้านอายุ เพศ มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ เกียรติศิริ (2558) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและประเมินผล พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผลวิจัยพบว่า อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและประเมินผลแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีศา บุญประเสริฐ (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) พบว่า ด้านเพศเท่านั้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวิรุ คัมภีระสุข (2554) ได้วิจัย เรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่า นักศึกษาปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่มีเพศ สาขาวิชาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษญธิดา ลิมส์สวัสดิวงศ์ (2551) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่า รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาแตกต่างกันจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ลักษณะของสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะเน้นการเลือกสินค้าที่มีราคาถูก
2. ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า จะเน้นการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเวลาที่มีความต้องการที่จะใช้สินค้านั้นทันที และเมื่อเวลาว่างเล่นอินเทอร์เน็ต

3. สาเหตุในการซื้อสินค้าเพราะระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ
 4. ปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้า จะเกิดจากการโฆษณาในอินเทอร์เน็ตหรือ social network ของสินค้าที่ขายผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 5. ลักษณะของผู้ซื้อสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะเน้นต้องการความสะดวกสบาย การซื้อสินค้าและบริการ
 6. ส่วนช่องทางที่ใช้ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะเน้นไปที่การซื้อจาก Application บนโทรศัพท์มือถือ เช่น Shopee, Lazada, Amazon
 7. วิธีที่ใช้ในการชำระเงินคือ การชำระเงินโดยการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร
- ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการขายสินค้าผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปทำการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ ที่จะสามารถแข่งขันและพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการให้ดีขึ้น ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ควรเลือกกลุ่มตัวอย่างอื่นที่มีความแตกต่างจากการศึกษาในครั้งนี้ เช่น การเลือกศึกษาประชากรในเขตพื้นที่ในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อทราบผลการศึกษามีความเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร
2. ควรมีการศึกษาในปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้าเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพื่อให้นักวิจัยมีข้อมูลที่ครอบคลุมในทุกด้านเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อประโยชน์ในการวางแผนของธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2554). **โครงการศึกษาวิเคราะห์พัฒนาการของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. สืบค้นเมื่อ 28 มิถุนายน 2563, จาก https://www.dbd.go.th/images/content/total_01.html
- กิตติอำพล สุตประเสริฐ และศรายุทธ ขวัญเมือง. (2561). **การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการขายสินค้าออนไลน์ ในตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม**. กรุงเทพฯ: กองทุนพัฒนาบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- จุฬารัตน์ เกียรติกัมภ์. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ชนนิกันต์ จุลมกรม. (2555). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา**. การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสถิติ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชวลิต สัมปทานรักษ์. (2548). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทวีวรรณ น้อยน้ำคำ. (2548). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทยในการซื้อสินค้าและบริการทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- นภดล กมลวิลาศเสถียร. (2545). **E-commerce**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พอดเตอร์, ไมเคิล อี. (2548). **กลยุทธ์กับอินเทอร์เน็ต: การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน**. แปลโดย จูตินันท์ อธิรัตน์. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- พิชญธิดา ลัมสวัสดิวงศ์. (2551). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รพีพรรณ ศรีศรีณกุล. (2555). **พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรรณภา วันหมัด. (2558). **ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต**. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร, 10 (2), 132-141.
- วรวิรี คัมภีระสุข. (2554). **พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิภาพรรณ จินดาโชติ. (2558). **ปัจจัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการซื้อ-ขายสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: ธุรกิจอาหารเสริมและผลิตภัณฑ์เสริมความงาม**. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย กชกร กลอยสวาท และชลธิชา อนุกุล. (2561). **พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล**. นครปฐม: สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

- ศรिता บุญประเสริฐ. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook)**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบัญชีบัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิรินทิพย์ เหลืองสุดใจชื่น. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของนักศึกษาปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศูนย์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (2544). **ปัญหาอีคอมเมิร์ซ**. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2563, จาก <http://www.ecommerce center.blogspot.com>
- สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย. **ความรู้เบื้องต้น E-commerce**. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2563, จาก <http://www.thaiecommerce.org/index.php?lay=show&ac=article&id=538636758&Ntype=6>
- Cochran, W. G. (1953). **Sampling technique**. New York: John Wiley & Sons.
- Kim, J. (2004). **Understanding consumers online shopping and purchasing behaviors**. Master's thesis. The Faculty of the Graduate College of Oklahoma State University, Stillwater,
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). **Marketing management**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P. & Keller, L. (2014). **Marketing management**. (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. (1997). **Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control** (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Pearson Education.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2004). **Consumer behavior** (8th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- World Trade Organization. (2013). **E-commerce in developing countries opportunities and challenges for small and medium-sized enterprises**. Switzerland: World Trade Organization.

พฤติกรรมกาเปิดรับ Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY Exposure behavior Original Content Series via OTT of AIS PLAY

ณัฐินี ชูช่วย¹, ตริฉัตร ชื่นศิลป์²

Natthinee Choochuay¹, Trichat Chuensilp²

¹สาขาวิชาวัตกรรมการออกแบบสื่อและการผลิตสื่อ คณะนิเทศศาสตร์, โทรศัพท์ 093-2919423

¹Faculty of Innovative Media Design and Media Production, Communication Arts, Bangkok Thonburi University

²สาขาวิชาวัตกรรมการออกแบบสื่อและการผลิตสื่อ คณะนิเทศศาสตร์, โทรศัพท์ 081-5556033

² Faculty of Innovative Media Design and Media Production, Communication Arts, Bangkok Thonburi University

¹e-mail : natthinee.cho@bkkthon.ac.th

บทคัดย่อ

OTT หรือ Over-the-Top เป็นการให้บริการกระจายเสียงหรือบริการโทรทัศนผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต แทนที่จะผ่านโครงข่ายกระจายเสียงและโทรทัศนแบบเดิม จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิด บริการแพร่ภาพ และเนื้อหารายการต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องลงทุนโครงข่ายสัญญาณเอง บทความนี้ศึกษา Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกาเปิดรับ Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY 2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้รับชม Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY 3. ศึกษาถึงรูปแบบการใช้เทคโนโลยีการรับชม Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY ของผู้ใช้บริการ AIS Play ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือผู้ใช้บริการ AIS Play จำนวน 297 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผู้ใช้บริการ AIS Play ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็น 51% และเพศหญิงเป็น 49% มีอายุ 25 ปีขึ้นไป เป็นลำดับที่ 1 อายุน้อยกว่า 25 ปี เป็น 33% เป็นลำดับที่ 2 อายุมากกว่า 30 ปีคิดเป็น 18% เป็นลำดับที่ 3 มีรูปแบบการใช้เทคโนโลยี ในการเข้ารับชม Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT AIS PLAY ผ่านอุปกรณ์ Smartphone คิดเป็น 69% และใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กรองลงมาเป็น 20% AIS PLAY BOX 9% Smart TV 2% โดยพื้นที่รับชมกรุงเทพมหานครเป็นลำดับที่ 1 คิดเป็น 32% ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการรับชมรองลงมาเป็น 20% ภาคใต้เป็นลำดับที่ 3 คิดเป็น 11% มีความถี่ในการใช้งานเฉลี่ย 270 นาทีต่อคน ต่อครั้งใน 1 วัน ช่วงเวลาที่เข้าใช้งาน อยู่ในช่วงเวลา 19.00 - 22.00 น. มีระยะเวลาเข้า โดยมีการรับชมซีรีส์ 46 วันฉัจะฟังงานวิวาทิในอันดับแรก คลับสะพานพาย อยู่ในระดับรองลงมา เสียวนาน้อย เป็นลำดับที่สาม

คำสำคัญ: พฤติกรรมกาเปิดรับ, กิจการโทรทัศนผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต, เนื้อหาดันฉับ, ซีรีส์

Abstract

OTT or Over-the-Top is a broadcasting service or television service through the Internet network instead of through the traditional broadcasting network. is therefore an important factor causing broadcasting service and various program content via the Internet without having to invest in the signal network itself This article examines the Original Content Series via OTT of AIS PLAY with the objectives: 1. To study the behavior of receiving Original Content Series via OTT of AIS PLAY 2. To study the demographic characteristics of original content series viewers via OTT of AIS PLAY 3. To study the pattern of using technology for receiving Original Content Series via OTT Watch Original Content Series via OTT of AIS PLAY of AIS Play users. This research study consisted of 297 AIS Play users using questionnaires as a tool to collect data, statistics used in the research. These are percentage, mean, and standard deviation. Analysis of demographic factors The majority of AIS Play users are Males accounted for 51% and females 49%, aged 25 and over, ranked 1st, under 25, 33%, 2nd, over 30, 18%, 3rd The objective is to watch OTT Original Content Series via OTT AIS PLAY via Smartphone devices accounted for 69% and using a notebook computer followed by 20% AIS PLAY BOX 9% Smart TV 2% Bangkok was ranked first with 32%, the northeast was followed by 20%, the third was South, 11%, with an average usage frequency of 270 minutes per person per time. in 1 day During the period 19.00-22.00, there is a period of time to enter. by watching series 46 The day I'm going to break up the wedding, first place, Fay Bridge Club is second, Little Xiao Sam is third.

Keywords: Exposure behavior, OTT or Over-The-Top, Original Content, Series

บทนำ

จากอดีตที่ผ่านมารายการโทรทัศน์ในประเทศไทย มีการออกอากาศผ่านเสาอากาศทีวี รับชมได้ฟรีโดยไม่มีค่าบริการรายเดือน หรือที่เรียกว่า ฟรีทีวี รวมถึงวิทยุโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ทั้งแบบติดตั้งรับสัญญาณ มีการบอกรับสมาชิกรายเดือน และรับสัญญาณจากจานดาวเทียมโดยไม่มีค่าบริการรายเดือน ซึ่ง ณ ขณะนี้ได้มีการพัฒนาเข้าสู่ยุคของการจัดการคลื่นความถี่วิทยุโทรทัศน์แบบดิจิทัล กระบวนการ Switch-Off ในปี 2558 ได้เสร็จสิ้นไปแล้วในปี 2563 ซึ่งระหว่างช่วงเวลานี้ผู้ที่รับชมรายการโทรทัศน์ก็จะเตรียมตัวเปลี่ยนกล่องรับสัญญาณ เป็นการรับชมจากเครื่องรับสัญญาณดิจิทัลทีวีหรือโทรศัพท์มือถือที่เป็น Mobile TV โดยเฉพาะ

หากสังเกตพฤติกรรมของคนในปัจจุบันจะพบว่า ก่อนหน้านี้เรามีข้อจำกัดด้านเวลาออกอากาศ เราจึงต้องรีบกลับบ้านมาเพื่อดูรายการโปรด ละครเรื่องโปรด เกิดปรากฏการณ์ถนนโล่งในคืนวันที่ละครฉายตอนอวสาน แต่ยุคของโซเชียล มีเดียมันได้เปลี่ยนพฤติกรรมของผู้รับชมไปโดยสิ้นเชิง เพราะหลายๆ

รายการ ผู้ชมสามารถรับชมย้อนหลังได้จากอินเทอร์เน็ตผ่านช่องทาง Youtube ดังนั้นการพลาดรายการโทรทัศน์ต่างๆ ผู้ชมไม่ได้รู้สึกเสียดายเพราะรู้ว่าหาดูย้อนหลังผ่าน Youtube ก็ได้ และรายการโทรทัศน์ยอดฮิตแทนที่จะเป็นวไรตี้โชว์ ก็กลายเป็นรายการของโทรทัศน์ดาวเทียมและอินเทอร์เน็ตทีวีอย่าง เทยเทียวไทย, เจาะข่าวตื่น จาก SpokeDarkTV เราจะเห็นได้ว่า ใครๆก็สามารถสร้างคอนเทนต์เองได้ มีช่องรายการของตนเองได้บนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังเกิดปรากฏการณ์ Multi-Screen (มัลติ-สกรีน) ซึ่งผู้ชมไม่ได้นั่งหน้าจอโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว แต่จะคุยโทรศัพท์ หรือใช้งาน Social Network ผ่านสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ไปพร้อมๆกับการรับชม ส่วนโทรทัศน์ก็เปิดทิ้งไว้ มีประเด็นอะไรน่าสนใจได้ยินผ่านหูก็เงยหน้าขึ้นฟังพร้อมโสบน Network เพื่อแสดงความคิดเห็นของตนได้ทันที พฤติกรรมที่เห็นได้ชัดคือ หากบน Social Network พูดถึงละครเรื่องไหน รายการใด ก็จะมีคนเปิดทีวีติดตามและอ่านความเห็นของคนอื่นๆจาก Social Network ไปพร้อมๆกันด้วยการดูโทรทัศน์ด้วยกัน รายการเดียวกันจะน้อยลงต่างแยกกันไปดูรายการบนอุปกรณ์ส่วนตัวปัจจุบัน

ในช่วงปี พ.ศ. 2560 OTT หรือ Over-the-Top เป็นรูปแบบกิจการการออกอากาศที่รับชมรายการพูดถึงกันมาก เพราะพฤติกรรมของประชาชนในยุค 4.0 จะทำอะไรก็ต้องผ่านอินเทอร์เน็ต การดูทีวีก็เปลี่ยนไปดูผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้ความแพร่หลายของ OTT ทั้งรูปแบบ เทคโนโลยี และลักษณะการให้บริการ ส่งผลให้เกิดเนื้อหาและบริการต่างๆ ที่หลากหลายกว่าเดิม ในมุมหนึ่งก็เป็นประโยชน์ต่อประชาชนโดยรวม พฤติกรรมของประชาชนที่มีความต้องการข้อมูลหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัวของบุคคล มีลักษณะ “เรียล” ที่ไม่ต้องการการประกอบสร้างมากนัก มีการสื่อสารโต้ตอบแบบสองทาง ฯลฯ และในขณะที่ประชาชนเองก็สามารถเป็นผู้สื่อสารเองได้ง่ายโดยไม่ต้องได้รับการจัดสรรคลื่นความถี่ที่เป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น บุคคลใดๆ ก็อาจมีช่องเป็นของตนเอง เช่น เป็น YouTube หรือ Twitter ที่มีผู้ติดตาม (Follower) จำนวนมาก อันนำมาซึ่งรายได้จากการโฆษณาและการจำหน่ายสินค้าและบริการต่างๆ ด้วย ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการสื่อสารมวลชนอย่างมาก

รูปแบบการให้บริการ OTT มีความแตกต่างจากการให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบเดิม เนื่องจากการให้บริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีผู้เกี่ยวข้องหลายส่วน องค์ประกอบของบริการ OTT (OTT Value Chain) ประกอบด้วย 5 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) ผู้ผลิตเนื้อหา 2) ผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม 3) ผู้ให้บริการโครงข่าย 4) ผู้ผลิตอุปกรณ์รองรับ และ 5) ผู้ใช้บริการ (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2563)

Thammasat Consulting Networking and Coaching Center (CONC, Thammasat Business School, 2018) ยังได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการเติบโตของอุตสาหกรรมการให้บริการเนื้อหา สื่อออนไลน์ ว่าเกิดขึ้นจากแรงขับเคลื่อน 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) การเปลี่ยนแปลงของลักษณะประชากร 2) การเปลี่ยนแปลงไปสู่เทคโนโลยีดิจิทัล 3) การเพิ่มขึ้นของปริมาณและคุณภาพของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต 4) การลดราคาของเทคโนโลยีบรอดแบนด์ และ 5) การเพิ่มจำนวนของผู้ใช้สมาร์ตโฟน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถสะท้อนภาพสถานการณ์และแนวโน้มของการให้บริการของ OTT ในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

ผลการสำรวจของ We Are Social (รายงานที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. จัดทำร่วมกับศูนย์บริการวิชาการแห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (Chula Unisearch) เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกในเดือนกรกฎาคม 2564 เพิ่มขึ้น 257 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้น 5.7% เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2563 ขณะที่จำนวนผู้ใช้มือถือเพิ่มขึ้น 117 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้น 2.3% ในช่วงเวลาเดียวกัน พฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ด้านต่าง ๆ ของคนไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นในปี 2563 จากกลุ่มตัวอย่าง 1,141 คนจากในประเทศไทย โดยแยกออกเป็น 3 กลุ่มอายุ ได้แก่ อายุ 23 ปีลงไป 32.2%, อายุ 24-39 ปี 32.5% และอายุ 40 ปีขึ้นไป 35.3% ผู้ตอบแบบสำรวจโดยรวม รัชมเนื้อหาวิดีโอออนไลน์จาก YouTube มากที่สุด ตามมาด้วย Netflix, Line TV, 3+ และ Viu โดยผู้ตอบแบบสำรวจเกินครึ่ง (55.3%) รัชมวิดีโอออนไลน์ทุกวันหรือเกือบทุกวัน (5-6 ครั้งต่อสัปดาห์) และผู้ตอบแบบสำรวจมากถึง 65.6% ใช้โทรศัพท์มือถือในการรัชมประเทศไทยมีผู้ใช้บริการมือถืออยู่มากกว่า 90 ล้านราย และประมาณ 52 ล้านราย มีการใช้งาน Mobile Data และเกือบ 100% ของกลุ่มที่ใช้ Data นั้น นิยมดู Content ประเภท VDO Online เป็นอันดับ 1 โดยส่วนใหญ่ รัชมผ่านทาง Social และ Online ส่วนที่เหลือคือ ชมผ่าน VDO Platform หรือ Streaming Provider

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. (2562) ได้สำรวจแบ่งลักษณะของผู้ให้บริการ OTT ออกเป็น 6 ประเภทด้วยกันได้แก่

1. ผู้ให้บริการอิสระ ได้แก่ Facebook Youtube Netflix ADVERTISEMENT
2. ผู้ผลิตคอนเทนต์ที่ให้บริการในรูปแบบ OTT ได้แก่ HBO Showtime
3. ช่องรายการโทรทัศน์เดิมที่ขยายฐานให้บริการ OTT เช่น BBCiplay ช่อง3 Live หรือ Workpoint
4. ผู้ประกอบการโทรคมนาคมที่ให้บริการ OTT คือ AIS play
5. ผู้ให้บริการเพย์ทีวี กลุ่มเคเบิล ดาวเทียมที่เคยเก็บเงินมาให้ให้บริการ OTT เช่น PSI หรือ True anywhere
6. บริการ OTT ที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการ ดังที่เห็นอยู่ใน AIS play ก็มีพวกช่อง HOOQ



ภาพที่ 1 ผู้ให้บริการ OTT ในประเทศไทย จำแนกตามประเภทของผู้ให้บริการ
ที่มา: ETDA. (2563). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563

รูปแบบการบริการดังกล่าว เนื้อหาบนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตจาก OTT ข้างต้นมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน มีทั้งผู้ให้บริการแพลตฟอร์มที่เปิดให้อัปโหลดคลิป ภาพ เสียง และข้อความ ที่มาจากคนใช้งานทั่วไปในรูปแบบ ‘User generated content (UGC)’ เช่น เฟสบุ๊กและยูทูบ รวมไปถึงผู้ให้บริการแพลตฟอร์มที่นำเนื้อหาที่มีผู้ผลิตทั้งในรูปแบบซีรีส์ ช่าง รวมไปถึงภาพยนตร์มารวมกันแล้วนำมาให้บริการ

ผู้ให้บริการ OTT ในรูปแบบผู้ประกอบการโทรคมนาคมที่ให้บริการ OTT มีจำนวน 3 ราย ได้แก่ TOT, AIS Play และ True ID TV ผู้วิจัยจึงได้สนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมกาเปิดรับซีรีส์ของผู้รับชม ที่นิยมรับชมซีรีส์ผ่านระบบ OTT หรือ Over-the-Top ซึ่งมีให้เลือกหลากหลาย หากแต่การเลือกศึกษา ผู้ประกอบการโทรคมนาคมที่ให้บริการ OTT คือ AIS play หรือบริษัท Advanced Info Service (AIS Play) เพราะเป็นผู้ประกอบการภายในประเทศและมีจำนวนผู้ใช้บริการโครงข่ายเป็นอันดับหนึ่งของประเทศเป็นผู้ให้บริการ OTT ในระดับท้องถิ่น ไม่ได้เป็น OTT จากต่างประเทศ เช่น ผู้ให้บริการจากจีน (WeTV และ iQiyi) และฮ่องกง (Viu) รวมถึง Netflix และ Disney Hotstar จากอเมริกา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับ Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY” ผู้ศึกษาได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้คือ

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้รับชม Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกาเปิดรับ Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY
3. ศึกษาถึงรูปแบบการใช้เทคโนโลยีการรับชม Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับ Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY” เป็นการวิจัยถึงพฤติกรรมของผู้ชมที่รับชมซีรีส์ ผ่าน OTT ซึ่งในกรณีนี้ผู้ศึกษาเลือก AIS PLAY โดยศึกษาถึง Original Content ซีรีส์ที่ได้รับการว่าจ้างผลิตจาก AIS รูปแบบการรับชมช่วงเวลาในการรับชม พื้นที่ของประชากร ทั้งนี้ในการวิเคราะห์งานวิจัยใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 1.แนวคิดเกี่ยวกับ OTT หรือ Over-The-Top เป็นการให้บริการกระจายเสียงหรือบริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต แทนที่จะผ่านโครงข่ายกระจายเสียงและโทรทัศน์แบบเดิม จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดบริการแพร่ภาพ และเนื้อหารายการต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องลงทุนโครงข่ายสัญญาณเอง สามารถรับชมภาพยนตร์, ซีรีส์, Content ต่าง ๆ ผ่านทางแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบ Subscription (จ่ายค่าบริการรายเดือน/ รายปี)

2. แนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การกระทำด้วยอิริยาบถต่างๆด้วยความบ่อยครั้ง ไม่ว่าจะป็นทั้ง ฟัง พูด อ่าน จากการอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ ชมสื่อออนไลน์ และการพูดคุยกับสื่อ บุคคล ผู้รับสารแต่ละคนต่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนซึ่งแตกต่างกันไป

3. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะทางประชากรศาสตร์อันได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ รวมถึงลักษณะครอบครัว เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความแตกต่างกันออกไป ความแตกต่างของแต่ละบุคคลที่จะส่งผลถึงการสื่อสาร

4. ทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) เป็นแนวคิดของกลุ่มนักวิชาการในสำนัก Toronto มี Concept หลัก ๆ คือ “สื่อเป็นตัวกำหนดรูปแบบการสื่อสารของมนุษยชาติ” มีหัวใจสำคัญคือการศึกษา Channel หรือช่องทางการสื่อสาร หากช่องทางการสื่อสารเปลี่ยนแปลง ผลจากการสื่อสารจะเปลี่ยนตาม และเทคโนโลยีถือเป็นสิ่งที่เข้ามาช่วยในการขยายศักยภาพด้านการสื่อสารของมนุษย์

นิยามศัพท์

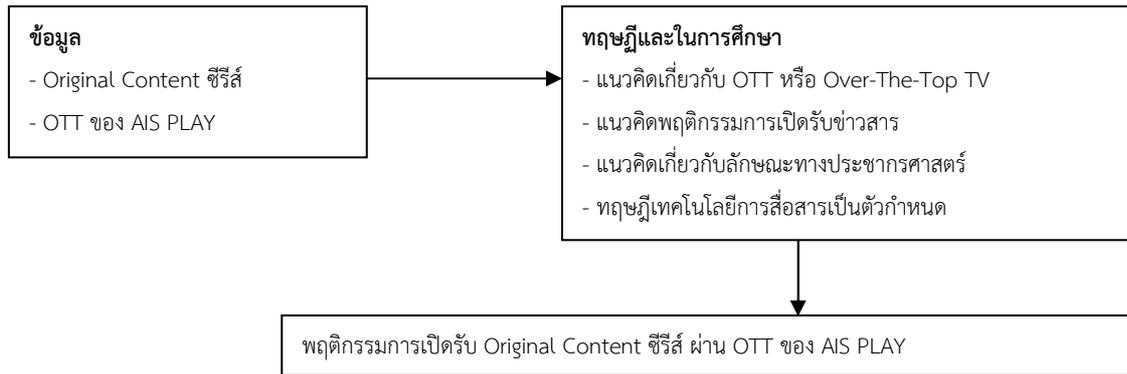
OTT (Over-the-Top) หมายถึง การให้บริการกระจายเสียงหรือบริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอื่น ที่ไม่ใช่โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ เป็นการให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตระบบเปิด โดยที่ผู้ให้บริการ OTT ไม่ได้ลงทุนหรือเป็นเจ้าของโครงข่ายอินเทอร์เน็ตเอง ในงานวิจัยนี้ OTT หมายถึงเฉพาะการให้บริการเนื้อหาภาพยนตร์, ซีรีส์, Content ต่าง ๆ ผ่านทางแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต

Original Content คือการสร้างสรรค์ Content ขึ้นมาโดยคอนเทนต์นั้นจะไม่ซ้ำหรือเหมือนกับเจ้าอื่นๆ ในตลาด หรือเรียกได้ว่าเป็นคอนเทนต์แนว “ต้นฉบับ”

Series คือละครที่แบ่งเผยแพร่เป็นตอน (episode) หลายตอนต่อเนื่องกัน เช่น เป็นรายวันหรือรายสัปดาห์ ทุกตอนมีเนื้อหาต่อเนื่องกัน มีนักแสดงและมีรูปแบบอย่างเดียวกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยจะเป็นการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลทั้งในส่วนของคุณลักษณะส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเปิด Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY โดยกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย เพื่อนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับแนวคิดในด้านต่าง ๆ คือ ด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และด้านรูปแบบของเทคโนโลยีที่ใช้ในการรับชม ดังแสดงในกรอบแนวคิด



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1 รูปแบบและวิธีการวิจัย ศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้การศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ด้วยแบบสอบถามออนไลน์แบบวัดผลครั้งเดียว เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมรับรู้ Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY ดังกล่าวเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะ Original Content ที่ผลิตเอง 7 เรื่องคือ คลับสะพานพาย My Bubble Tea หวานน้อย รัก100% เสียงรักในสายฝน Ydestiny เลี้ยวชาน้อย บาร์ลับไม่มีในโลก 46 วันฉันจะพังงานวิวาร์



ภาพที่ 2 Original Content ซีรีส์ ที่ได้รับการว่าจ้างผลิตจาก AIS Play

ที่มา: AIS Proposal (2564). รายงานสรุปผลผู้ใช้บริการ AIS Play ในประเทศไทย ปี 2564

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรจากผู้ใช้เครือข่าย AIS ที่รับชม Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY ในปี 2564 โดยขอข้อมูลจากบริษัท โมโมแทค จำกัด บริษัทในเครือ AIS เพื่อส่งแบบสอบถามออนไลน์

3. เครื่องมือวิจัย / วิธีการรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการรับชม Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY” ผู้ศึกษาเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัย 2 วิธีด้วยกันคือ

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก AIS Play เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแพลตฟอร์ม OTT อันเป็นข้อมูลเบื้องต้นพอสังเขป เพื่อนำมาขยายผลในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้รับชมจากผู้ใช้เครือข่าย AIS

2. การเก็บข้อมูลพฤติกรรมกรรมการรับชมจากผู้รับชมซีรีส์ที่ชม Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY โดยการสร้าง Google Form แจกแบบสอบถามออนไลน์แก่ผู้ใช้บริการเครือข่าย AIS

4. การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด และได้ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาจึงได้นำข้อมูลไปดำเนินการ ดังนี้

1. ทำการลงรหัส (Coding) เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปของตัวเลข หรือรหัส
2. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล
3. แปลความหมายของข้อมูลที่ได้หลังจากการประมวลผล และจัดทำตารางแสดงผลร้อยละ และแสดงค่าทางสถิติ เพื่อทำรายงานอธิบายสรุปผลการศึกษาต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการศึกษา “พฤติกรรมกรรมการรับชม Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY” ได้สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่ (1) ข้อมูลประชากรศาสตร์ (2) พฤติกรรมการเปิดรับ Original Content ซีรีส์ (3) รูปแบบการใช้เทคโนโลยีในการรับชม Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY เป็นการนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้รับชมจากผู้ใช้เครือข่าย AIS กลุ่มตัวอย่างของผู้รับชมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51 ช่วงอายุ 41-50 ปี และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49 ลำดับที่ 1 มีอายุ 25 ปีขึ้นไป เป็นลำดับที่ 1 อายุน้อยกว่า 25 ปี เป็น 33% เป็นลำดับที่ 2 อายุมากกว่า 30 ปีคิดเป็น 18% เป็นลำดับที่ 3 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 47 กำลังศึกษาระดับปวช.-ปวส. คิดเป็นร้อยละ 33 ลำดับสุดท้ายจบการศึกษาระดับปริญญาโทร้อยละ 20 และส่วนใหญ่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.5 อยู่ในพื้นที่รับชมกรุงเทพมหานคร เป็นลำดับที่ 1 คิดเป็น 32% ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการรับชมรองลงมาเป็น 20% ภาคใต้เป็นลำดับที่ 3 คิดเป็น 11%

2. พฤติกรรมการเปิดรับชม Original Content ซีรีส์ ผ่าน OTT ของ AIS PLAY ในช่วงปี 2564 เพศชายและหญิง ส่วนใหญ่รับชม Original Content ซีรีส์วัยรุ่นที่ผลิตเอง 7 เรื่องเรียงตามลำดับ ดังนี้คือ 46 วันฉันจะพังงานวิวาห์ คลับสะพานฟาย เสียขวัญน้อย เป็นลำดับ 1-3 และเรียงลำดับลงไปคือ My Bubble Tea หวานน้อย รัก100% เสียรักในสายฝน Ydestiny บาร์ลับ

ไม่มีในโลก และการเปิดรับชม Original Content ซีรีส์ บ่อยคิดเป็นร้อยละ 86.2 โดยเข้ารับชมบ่อยที่สุดในช่วงเวลากลางคืน (19.00 – 22.00 น.) ซึ่งมีระยะเวลาในการเข้ารับชม Original Content ซีรีส์ ในแต่ละครั้ง มากกว่า 270 นาที คิดเป็นร้อยละ 41.2 สถานที่รับชม Original Content ซีรีส์ เป็นที่พักอาศัยเป็นส่วนใหญ่

3. รูปแบบการใช้เทคโนโลยีการรับชม Original Content ซีรีส์ ที่ผลิตเอง 7 เรื่องคือ คลับสะพานพาย My Bubble Tea หวานน้อย รัก100% เสี่ยงรักในสายฝน Ydestiny เสี้ยวซ่าน้อย บาร์ลับไม่มีในโลก 46 วันฉันจะฟังงานวิวาท์ คิดเป็นดังนี้คือ 46 วันฉันจะฟังงานวิวาท์ คลับสะพานพาย เสี้ยวซ่าน้อย เป็นลำดับ 1-3 ซึ่งเป็นรูปแบบเรื่องที่ 1-2 ซีรีส์วัยรุ่นแนว Romantic Comedy และเรื่องสุดท้ายเป็นซีรีส์ Yที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในตลาด คิดเป็นร้อยละ 60.9 โดยส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อการรับชมคิดเป็น 69% และใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กครองมาเป็น 20% AIS PLAY BOX 9% Smart TV 2% และมีจำนวนรูปแบบปัญหาการพบเจอปัญหาความล่าช้าการเชื่อมต่อ/ใช้งานอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 74

อภิปรายผล

ลักษณะประชากร

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้เครือข่าย AIS ที่รับชมซีรีส์ ที่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็น 51% และเพศหญิงเป็น 49% มีอายุ 25 ปีขึ้นไป เป็นลำดับที่ 1 อายุต่ำกว่า 25 ปี เป็น 33% เป็นลำดับที่ 2 อายุมากกว่า 30 ปีคิดเป็น 18% เป็นลำดับที่ 3 กลุ่มช่วงอายุนี้ถือว่าเป็นคน Gen Z เกิดมาในช่วงของเทคโนโลยีดิจิทัลกำลังเติบโต จึงเป็นคนรุ่นใหม่ที่เรียนรู้เทคโนโลยีและเข้าถึงข้อมูลได้เร็ว มีความคิดในการเป็นผู้ตอบรับเทคโนโลยีสูง ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Decharin (2017) ที่กล่าวว่า คน Gen Z เป็นกลุ่มคนที่เติบโตขึ้นมาอย่างมีความตระหนักในสิ่งที่ตนเองถนัด พึ่งพาตนเองได้มากขึ้น และมีความมุ่งมั่นมากกว่ารุ่นก่อน ๆ คนกลุ่มนี้จะมีความคิดสร้างสรรค์ขณะเดียวกันก็เป็นพวกที่มีประสิทธิภาพมีเป้าหมายที่ชัดเจน และอยู่บนโลกของความเป็นจริง คนกลุ่มนี้จะเป็นผู้ชอบใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่สูง ซึ่งเกิดจากความต่อเนื่องในการพัฒนาทักษะในด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงในด้านส่วนตัว และธุรกิจ (Gavino et al., 2019)

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมซีรีส์ในปริมาณบ่อย เกือบทุกวัน และซีรีส์ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ส่วนใหญ่รับชม Original Content ซีรีส์วัยรุ่นที่ผลิตเอง 7 เรื่องเรียงตามลำดับดังนี้คือ 46 วันฉันจะฟังงานวิวาท์ คลับสะพานพาย เสี้ยวซ่าน้อย เป็นลำดับ 1-3 และเรียงลำดับลงไปคือ My Bubble Tea หวานน้อย รัก100% เสี่ยงรักในสายฝน Ydestiny บาร์ลับไม่มีในโลก ดังนั้นการรับชมซีรีส์เพื่อความบันเทิงและมีเนื้อหาที่เป็นวัยรุ่นสอดคล้องกับผลการวิจัย นอกจากนี้ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศ

ไทยปี 2561 ของ Electronic Transactions Development Agency(2018) พบว่า เด็ก Gen Z ใช้เวลาในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4 ชั่วโมง 1 นาทีต่อวัน ทั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการรับชม นาน 270 นาที ต่อครั้งต่อวัน อาจเนื่องมาจากเด็กกลุ่มนี้เป็นเจนเนอเรชันที่เกิดมาภายใต้สภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และมีการดำเนินชีวิตในสังคมแบบ Digital ทำให้คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเหล่านี้เป็นอย่างดี

รูปแบบการใช้เทคโนโลยีการรับชม

ผลการวิจัยพบว่า โดยส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อการรับชมคิดเป็นร้อยละ 69 และใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กครองมาเป็นร้อยละ 20% ใช้อุปกรณ์ AIS PLAY BOX ร้อยละ 9 รับชมจาก Smart TV เป็นร้อยละ 2% สอดคล้องกับทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด หรือ Technology Determinist เชื่อกันว่าเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดกิจกรรมพื้นฐานของมนุษย์ทั้งปวง เทคโนโลยีเข้ามาเพื่อเปลี่ยนแปลงระบบการดำรงชีวิตอยู่ของมนุษย์ตั้งแต่กระบวนการคิด ความรู้สึก และการกระทำ พบว่าการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ดูซีรีส์สอดคล้องกับช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอายุน้อยกว่า 25 ปี เป็น 33% เป็นลำดับที่ 2 อายุมากกว่า 30 ปีคิดเป็น 18% เป็นลำดับที่ 3 กลุ่มช่วงอายุนี้ซึ่งถือว่าเป็นคน Gen Z และ ใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก เนื่องด้วยมีความสะดวกสบายในการรับชม และเข้าถึงง่ายสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ยังเป็นคนอายุน้อย และมีจำนวนรูปแบบปัญหาการบกพรอนในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ที่พบเจอส่วนใหญ่พบเจอปัญหาความล่าช้าการเชื่อมต่อ/ใช้งานอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 74

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้ผลิตซีรีส์ ควรมีการปรับเนื้อหารายการให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายและขยายฐานการรับชมสู่ประชากรที่มีช่วงอายุ 18-40 ปี ให้มากขึ้น เนื้อหาและรูปแบบรายการให้เข้ากับรสนิยมท้องถิ่น (localization) ในตลาดเป้าหมาย เช่น การปรับด้านภาษาและวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับรสนิยมผู้ชมในตลาดต่างประเทศ เพื่อให้เนื้อหารายการของไทยมีโอกาสก้าวออกไปสู่ตลาดอื่น ๆ มากขึ้น โดยการสร้างความหลากหลาย ให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมวงกว้าง (mass) อย่างน้อยก็ในระดับภูมิภาคในเบื้องต้น
2. สร้างกลยุทธ์ความร่วมมือกับพันธมิตร โดย OTT อื่น ๆ เพื่อในประเทศไทยสามารถเป็นได้ทั้งผู้ลงทุนและ ผู้ร่วมทุนเพื่อไปจับมือกับผู้ผลิตฝีมือดีที่มากด้วยประสบการณ์ จุดมุ่งหมายคือการได้เนื้อหารายการที่ดี มีคุณภาพ ประหยัดต้นทุน และเป็นช่องทางการส่งออกเนื้อหารายการของไทยด้วย นับเป็นกลยุทธ์เกื้อหนุนกันระหว่างฟรีทีวี ผู้ผลิตรายการอิสระ และ OTT ทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ เพื่อพึ่งพาจุดแข็ง ซึ่งกันและกัน

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

ภาครัฐควรสนับสนุนการจัดทำแผนระดับชาติโดยความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดให้การพัฒนา OTT ของไทยเป็นวาระแห่งชาติในการพัฒนาแพลตฟอร์มและผลิตภัณฑ์เนื้อหารายการหรือคอนเทนต์ไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก

เอกสารอ้างอิง

- ศิริวรรณ อนันต์โท. (2564) ปัจจุบันและอนาคตของการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. **วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง**. ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2564
- ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2563). **การศึกษาผลกระทบของ OTT ต่อกิจการ กระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ และแนวทางการส่งเสริมและกำกับดูแล**. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. สำนักงาน กสทช. (2560ก). สภาพการแข่งขันและแนวทางการกำกับดูแลกิจการ Over The Top: OTT. สืบค้นจาก <http://202.125.84.14/data/academic/file/600900000004.pdf>
- สำนักงาน กสทช. (23 มิถุนายน. 2560ข). **สรุปเนื้อหาการประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ OTT**. โดย พันเอก ดร. นที ศุกลรัตน์ **ในการประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) ครั้งที่ 16/2560** เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA). (2563). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563**.
- TIME Consulting. (2560). **โครงการศึกษาแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์แบบ Over the Top (Competition Regulation on OTT TV)**. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Communication behavior within the organization: a case study of Bangkok Thonburi University

กฤติเดช พุฒวัฒนาภรณ์

Krithidech Putawattanaporn

สาขาวิชาวัตกรรมการออกแบบสื่อและการผลิตสื่อ คณะนิเทศศาสตร์, โทรศัพท์ 088-8306666

Faculty of Innovative Media Design and Media Production, Communication Arts, Bangkok Thonburi University

e-mail : krithidech.put@bkkthon.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 2) เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ประชากรที่ใช้ในบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำนวน 200 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบน

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อก็พบว่าทุกข้อ ทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจาก มากไปหาน้อย พบว่า การสื่อสารแบบแนวนอน รองลงมา ผู้รับสาร และด้านการมอบหมายงานตามหน้าที่ อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: พฤติกรรมการสื่อสาร

Abstract

This research is to study 1) 1) To study the behavior of communication within the organization: a case study of Bangkok Thonburi University 2) To study the communication style within the organization: a case study of Bangkok Thonburi University The population used in personnel within Bangkok Thonburi University was 200 by specific random sampling. The statistics used to analyze the data are percentage, mean and deviation.

The results showed that Communication behavior within the organization: a case study of Bangkok Thonburi University at a high level And when considering item-by-item, it was found that all items, all aspects, in order of averages from highest to lowest, found that communication was horizontal, followed by recipients, and assignments by function. at a high level

Keywords: communication behavior

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันซึ่งเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารที่มนุษย์สามารถรับรู้ เรียนรู้ และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อองค์กรและบุคลากรในองค์กรอย่าง ไม่อาจ หลีกเลีย้งได้ องค์กรต่าง ๆ จึงต้องปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหาร จัดการองค์กรให้สามารถดำเนินต่อไปได้และเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อความ เป็นผู้นำที่ก้าวหน้า องค์กรอื่น ๆ การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและสามารถปรับตัวให้สามารถก้าวไป ข้างหน้าได้อย่างมั่นคงจึงเป็น สิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ท่ามกลางสภาพการณ์เช่นนี้ผู้บริหารองค์กรที่ชาญ ฉลาดและมีภาวะผู้นำจะต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อที่จะเป็นพลังขับเคลื่อน องค์กรให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่ง ซึ่ง ในบรรดากลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ผู้บริหารจะต้องนำมาใช้อย่างมี ประสิทธิภาพนั้น “การสื่อสาร” กล่าวได้ว่าเป็นกล ยุทธ์ที่มีความสำคัญที่สุด เพราะการสื่อสารเป็นกล ยุทธ์หรือกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่การรับรู้ เรียนรู้ ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันของ บุคลากรทั่วทั้งองค์กรตั้งแต่ระดับนโยบายไปจนถึงระดับ ปฏิบัติการ ทำให้สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ร่วมกันได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและนำพา องค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมี ทิศทาง และจะต้องนำมาใช้ให้สอดคล้องกับพื้นฐานขององค์กรทั้งในด้าน โครงสร้าง ระบบการบริหาร ทัศนคติ และค่านิยม รวมทั้งวัฒนธรรมของบุคลากรในองค์กรจึงจะทำให้องค์กร ไปสู่ความสำเร็จได้ “กลยุทธ์การสื่อสาร” จึงเป็นเครื่องมือทางการบริหารที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและต้อง นำมาใช้ ในการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่องค์กร

การใช้ช่องทางในการติดต่อสื่อสารหรือกระจายข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั้นเป็นสิ่งที่ควรคำนึง และให้ ความสำคัญ เนื่องจากสถานที่ทำงานของผู้รับสารแต่ละบุคคลนั้น มีสภาพแวดล้อมที่แตกต่าง กัน สังคมต่างกัน ก็อาจจะใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน จึงไม่อาจจะระบุได้ว่าผู้คนนั้นนิยมใช้ ช่องทางการสื่อสารใดใน การติดต่อสื่อสาร การกระจายข่าวสารนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ แต่การกระจาย ข่าวสารให้ทั่วถึงนั้นสำคัญยิ่งกว่า จึง เป็นที่มาของงานวิจัยนี้ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ช่อง ทางการสื่อสาร หาความสัมพันธ์หรือค่าความสำคัญ ของบุคลากรภายในกรมควบคุมโรค ที่ได้รับข้อมูล ข่าวสาร การบริการผ่านช่องทางต่างๆของกลุ่มพัฒนาระบบ บริหาร และนำผลการวิเคราะห์ที่ใช้ในการ พิจารณาตัดสินใจเลือกวิธีการสื่อสาร ช่องทาง และกำหนดกิจกรรมแต่ ละช่องทางให้เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย บุคลากรที่มีความสำคัญหรือ อิทธิพลในกระจายข่าวสารได้ดีที่สุด และศึกษาเกี่ยวกับ ช่องทางการติดต่อสื่อสารภายใน หน่วยงาน และพิจารณาเลือกช่องทางในการติดต่อสื่อสาร ที่นิยมใช้ กันมากที่สุดภายในหน่วยงาน มาใช้เป็นช่องทางเพื่อกระจายข่าวสารได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด

องค์กรเป็นหน่วยงานทางสังคมที่มีคนเป็นจำนวนมากมาทำงานร่วมกัน เพื่อจุดมุ่งหมาย เดียวกันและมีการสื่อสารเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลทุกระดับ ชั้น ในองค์กร โดยให้บุคลากรสามารถสื่อสารกันอย่างเสรีนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ทำให้งานถูกพัฒนาจนเป็นที่ ยอมรับ ดังนั้น ผู้บริหารต้องนำกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมาใช้และนั่นก็คือการสื่อสาร (พัชนีย์ ธารเสนา , 2550) เพราะเป็นเครื่องมือที่จะนา ไปสู่การเรียนรู้รับรู้ที่ตรงกันของบุคลากรทุกคนในองค์กร การ สื่อสารในองค์กรเป็นการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆ ระหว่างบุคลากรหรือหน่วยงานต่างๆ ภายใน

องค์กรผ่านรูปแบบวิธีการสื่อสารต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้และเข้าใจตรงกัน ในการทำงาน ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (ศุภพร อนุศาสนนท์, 2549) เพื่อให้งานดำเนินต่อไปได้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้และเป็นวิธีที่จะทำให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี ระหว่างผู้ร่วมงานในแต่ละระดับก่อให้เกิดการทำงานเป็นทีม ซึ่งการที่ทีมจะสามารถปฏิบัติงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพและคล่องตัวก็ต้องใช้การติดต่อสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญ และมีความเกี่ยวข้อง กับการดำเนินงานขององค์กรในทุกๆ ด้าน ทั้งการประสานงานและการแลกเปลี่ยนข่าวสาร การ ถ่ายทอดความรู้และการสร้างความสัมพันธ์กับบุคลากรในองค์กร (บุหงา โปชิว, 2557) ดังนั้น ความสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์กร ทั้งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานต่างมีบทบาทหน้าที่ ที่จะต้องมี การเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และต้องมีการไหลเวียนของข่าวสารอย่างอิสระ เพื่อก่อให้เกิดความ ร่วมมือกัน (Allen, 1977)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เพื่อที่จะนำผลการศึกษามาพัฒนาการสื่อสารในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร
2. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการสื่อสาร (Communication)

มนุษย์ในสังคม ทาความเข้าใจระหว่างกัน เพื่อให้ข้อมูล ถ่ายทอด ความคิดเห็นและประสบการณ์ เพื่อให้อยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุขโดยใช้การสื่อสารและยังช่วยพัฒนาปัญญาและความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ได้อีกด้วย มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ ดังนี้

Wilbur Schramm (1971) การสื่อสาร หมายถึง การแลกเปลี่ยนสัญญาณ ประสบการณ์ของบุคคล โดยต้องอยู่บนพื้นฐานความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์

Kelley and Robert (1977) ให้ความหมายว่า การรับ-ส่งสัญลักษณ์เพื่อทา ให้เกิดความหมายในใจของบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกันและมีประสบการณ์เดียวกันเราเรียกกระบวนการนี้ว่าการสื่อสาร

Daniel and Spiker (1994) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า คือ การที่บุคคลสองคนขึ้นไป ได้สร้างให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน โดยการใช้วจนภาษาและอวจนภาษาเพื่อให้เกิดการรับรู้และแปลความหมายขึ้น

สรุปการสื่อสาร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูล หรือถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น และประสบการณ์ที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกัน ทา ให้เกิดความหมายในใจของผู้เกี่ยวข้องเหล่านั้น รับรู้เหมือนกัน

ความสำคัญของการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารเป็นปัจจัยกระบวนการทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ข้อเสนอแนะ ตลอดจนความคิดเห็นและสร้างความเข้าใจในกฎระเบียบ เป้าหมายขององค์กรร่วมกัน ทำให้ได้เข้าใจถึงความคิด ความต้องการและทำให้เกิดความช่วยเหลือ ความสามัคคีต่อกัน และการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้

เสนาะ ตีเยาว์ (2537) ได้เห็นความสำคัญของการสื่อสารในองค์กรไว้ 3 แบบ คือ

1. การสื่อสารทำให้เกิดความหมายและทำให้คนได้เรียนรู้ความหมายของสิ่งต่างๆจากการสื่อสารนั่นเอง เพราะคนได้เรียนรู้การใช้กระบวนการสื่อสารและการใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายเหมือนกัน

2. การสื่อสารทำให้คาดคะเนความคิดของกันได้โดยการใช้สัญลักษณ์ติดต่อสื่อสารกันเป็นเวลานานจะทำให้เข้าใจความหมายและทำให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถคาดเดาคำความคิดของกันได้เพราะบุคคลจะเกิดการเรียนรู้ทั้งจากประสบการณ์และรูปแบบการสื่อสารเพราะเมื่อบุคคลเกิดการสื่อสารกันนานๆ มากขึ้น ก็จะเกิดการเรียนรู้พฤติกรรมทางการสื่อสารทำให้คาดคะเนความคิดของฝ่ายหนึ่งได้

3. การสื่อสารทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน 2 แบบ คือ

3.1 รูปแบบการสื่อสารที่เป็นการสื่อสารที่ใช้คำพูด เช่น การพูด หรือการเขียน และการสื่อสารที่ไม่ใช้คำพูด

3.2 สภาพการสื่อสารที่เกิดในองค์กร เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นส่วนตัว การสื่อสารในกลุ่มย่อยและสื่อสารในกลุ่มใหญ่

รูปแบบการสื่อสารในองค์กร

เบญจวรรณ แจ่มจา รุญ (2557) รูปแบบของการสื่อสารตามทิศทางของการสื่อสารซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การสื่อสารทางเดียว (One - Way Communication) เป็นการส่งข่าวสารหรือการสื่อความหมายไปยังผู้รับแต่เพียงฝ่ายเดียวโดยที่ผู้รับไม่สามารถมีการตอบสนองในทันที (immediate response) ให้ผู้ส่งทราบได้แต่อาจจะมีปฏิกิริยาสนองกลับ (feedback) ไปยังผู้ส่งภายหลังได้ การสื่อสารในรูปแบบนี้จึงเป็นการที่ผู้รับไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ทันที จึงมักเป็นการสื่อสารโดยอาศัยสื่อมวลชน เช่น การฟังวิทยุ หรือการชมโทรทัศน์ เหล่านี้ เป็นต้น

2. การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) เป็นการสื่อสารหรือการสื่อความหมายที่ผู้รับมีโอกาสตอบสนองมายังผู้ส่งได้ในทันทีโดยที่ผู้ส่งและผู้รับอาจจะอยู่ต่อหน้ากันหรืออาจอยู่คนละสถานที่ก็ได้แต่ทั้งสองฝ่ายจะสามารถมีการเจรจาหรือการโต้ตอบกันไปมา โดยที่ต่างฝ่ายต่างผลัดกันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในเวลาเดียวกัน เช่น การพูดโทรศัพท์ การประชุม เป็นต้น อย่างไรก็ตามด้วยศักยภาพของเทคโนโลยีในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตการสื่อสารสองทางสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องเกิดระหว่างบุคคลเท่านั้น แต่อาจเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ก็ได้ และการตอบสนองก็ไม่จำเป็นต้องกระทำในทันที

รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ตามประเภทของการสื่อสาร

วิเชียร วิทย์อุดม (2556) ประเภทของการติดต่อสื่อสาร (Type of communication) การติดต่อสื่อสารในองค์กรมีวิธีหลากหลายที่แตกต่างกันออกไป มีลักษณะวิธีการติดต่อสื่อสารตามความเหมาะสมของแต่ละประเภทของการติดต่อสื่อสารผู้บริหารองค์กรจะต้องรู้จักใช้ประเภทของการติดต่อสื่อสารที่เหมาะสมและต้องมีประโยชน์ต่อองค์กรให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ นักวิชาการหลายๆ ท่าน จึงแบ่งประเภทของการติดต่อสื่อสารออกเป็นหลายประเภท แตกต่างกันไปซึ่งอาจจะแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

1. การติดต่อสื่อสารตามลักษณะทิศทางของการสื่อสาร (Direction) แบ่งการติดต่อสื่อสารออกเป็น 4 วิธีได้แก่

1.1 การติดต่อสื่อสารแบบบนลงล่าง (Downward communication) เป็นการติดต่อสื่อสารจากระดับสูงกว่าลงมายังระดับที่ต่ำกว่าในองค์กรหรือจากผู้บังคับบัญชาลงมาสู่ผู้ใต้บังคับบัญชาจุดมุ่งหมายของการสื่อสารรูปแบบนี้คือ เป็นการส่งหรือถ่ายทอดข้อมูลเพื่อเป็นการควบคุมการดูแลงานในองค์กรและสั่งการไปยังผู้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติตามเป้าหมายขององค์กรโดยส่วนมากจะเป็นในเรื่องของวัตถุประสงค์ นโยบาย วิธีการ คำสั่ง การขอร้องไปยังหน่วยงานต่างๆ ในองค์กรและลงไปถึงผู้ส่งที่จะใช้เป็นในรูปแบบของคำสั่งให้ปฏิบัติ การออกกฎระเบียบข้อบังคับ การออกประกาศการประชุม การบันทึก การแนะนำ เป็นต้น การติดต่อสื่อสารในรูปแบบนั้นจะเป็นไปตามลูกโซ่ของคำสั่งจากบนลงสู่ล่าง โดยมีหน้าที่สำคัญ คือ การแจ้งข่าวบุคคลในระดับต่ำกว่า

1.2 การติดต่อสื่อสารแบบล่างขึ้นบน (Upward communication) เป็นการติดต่อสื่อสารจากระดับที่ต่ำกว่าขึ้นไปยังระดับที่สูงกว่าในองค์กรหรือจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชาจุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารรูปแบบนี้คือเป็นการตรวจสอบงาน หรือดูแล ย้อนกลับ (Feedback) ว่างานที่ได้ปฏิบัติไปแล้วได้ผลอย่างไรโดยรายงานข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ไปยังผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหารระดับสูงกว่าเพื่อเป็นการส่งข้อมูลย้อนกลับจากผู้ใต้บังคับบัญชาต่อผู้บังคับบัญชา ทำให้ทราบผลของการปฏิบัติงานส่วนมากจะเป็นเรื่อง เกี่ยวกับตอบสนองตามคำสั่งของพนักงาน ข้อเสนอแนะ คำร้องทุกข์ ข้อคิดเห็นและการขออนุมัติ เป็นต้น

1.3 การติดต่อสื่อสารแบบแนวนอน (Horizontal communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในระดับเดียวกันตามแนวนอนของสายการบังคับบัญชาตามลำดับขั้นหรือระดับที่ใกล้เคียงกันตามโครงสร้างขององค์กรหรือระหว่างคนที่อยู่ต่างระดับกันก็ได้แต่ไม่ได้มีความสัมพันธ์กันในเชิงผู้บังคับบัญชาไม่มีอำนาจในการบังคับบัญชาจุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารในรูปแบบนี้ คือเป็นการประสานงานและร่วมกันแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการนำ ข้อมูลต่างหน่วยงานระดับเดียวกันมา ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการประสานงานทั้งองค์กร

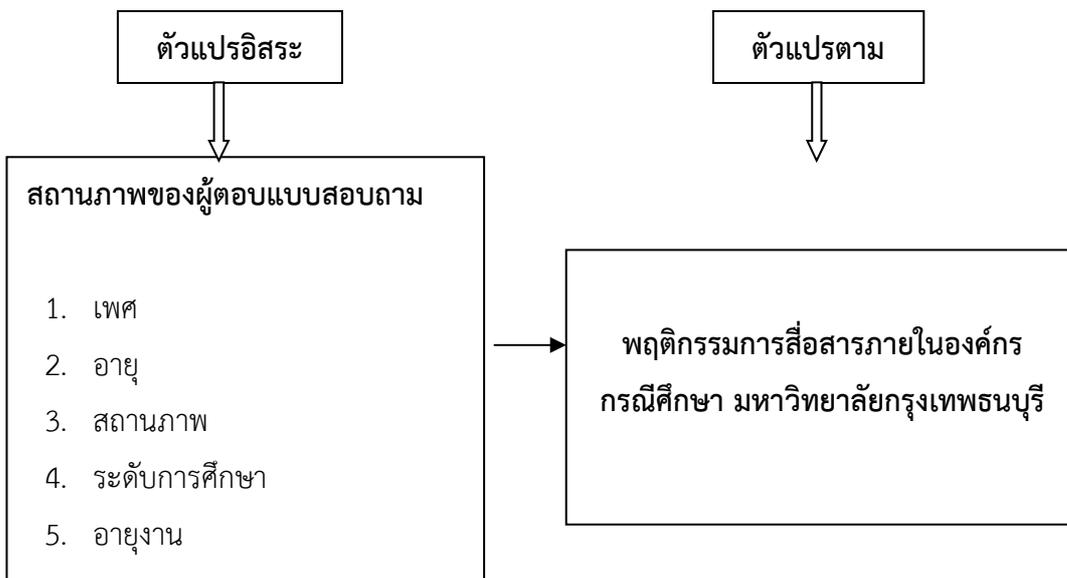
การติดต่อสื่อสารในลักษณะเป็นการทำ งานร่วมกัน ช่วยกันทำ งาน ปกป้องหรือการหา งาน เป็นทีมสื่อสารที่จะใช้จะเป็นรูปแบบของการปรึกษาหารือด้วยวาจาโต้ตอบ เป็นต้น ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารในรูปแบบนี้คือ ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา การจัดการองค์กรที่

ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจที่มีคุณภาพสูง และการแก้ไขปัญหาที่ตรงจุดของความรับผิดชอบทั้งหมด (วิเชียร วิทยอุดม, 2556)

1.4 การติดต่อสื่อสารแบบแนวไขว้ (Diagonal communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลที่อยู่ต่างหน่วยงานหรือข้ามแผนกและอยู่ต่างระดับจุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารในรูปแบบนี้คือเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพรวดเร็วและงานบางอย่างไม่สามารถจะรอการสื่อสารตามสายงานหรือใช้การสื่อสารแบบขึ้นลงได้เพราะจะทำให้งานล่าช้า และเกิดผลเสียหายต่อระบบงานโดยรวมได้ การติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้จะเป็นแบบไม่เป็นทางการ การติดต่อสื่อสารแบบนี้จะไม่ขึ้นตรงต่อสายงานของการบังคับบัญชาเป็นการลดขั้นตอนการทำงาน ผู้ติดต่อสื่อสารมีหน้าที่สูงกว่า เช่น พนักงานฝ่ายหนึ่งติดต่อโดยตรงกับหัวหน้าแผนกของอีกฝ่ายหนึ่ง เป็นต้น(วิเชียร วิทยอุดม, 2556)

สรุปประเภทของการสื่อสารเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ใช้ติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีหลายประเภทที่มีความแตกต่างกัน เช่น การสื่อสารตามรูปแบบต่างๆ แบ่งออกเป็น 4 วิธี ได้แก่ การสื่อสารแบบบนลงล่าง การสื่อสารแบบล่างขึ้นบน การสื่อสารแบบแนวนอน การสื่อสารแบบแนวไขว้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ปลายปิดและปลายเปิด เป็นเครื่องมือเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

ผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อก็พบว่าทุกข้อ ทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจาก มากไปหา

น้อย พบว่า การสื่อสารแบบแนวนอน รองลงมา ผู้รับสาร และด้านการมอบหมายงานตามหน้าที่ อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า การสื่อสารแบบแนวนอนมากที่สุดรองลงมาคือการสื่อสารแบบบนลงล่าง และการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ส่วนการสื่อสารแบบแนวไขว้น้อยที่สุด ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าบุคลากรมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ส่วนใหญ่เป็นระดับปฏิบัติงานและอยู่ในหน่วยงานที่ให้บริการและสายวิชาการ ซึ่งการปฏิบัติงานในส่วนงานนี้ ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับแผนกอื่น ๆ ในการส่งต่อข้อมูลของผู้ป่วย หรือส่งต่อผู้ป่วยไปให้บริการยังแผนกต่างๆ ในโรงพยาบาล ทำให้ต้องมีการสื่อสารในระดับเดียวกันมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อภิขิภา วัฒนเสวีและชนะเกียรติ สมานบุตร. (2557) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ กลุ่มตัวแทนของพนักงานประจำ บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด ในทุกส่วนงาน จำนวน 134 คน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรแบบแนวนอนหรือแนวราบมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับ สิริภพ นิลอรุณ และ รัชดาภรณ์ เบญจวัฒนานนท์ (2558) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สาขาอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สาขาอำเภอวังสะพุงจังหวัดเลย จำนวน 50 คน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการสื่อสารแต่ละด้าน มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ยกเว้นด้านการสื่อสารองค์กรโดยการสื่อสารภายในบุคคล มีผลเนื่องจากบุคลากรรู้สึกว่าเป็นข้อดีของตนเอง รู้จักลักษณะภายนอกของตนเองได้ดี รู้ถึงความสามารถที่มีต่องานสามารถรับรู้ถึงอารมณ์และความรู้สึกที่มีต่องานทั้งทางบวกและทางลบ การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลเนื่องจากพนักงานสามารถบอกสิ่งที่ตนคิดเป็นคาพูดได้อย่างเข้าใจ สอดคล้องกับ แพมมาลา วัฒนเสถียรสนธิ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาการสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษาบริษัท ยูไนเต็ดแอสตันดาร์ดเทอร์มินัล จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่าง 20 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาการสื่อสารในองค์กรส่วนมากพบเรื่องความไม่เข้าใจกันซึ่งอาจจะมีปัญหาทั้งในด้านของผู้ส่งสารและผู้รับสารและการบิดเบือนของข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในการสื่อสารในองค์กร และยังพบว่าทัศนคติของบุคลากรในองค์กรและการถูกปิดกั้นการสื่อสารของบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาการสื่อสารภายในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารและชี้แจงให้บุคลากรทุกระดับได้เห็นความสำคัญของการสื่อสาร พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้บุคลากรได้ร่วมแสดงความคิดเห็นในการกำหนด

เป้าหมายขององค์กรเพราะจะทำให้บุคลากรได้รับรู้ว่าผู้บริหารให้ความสำคัญและยึดถือปฏิบัติอย่างจริงจัง เพื่อให้บุคลากรตั้งใจและสนใจที่จะเรียนรู้กระบวนการสื่อสาร

2. ควรมีการวางระบบการสื่อสารอย่างมีขั้นตอน กระชับ รวดเร็ว เพื่อให้บุคลากรสามารถเรียนรู้ และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง และมีช่องทางการติดตามและประเมินผลการสื่อสารเพื่อนำมาพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารได้อย่างรวดเร็วเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

พีระ จิโรโสภณ. (2548). **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน**. ในประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิติศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 10). นนทบุรี: สุโขทัยธรรมมาธิราช.

พิภพ อุดร. **ทรัพยากรมนุษย์ยุค 2020 (ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2555)**. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.journalhri.com/pdf/0701.pdf>.

พภัช เชิดชูศิลป์. (2555). **พฤติกรรมการใช้ไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, คณะนิเทศศาสตร์, สาขานิเทศศาสตร์.

เสนาะ ดิยาวี. (2541). **การสื่อสารในองค์กร**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พฤติกรรมกาสูบหรี่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น กรณีศึกษาโรงเรียน
แห่งหนึ่ง ในเขตเทศบาลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

Smoking behavior of secondary A case study of one in Johor
Municipality, Mueang, Nakhon Ratchasima

สุดารัตน์ ชูพันธ์

Sudarat Choopan

สาธารณสุขศาสตร์ วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์, 044-955121

Public health Phanomwan Colleof Techonology, 044-955121

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาสูบหรี่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น กรณีศึกษาโรงเรียนแห่งหนึ่ง ในเขตเทศบาลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 113 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา และ สถิติเชิงอนุมาน(การหาค่าเฉลี่ย) ผลการวิจัย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 มีอายุ 14 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 อายุอยู่ระหว่าง 11-15 ปี ด้านความรู้ พบว่า โดยรวม นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มีความรู้เกี่ยวกับการสูบหรี่ อยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ย (\bar{x} = .81, S.D = .330) ทศนคติเกี่ยวกับการสูบหรี่ อยู่ในระดับ มีคะแนนเฉลี่ย (\bar{x} = 2.54, S.D = .613) แรงสนับสนุนทางสังคม อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย (\bar{x} = 2.38, S.D = .614) พฤติกรรมกาสูบหรี่ อยู่ในระดับไม่ปฏิบัติ มีคะแนนเฉลี่ย (\bar{x} = 1.16, S.D = .423) พบว่า ผลการวิเคราะห์การหาความสัมพันธ์ อายุ รายได้ ความรู้เกี่ยวกับการสูบหรี่ ทศนคติเกี่ยวกับการสูบหรี่ และแรงสนับสนุนทางด้านสังคมกับพฤติกรรมกาสูบหรี่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น กรณีศึกษาโรงเรียนแห่งหนึ่ง ในเขตเทศบาลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมกาสูบหรี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value < 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.304

คำสำคัญ : พฤติกรรมกาสูบหรี่

Abstract

This study was survey research. The objective was to study smoking behaviors of junior high school students. The subjects group consisted of 113 cases. The developed questionnaire was used as a tool to collect data. Statistics were descriptive statistics and inferential statistics.

The result revealed that : the majority of subjects were males 61.9%, aged 14 years old were 38.1%. knowledge factors about smoking behaviors were high level 100% (\bar{X} = .81, S.D = .330), Attitude factors were moderate level 85% (\bar{X} = 2.54, S.D = .613) social support factors were high level 54.9% (\bar{X} = 2.38, S.D = .614), Smoking behaviors were high level 93.8% (\bar{X} = 1.16, S.D = .423) and there were a negative correlation between and smoking behaviors at a significant level < 0.

Keyword : Smoking behaviors

บทนำ

ปัจจุบันพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นพบว่า มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เกิดจากวัยรุ่นมีความเชื่อที่ผิดเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ขาดความตระหนักในพิษภัยของบุหรี่ (ฉันทนา, 2556) อีกทั้งวัยรุ่นเป็นวัยแห่งการเรียนรู้ด้วยตนเอง อยากรู้อยากลอง ต้องการเรียนรู้ในกลุ่มเพื่อนสนิท อีกทั้งยังต้องการเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อนพฤติกรรมเบี่ยงเบนและพฤติกรรมเสี่ยงทั้งหลายจึงจะทำตามการตัดสินใจของกลุ่ม หากทางเลือกที่กลุ่มเสนอนั้นไม่เหมาะสมกับตนและตนสามารถที่จะคิดหาทางเลือกที่เหมาะสมกับตนเองได้โดยอาศัยทักษะการสื่อสารเพื่อปฏิเสธคัดค้าน เจรจาต่อรอง โดยเสนอทางเลือกใหม่ที่ดีกว่าจะเป็นทักษะที่มีประโยชน์อย่างยิ่งในเชิงยับยั้งพฤติกรรมเสี่ยงได้(ศศิพร, 2545) สำหรับประเทศไทย จากการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาวิจัยของนักวิจัยและนักวิชาการจากหลายสถาบันในปี2547 เกี่ยวกับสถานการณ์การสูบบุหรี่ของเยาวชนไทยพบว่า มีเยาวชนไทยอายุต่ำกว่า 18 ปีเสพติดบุหรี่เกือบ 500,00 คน และมีเยาวชนอายุต่ำกว่า 24 ปีเสพติดบุหรืกว่า 1.5 ล้านคน ซึ่งในแต่ละปีจะมีเยาวชนไทยเสพติดบุหรืใหม่และกลายเป็นผู้ต้องสูบบุหรี่เป็นประจำระหว่าง 200,000 ถึง 300,000 คน (กรมควบคุมโรค, 2548)

ปัญหาการติดบุหรื นับวันจะเพิ่มปัญหารุนแรงและเป็นปัญหาทางสุขภาพที่สำคัญ ของประเทศ ซึ่งบุหรืจัดเป็นยาเสพติดประเภทกระตุ้นประสาทที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญด้านสาธารณสุขอย่างมาก ปัจจุบันปัญหาการสูบบุหรืได้แพร่ระบาดในกลุ่มเยาวชนทั่วไป เนื่องจากบุหรืเป็นยาเสพติดที่หาซื้อได้ง่าย เสพติดง่ายแต่เลิกยากนั่นเอง ผู้ที่สูบบุหรืแทบทั้งหมดเริ่มต้นติดบุหรืตั้งแต่วัยรุ่น สาเหตุสำคัญ คือ อยากรู้อยากลอง (ธนศักดิ์ เก่งถนอมม้า, 2556) บุหรืถือเป็นสารเสพติดมีผู้เสพมากที่สุด ซึ่งเป็นปัญหาสาธารณสุขทั่วโลกและเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมไทยเป็นเวลานาน ทั้งนี้เพราะในบุหรืแต่ละมวนจะมีนิโคตินที่ทำให้ผู้ที่สูบสามารถสูบได้ตลอดทั้งวันยกเว้นเวลานอน ล่าสุด องค์การอนามัยโลก World Health Organization (WHO) มีคำเตือนเกี่ยวกับพิษภัยของบุหรืที่ยังคงเป็นภัยร้ายคร่าชีวิตประชากรทั่วโลกถึง 8 ล้านคนในแต่ละปี ในจำนวนนี้ร้อยละ 40 เสียชีวิตจากโรคปอด และอีกประมาณ 1 ล้านคน เสียชีวิตจากการได้รับควันบุหรืมือสอง สถานการณ์การสูบบุหรืของคนไทยผู้ที่เริ่มสูบบุหรืส่วนใหญ่ และเริ่มจากกลุ่มเด็ก และ เยาวชน ผลสำรวจการสูบบุหรืของคนไทย ปีพ.ศ.2560 ประชากรไทย อายุ 15 ปี ขึ้นไปที่ เริ่มสูบบุหรืครั้งแรกของผู้ที่สูบบุหรื

เป็นประจำคืออายุ 18.1 ปี ซึ่งเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปี 2557 ซึ่งมีอายุเฉลี่ยที่เริ่มสูบบุหรี่คือ 17.8 ปี เมื่อเปรียบเทียบกับแต่ละกลุ่มวัยในปี 2560 พบว่า กลุ่มเยาวชน มีอายุเฉลี่ยที่เริ่มสูบบุหรี่ 16.2 ปี ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2557 คือ 15.6 ปี ส่วนในกลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มสูงอายุมีอายุเฉลี่ยที่เริ่มสูบบุหรี่ไม่แตกต่างกันมากในแต่ละปี โดยจะอยู่ในช่วงประมาณ 18-19 ปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

การสูบบุหรี่ของประชากรไทยที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ปีล่าสุด (พ.ศ.2558)พบว่า ประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปมีผู้สูบบุหรี่10.9 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 19.9 ภาพรวมพบว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2547-2557) อัตราการสูบบุหรี่มีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย จากร้อยละ 23.0 เป็นร้อยละ 20.7 และล่าสุด ในปี พ.ศ.2558 อัตราการบริโภคยาสูบ คิดเป็นร้อยละ 19.9 ซึ่งเมื่อเทียบกับการสำรวจที่ผ่านมา (พ.ศ.2557) พบว่าทั้งชายและหญิงมีอัตราการสูบบุหรี่ลดลง ทั้งนี้ อัตราการสูบบุหรี่ของเพศชายยังคงสูงกว่ากว่าเพศหญิงประมาณ 20 เท่า (แผนงานควบคุมการบริโภคยาสูบ, 2560) การสูบบุหรี่ของเยาวชน (อายุ 15-18ปี) ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2547-2557) อัตราการสูบบุหรี่ของเยาวชนมีแนวโน้มมากขึ้น จากร้อยละ 6.58เป็นร้อยละ 8.25 โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนผู้หญิงมักมีการสูบบุหรี่ที่โรงงานมากขึ้น จากการสำรวจครั้งล่าสุด(พ.ศ.2558) เปรียบเทียบกับครั้งที่ผ่านมา(พ.ศ.2557)พบว่า อัตราการบริโภคยาสูบลดลงจากร้อยละ 8.25 เป็น 7.92 แต่อายุเฉลี่ยของเยาวชนที่เริ่มสูบบุหรี่มีแนวโน้มลดลง อีกทั้งยังพบว่าเยาวชนมีการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาสูบแปรรูปใหม่ๆ เพิ่มขึ้นโดยอุตสาหกรรมยาสูบเน้นการใช้เทคโนโลยีสื่อออนไลน์ social marketing ที่เข้ามาเป็นส่วนสำคัญและเยาวชนยังขาดความเข้าใจและการตระหนักถึงพิษภัยของยาสูบที่ถูกต้อง (แผนงานควบคุมการบริโภคยาสูบ, 2560)

จากข้อมูลที่ศึกษา พฤติกรรมการสูบบุหรี่ พบว่า อัตราการเสียชีวิตของคนไทยจำนวนมากกว่า 400,000 รายต่อปี มาจากกลุ่มโรคที่ไม่ติดเชื้อเรื้อรัง ปัจจัยเสี่ยงหนึ่งมาจากการสูบบุหรี่ โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชนที่กลายเป็นนักสูบหน้าใหม่ ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติล่าสุด ปีพ.ศ.2560 พบประชากรไทยอายุ 15-19 ปี 55.9 ล้านคน เป็นผู้สูบบุหรี่ 10.7 ล้านคน คิดเป็น 19.1% แยกเป็นสูบบุหรี่ประจำ 9.4 ล้านคน คิดเป็น 16.8% และสูบนานๆครั้ง 1.3 ล้านคน คิดเป็น 2.3% (สุขุม กาญจนพิมาย, 2560) จากข้อมูลที่ศึกษา สาเหตุการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นตอนกลาง (อายุ 15-18 ปี) วัยรุ่นติดบุหรี่ด้วยสาเหตุต่างๆ หลายอย่าง ส่วนใหญ่เพราะความอยากรลอง และค่านิยมที่ไม่ถูกต้อง ยึดติดกลุ่มเพื่อน เยาวชนที่เริ่มสูบบุหรี่เพราะความอยากรลอง ซึ่งเป็นธรรมชาติของวัยรุ่นที่อยากรลองเป็นเรื่องที่ทำหาย น่าตื่นเต้น และสนุกสนาน ถึงแม้จะทราบว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดีต่อสุขภาพก็ตาม อย่างไรก็ตาม เยาวชนที่เริ่มสูบบุหรี่เพราะเพื่อนชวน บางคนมีเจตคติที่ว่า ถ้าไม่สูบบุหรี่จะเข้ากับเพื่อนไม่ได้ เพื่อนจะไม่ยอมรับเข้า สถานการณ์การสูบบุหรี่ของจังหวัดนครราชสีมา ผลสำรวจจาก สถิติในปี 2562 พบว่า มีผู้สูบบุหรี่อายุระหว่าง15-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.14 อายุระหว่าง 20-24 ร้อยละ 29.09 อายุระหว่าง 25-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.84 อายุระหว่าง 45-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.06 และอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.46 (รายงานสถานการณ์ การบริโภคยาสูบของประเทศไทย พ.ศ. 2562)

ผู้วิจัยจึงสนใจการศึกษา เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมการปฏิบัติตนในการป้องกันภัยและโทษ จากการสูบบุหรี่ที่ถูกต้อง การดำเนินชีวิตเพื่อห่างไกลบุหรี่ของ

กลุ่มนักเรียนที่สูบบุหรี่ เพื่อนำแนวทางประพุดติและปฏิบัติตน ป้องกันตนเองจากการสูบบุหรี่ที่ถูกต้องไป เผยแพร่ให้กับนักเรียนหรือบุคคลกลุ่มอื่นได้ และยังเป็นแนวทางนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ของโรงเรียนแห่งหนึ่งในเทศบาลจ้อหอ อำเภอมือง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการสูบบุหรี่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ของโรงเรียนแห่งหนึ่งในเทศบาลจ้อหอ อำเภอมือง จังหวัดนครราชสีมา

การทบทวนวรรณกรรม

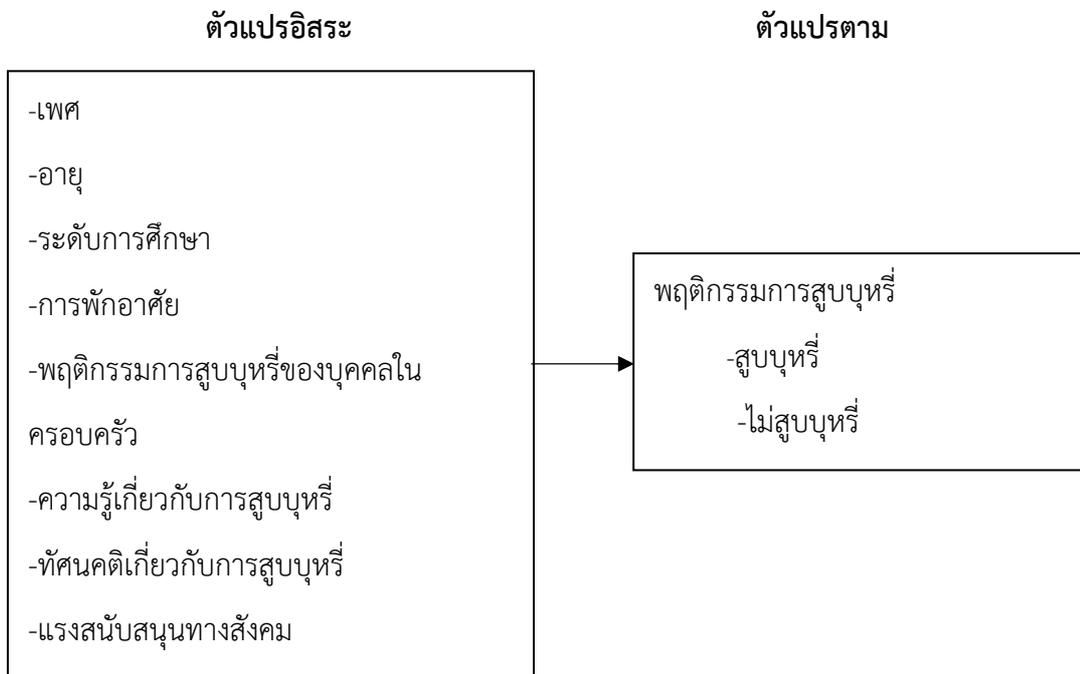
จิราภรณ์ จันท์แก้ว และ พรณภา หอมสินธุ์ (2560) กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 28.7 มีความชุกในการทดลองสูบบุหรี่ โดยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการทดลองสูบบุหรี่ของนักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ (AOR = 2.41, 95% CI = 1.02 – 5.70) ทักษะคติต่อการสูบบุหรี่ (AOR = 2.62, 95% CI = 1.10 – 6.31) และการถูกเพื่อนชักชวนให้สูบบุหรี่ (AOR = 8.46, 95% CI = 3.46 – 20.68) ส่วนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความเครียด การสูบบุหรี่ของผู้ปกครอง การสูบบุหรี่ของพี่น้อง การยอมรับการสูบบุหรี่ของผู้ปกครอง การสูบบุหรี่ของเพื่อนสนิท การเข้าถึงบุหรี่ การเข้าถึงสื่อเกี่ยวกับบุหรี่ และการคาดการณ์การสูบบุหรี่ ไม่มีความสัมพันธ์กับการทดลองสูบบุหรี่

ธิติ บุคตาน้อย, สุทิน ชนะบุญ, เบญญาภา (2562) ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนเคยสูบบุหรี่ ร้อยละ 29.1 (95% CI: 23.91 to 34.77) มีการสูบบุหรี่ในปัจจุบัน ร้อยละ 18.2 (95% CI: 13.93 to 23.22) มีความรู้เรื่องบุหรี่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 50.5 โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.56 คะแนน (S.D.=2.11) มีทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 79.3 โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 คะแนน (S.D.= 0.47) และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุมากกว่า 15 ปี (OR=4.77, 95%CI: 2.30 to 9.78, p-value <0.001)ระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่3เทียบกับปีที่ 1(OR=3.95, 95%CI: 1.68 to 9.85, p-value = 0.002) มีบุคคลใกล้ชิดที่สูบบุหรี่(OR= 2.09, 95%CI: 1.01 to 4.62,p-value = 0.034)และทัศนคติที่ไม่ดีเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ (OR=2.21, 95%CI: 1.05 to 4.49,p-value = 0.018) ดังนั้นควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับอันตรายจากการสูบบุหรี่ตั้งแต่เริ่มเข้าเรียนซึ่งจะส่งผลให้นักเรียนตระหนักถึงอันตรายและมีทัศนคติที่ดี ตลอดจนการเป็นแบบอย่างที่ดีในการเลิกสูบบุหรี่ของคนใกล้ชิด

ณัฐพล รุ่งโรจน์สิทธิชัย (2560) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 24-35 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/องค์กรมหาชน/องค์กรอิสระ มีรายได้ส่วนบุคคล 15,001- 45,000 บาทต่อเดือน ในส่วนของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า (ความถี่ ครั้ง/เดือน) พบว่า สื่อที่มีผู้เปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ สื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉลี่ย 18 ครั้ง/เดือน มีการรับรู้เกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้านั้นอยู่ในระดับปานกลาง และส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่

ไฟฟ้า ในเชิงบวกด้านพฤติกรรมการสูบบุหรี่ไฟฟ้านั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นผู้สูบบุหรี่มานานมาก่อนแล้วจึงหันมาใช้บุหรี่ไฟฟ้า ซึ่งใช้บุหรี่ไฟฟ้ามาแล้วอย่างน้อย 2 ปี และมีปริมาณความเข้มข้นของนิโคติน ในน้ำยาบุหรี่ไฟฟ้าอยู่ที่ 3 มิลลิกรัม มีการสูบบุหรี่ไฟฟ้าโดยเฉลี่ย 17 ครั้ง/วัน ส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการที่สูบบุหรี่ไฟฟ้าว่า เพื่อสุขภาพที่ดีกว่าเมื่อเทียบกับการสูบบุหรี่มวน ส่วนใหญ่มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะสูบบุหรี่ไฟฟ้าต่อไป อยู่ในระดับมาก ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ทศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้ามีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ในส่วนของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ไม่มีความสัมพันธ์กับ การรับรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ระเบียบวิธีการวิจัย

- รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)
- ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็น นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนแห่งหนึ่งในเทศบาลจ้อหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 113 คน
- เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้จากผู้ปกครอง การพักอาศัย บุคคลในครอบครัวสูบบุหรี่หรือไม่ จำนวน 16 ข้อ
 - ส่วนที่ 2 แบบทดสอบด้านความรู้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการสูบบุหรี่ จำนวน 14 ข้อ
 - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านทัศนคติ ได้แก่ ทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ จำนวน 17 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านแรงสนับสนุนทางสังคม ได้แก่ การได้รับคำแนะนำ และการเข้าถึงข้อมูล จำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการสูบบุหรี่ ได้แก่ พฤติกรรมการสูบบุหรี่ จำนวน 13 ข้อ
-การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยมีขั้นตอนการดำเนินงานเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ติดต่อประสานงานกับผู้อำนวยการโรงเรียนในเขตเทศบาลจอบอ อำเภอมือง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อยื่นหนังสือขอความอนุเคราะห์ และขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแจ้งวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยในกลุ่มตัวอย่างรับทราบและขอความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์

2. พบกลุ่มเป้าหมาย สร้างสัมพันธภาพกับกลุ่มเป้าหมาย แนะนำตนเองและอธิบายให้ทราบถึง วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขั้นตอนการวิจัย

3. แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมายโดยอธิบายวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยและทำความเข้าใจในการตอบแบบสอบถาม

5. นำแบบสอบถามดังกล่าวมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

-การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรกลุ่มตัวอย่าง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ โดยใช้การวิเคราะห์การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test) และ อายุ รายได้ที่ได้จากผู้ปกครอง ความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ ทศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ แรงสนับสนุนทางสังคม กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's product moment coefficient)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 มีอายุ 14 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 ระดับการศึกษาที่มีจำนวนมากที่สุดคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/1 จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รายได้จากผู้ปกครองต่อเดือน 1,500 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 การพักอาศัยส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับ พ่อ/แม่ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 83.2 พฤติกรรมการสูบบุหรี่ส่วนใหญ่ไม่สูบบุหรี่ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3 และพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของบุคคลในครอบครัวส่วนใหญ่มีการสูบบุหรี่ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการสูบบุหรี่ \bar{X}

พบว่า คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความรู้เกี่ยวกับการสูบบุหรี่ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นอยู่ในมาก ($\bar{X} = 0.81$, S.D = .330) และเมื่อจำแนกรายข้อ พบว่า ข้อที่นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้สูงที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การสูบบุหรี่เป็นสาเหตุของการเกิดโรคมะเร็งปอด ($\bar{X} = 1.00$, S.D = .000) รองลงมาคือ บุหรี่เป็นสารเสพติดชนิดหนึ่ง ($\bar{X} = 0.97$, S.D = .404) การ

สูบบุหรี่ทำให้มีกลิ่นปาก ($\bar{X} = 0.97, S.D = .161$) ตามลำดับ ข้อที่นักเรียนมัธยมตอนต้นมีคะแนนเฉลี่ยด้านความรู้ต่ำ ที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ กั้นกรองบุหรี่ช่วยลดอันตรายจากการสูบบุหรี่ได้ ($\bar{X} = 0.51, S.D = .502$) รองลงมาคือ การสูบบุหรี่เป็นสาเหตุของการเกิดโรคหัวใจ ($\bar{X} = 0.63, S.D = .485$) การสูบบุหรี่เป็นสาเหตุทำให้เส้นเลือดในสมองแตกและเป็นอัมพาตได้ ($\bar{X} = 0.68, S.D = .468$) ตามลำดับ

ระดับความรู้เกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนแห่งหนึ่งในเขตเทศบาลจوه พบว่า มีความรู้อยู่ในระดับสูง จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ระดับปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่

พบว่า คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนบ้านจوه อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.54, S.D = .613$) และเมื่อจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ เห็นด้วย 3 ลำดับแรก ได้แก่ การสูบบุหรี่ทำให้มีกลิ่นปาก ($\bar{X} = 2.86, S.D = .460$) รองลงมาคือ การสูบบุหรี่เป็นสิ่งไม่ดีในสังคมปัจจุบัน ($\bar{X} = 2.86, S.D = .420$) การสูบบุหรี่เป็นอันตรายต่อบุคคลรอบข้าง ($\bar{X} = 2.85, S.D = .448$) ตามลำดับ ข้อที่นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ไม่เห็นด้วย 3 ลำดับแรก ได้แก่ การสูบบุหรี่เป็นระยะเวลาไม่สามารถเลิกบุหรี่ได้ ($\bar{X} = 1.73, S.D = .720$) รองลงมาคือ การสูบบุหรี่เป็นเรื่องปกติของคนทั่วไป ($\bar{X} = 2.02, S.D = .707$) การสูบบุหรี่ในที่สาธารณะเป็นสิทธิของแต่ละบุคคล ($\bar{X} = 2.27, S.D = .685$) ตามลำดับ ระดับทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนแห่งหนึ่งในเขตเทศบาลจوه พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นมีทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่อยู่ในระดับมากจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงสนับสนุนทางสังคม

พบว่า คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงสนับสนุนทางสังคมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.38, S.D = .614$) ประกอบด้วย การสนับสนุนทางด้านอารมณ์ การสนับสนุนทางการประเมินผล การสนับสนุนทางด้านข้อมูลข่าวสาร และการสนับสนุนทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในโรงเรียนเขตเทศบาลจوه

การสนับสนุนทางด้านอารมณ์ พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว/ผู้ปกครองของท่านช่วยแนะนำถึงผลเสียของการสูบบุหรี่ ($\bar{X} = 2.14, S.D = .730$) และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ใน ระดับน้อยที่สุดคือ ครอบครัว/ผู้ปกครองของท่านตามใจท่านทุกเรื่อง ($\bar{X} = 1.96, S.D = .524$)

การสนับสนุนทางการประเมินผล พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ เมื่อมีงานสังสรรค์ มักจะไปสูบบุหรี่ตามเพื่อนสนิท ($\bar{X} = 2.88, S.D = .395$) และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ใน ระดับน้อยที่สุดคือ เมื่อมีการรวมกลุ่ม เพื่อนๆหลายคนมักสูบบุหรี่ ($\bar{X} = 2.73, S.D = .583$)

การสนับสนุนทางด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ โทรทัศน์ ($\bar{X} = 2.58$, S.D = .638) และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ใน ระดับน้อยที่สุดคือ วารสาร/นิตยสาร ($\bar{X} = 1.78$, S.D = .691)

การสนับสนุนทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านมีเพื่อนซื้บูหรีให้สูบ ($\bar{X} = 2.93$, S.D = .320) และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ใน ระดับน้อยที่สุดคือ ท่านได้รับบูหรีจากเพื่อนในการสูบบูหรีแต่ละครั้งและท่านได้รับเงินจากบุคคลในครอบครัวเพื่อซื้บูหรี ($\bar{X} = 2.82$, S.D = .522)

ระดับแรงสนับสนุนทางสังคมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนบ้านจอหอ พบว่า มีระดับแรงสนับสนุนทางสังคม ได้แก่ ด้านอารมณ์,ด้านการประเมินผล,ด้านข้อมูลข่าวสาร,ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ อยู่ในระดับมาก จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 และอยู่ในระดับปานกลาง 51 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมกาสูบบูหรี

พบว่า คะแนนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมกาสูบบูหรีอยู่ในระดับมาก($\bar{X} = 1.16$, S.D = .423) และเมื่อจำแนกรายข้อ พบว่า คะแนนเฉลี่ยด้านพฤติกรรมกาสูบบูหรี ไม่ปฏิบัติคือ บุคคลในครอบครัวท่านมักใช้ให้ไปซื้บูหรีให้เสมอ ($\bar{X} = 1.50$, S.D = .454) รองลงมาคือ ท่านเคยไปซื้บูหรีให้เพื่อน/ผู้อื่น ($\bar{X} = 1.42$, S.D = .608) ท่านมักไปไหนมาไหนกับกลุ่มเพื่อนที่สูบบูหรีเสมอ ($\bar{X} = 1.22$, S.D = .530) ตามลำดับ

ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยด้านพฤติกรรมกาสูบบูหรี ปฏิบัติทุกครั้ง คือ ท่านสูบบูหรีให้ห้อยฝนและท่านสูบบูหรีวันละมากกว่า 1 ซอง ($\bar{X} = 1.04$, S.D = .246) รองลงมาคือ ท่านสูบบูหรีให้ห้อยกรองทิพย์ ($\bar{X} = 1.04$, S.D = .265) ตามลำดับ

ระดับพฤติกรรมในการสูบบูหรีของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น อยู่ในระดับไม่ปฏิบัติ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 93.8 ปฏิบัติบางครั้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และ ปฏิบัติทุกครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ความรู้ ทัศนคติ แรงสนับสนุนทางสังคม และพฤติกรรมกาสูบบูหรีของนักเรียน อยู่ในระดับดี ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ได้รับความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมกาสูบบูหรี มีความรู้อยู่ในระดับสูง จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 100 มีระดับทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบูหรี อยู่ในระดับ เห็นด้วย จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 มีระดับแรงสนับสนุนทางสังคม ปัจจัยแรงสนับสนุนด้านอารมณ์,ด้านการประเมินผล,ด้านข้อมูลข่าวสาร,ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ อยู่ในระดับมาก จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 และมีระดับพฤติกรรมกาสูบบูหรี อยู่ในระดับไม่ปฏิบัติ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 93.8 พบว่า ความรู้ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมกาสูบบูหรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.01^{**}$ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.304 และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศิวัช ฐิตมงคล และคณะ ,2559) ศึกษา ความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการสูบบุหรี่ พบว่า นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ ร้อยละ 84.3 นักเรียนส่วนใหญ่มีทัศนคติว่าการสูบบุหรี่ไม่ดีต่อสุขภาพ ร้อยละ 33.3 และมีพฤติกรรมในการสูบบุหรี่ พบว่า มีนักเรียนที่สูบบุหรี่ในปัจจุบัน ร้อยละ 10.5 (ระวีวรรณ แสงฉาย และคณะ, 2559) ศึกษา ทักษะและพฤติกรรมการสูบบุหรี่ ของนักเรียนนักศึกษา พบว่า การสูบบุหรี่มีโทษต่อคนรอบข้าง ร้อยละ 4.64 บุหรี่ทำลายสุขภาพ ร้อยละ 4.61 การเลิกบุหรี่ทำให้สุขภาพดีขึ้น ร้อยละ 4.39 การสูบบุหรี่เป็นพฤติกรรมที่ไม่น่าเลียนแบบ ร้อยละ 4.37 บุหรี่เป็นสิ่งเสพติดที่อันตรายเพราะจะนำไปสู่สิ่งเสพติดอื่นๆ ร้อยละ 4.30

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ ทักษะ แรงสนับสนุนทางสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในโรงเรียนเทศบาลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

จากผลการศึกษา ผลการวิเคราะห์การหาความสัมพันธ์ อายุ รายได้ ความรู้เกี่ยวกับการสูบบุหรี่ ทักษะเกี่ยวกับบุหรี่ และแรงสนับสนุนทางด้านสังคมกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนบ้านจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ความรู้ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} < 0.01$ โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคล ทักษะ แรงสนับสนุนทางสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ฉติ บุคตาน้อย 2562) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น กรณีศึกษาโรงเรียนแห่งหนึ่ง ในเขตเทศบาลนครขอนแก่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนเคยสูบบุหรี่ ร้อยละ 29.1 มีการสูบบุหรี่ในปัจจุบัน ร้อยละ 18.2 มีความรู้เรื่องบุหรี่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 50.5 โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.56 คะแนน มีทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 79.3 และปัจจัยที่ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ (ชวนากร ชูศรีชาติ, 2562) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายลดผู้สูบบุหรี่จากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า การรับรู้ นโยบายของภาครัฐ และการรณรงค์เพื่อลดการสูบบุหรี่ผ่านช่องทางออนไลน์ วิชชุ และโทรทัศน์ มากกว่าสื่ออื่น เนื่องจากสามารถเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี และพบว่านโยบายเพื่อลดการสูบบุหรี่ของรัฐบาลด้านลบต่อผู้สูบบุหรี่ทำให้มีความคิดเลิกสูบบุหรี่น้อยกว่าการกำหนดนโยบายที่เป็นแรงจูงใจด้านบวกต่อผู้สูบบุหรี่ เนื่องจากผู้สูบบุหรี่มีทางเลือกโดยการทดแทนด้วยสินค้าอื่นตามความต้องการได้อย่างหลากหลาย

ข้อเสนอแนะ

-ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการสูบบุหรี่ เช่น สภาพครอบครัว ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม

-ควรศึกษาอิทธิพลของการสูบบุหรี่ที่จะนำไปสู่การเสพติดชนิดอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- จิราภรณ์ จันทร์แก้ว, และพรนภา หอมสินธุ์. (2558). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการทดลองสูบบุหรี่ของนักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จังหวัดปทุมธานี**, : วารสารพยาบาลศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศิวัช ฐิตมงคล. (2559). **ความรู้ ทักษะคติและพฤติกรรมการสูบบุหรี่ ของเด็กมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตสุขภาพ ที่ 6.** [Online]. <http://223.27.246.196/aca/attachments/.pdf> [2565, มกราคม 7].
- ณัฐพล รุ่งโรจน์สิทธิชัย. (2560). **การรับรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรม ที่มีต่อบุหรี่ไฟฟ้า, กรุงเทพมหานคร**, : วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชวนากร ชูศรีชาติ. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายลดผู้ สูบบุหรี่ กรณีร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ในเขตกรุงเทพฯ.** เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธิตี บุคตาน้อย, สุทิน ชนะบุญ, และเบญญาภา กาลเข้ว่า. (2562). **พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น กรณีศึกษาโรงเรียนแห่งหนึ่ง ใน เขตเทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น**, : วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธรจังหวัดขอนแก่น

พฤติกรรมและแรงจูงใจในการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทยของนักลงทุนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

Investment behaviors and motivations affecting decision-making in the Stock Exchange of Thailand of Thai investors in Bangkok

พรปวีณ์ วิศัลยาจรเดช

Pornpawee Wisanyakhajordej

วิทยาลัยอาชีวศึกษาวัดสวายน้อย โทร. 063-6299329

Wat Sawai Noi Vocational College. Tel. 063-6299329

e-mail: Pornpawee @gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 2) พฤติกรรมการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 3) แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ เซฟเฟ่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย

ผลการศึกษาพบว่า

1) ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 ช่วงอายุ 40-50 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 2) ด้านพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้ระยะเวลาในการลงทุนมากกว่า 1 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 กลุ่มหลักทรัพย์ที่นักลงทุนสนใจกลุ่มทรัพยากร จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 บริษัทหลักทรัพย์ที่นักลงทุนใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์เกียรตินาคินภัทร จำกัด (มหาชน) จำนวน 109 คิดเป็นร้อยละ 27.25 จำนวนเงินลงทุนของนักลงทุนน้อยกว่า 50,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 แหล่งศึกษาข้อมูลของนักลงทุนศึกษาทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 3) แรงจูงใจในการลงทุนผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการสร้างรายได้ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 รองลงมาคือรู้จักบริษัทต่างๆมากขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 และรับรู้ข่าวสารต่างๆมากขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ตามลำดับ 4) การตัดสินใจลงทุน ผู้ตอบ

แบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านทางเศรษฐกิจมากมีค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมาด้านสังคมและการเมืองมีค่าเฉลี่ย 4.27 และด้านอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

คำสำคัญ: พฤติกรรมการลงทุน, แรงจูงใจในการลงทุน, การตัดสินใจ, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

The objective of this study were to: 1) study the differences of personal characteristics factor affecting decision making in the Stock Exchange of Thailand, 2) study the investment behaviors factor affecting decision making in the stock Exchange of Thailand, and 3) study the investment motivation factor affecting decision making in the Stock Exchange of Thailand. The researcher gathered the data by using the questionnaire and the sample used was Thai investors in Bangkok metropolitan areas. The researcher used 400 samples as well as used the statistics to analyze the data, which consisted of frequency, percentage, mean and standard deviation. The inferential statistics used was F- test or one way ANONA to prove the differences among variables and multiple comparisons with Scheffe technique was indentify those differences as well as the multiple linear regression analysis and simple regression analysis were used for this study.

The results found that 1) Personal factors Most of the respondents were male, 250 people, representing 62.5 percent, technicians aged 40-50 years, 230 people, representing 53%, having a bachelor's degree, 210 people, representing 52.5 percent, personal business careers, 203 people thought is 50.75 percent 2) Behavior, most respondents The investment period is more than 1 year, 138 people, equivalent to 34.50 percent, securities groups that investors are interested in, resource groups, 129 people, or 32.25 percent Securities companies that investors use Bualuang Securities Public Company Limited 109 accounted for 27.25 percent Investment amount of investors less than 50,000 baht, 136 people accounted for 34.0% Resources for investor education via the Internet / website, 266 people accounted for 66.50% 3) Investment Incentives The respondents' opinions on income generation were in "highly agree" with an average of 4.84, followed by knowing more companies with an average of 3.20, and knowing more about news with an average of 3.15, respectively.4) investment decisions Respondents had a high economic opinion with an average of 4.54, followed by a social and political average of 4.27, and an average of 4.26 in other areas.

Keywords: Investment Behaviors, Investment Motivation, Decision Making Stock Exchange of Thailand

บทนำ

ปัจจุบันการลงทุนในหุ้นได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับอย่างมากทั้งในวัยเกษียณวัยทำงาน และวัยเรียนที่มีเงินออมและประสงค์จะบริหารเงินออมของตนให้มีความมั่นคง และมีอิสรภาพทางการเงินในระยะยาวแทนการฝากเงินไว้กับธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อรับผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยเงินฝากที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง และไม่สามารถจูงใจผู้ที่มีเงินออมได้ ตามหลักเศรษฐศาสตร์ในสังคมทุนเสรีนิยมประกอบด้วยบุคคลและครอบครัว ซึ่งเป็น ผู้บริโภคฝ่ายหนึ่ง กับธุรกิจซึ่งเป็นผู้ผลิตอีกฝ่ายหนึ่ง บุคคลทั้งสองฝ่ายต่างมีความสัมพันธ์กันอย่าง ใกล้ชิด ผู้บริโภคเป็นผู้ซื้อสินค้าและบริการจากผู้ผลิตหรือผู้ขาย สินค้าและบริการจะเคลื่อนจากผู้ผลิต ไปสู่ผู้บริโภค ขณะเดียวกันผู้บริโภคจะจ่ายเงินให้กับผู้ผลิตเป็นค่าสินค้าและบริการ ส่วนสถานที่ สำหรับทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ ได้แก่ แรงงานและเงินทุน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้จากผู้บริโภค ผู้บริโภคจะบริการด้านแรงงานและเงินทุนให้ผู้ผลิต และผู้ผลิตจะจ่ายค่าแรงเป็นเงินเดือน ค่าเช่า เงินปันผล ดอกเบี้ย และอื่นๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสัญญาที่ได้ตกลงกันระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคเมื่อมีรายได้จากการประกอบอาชีพจะนำรายได้นั้นมาจับจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคสินค้าเป็นการทำให้เกิดรายได้ทางธุรกิจ และเมื่อธุรกิจมีรายรับเกิดขึ้น จึงนำเงินรายรับนั้นไปซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบมาเพื่อผลิตสินค้าขึ้นมาขายต่อเกิดเป็นต้นทุนในการผลิตเมื่อธุรกิจมีรายได้จากการขายสินค้าก็จะทำเงินไปจ่ายเป็นรายได้ให้กับผู้บริโภคอีกครั้ง เกิดเป็นวงจรการเงินธุรกิจขึ้น เมื่อมีการลงทุนเพิ่ม ธุรกิจจะขยายตัว การผลิตก็จะเพิ่มขึ้น ทรัพยากรต่างๆ เช่น วัตถุดิบ แรงงาน เครื่องมือเครื่องใช้ ถูกนำมาใช้มากขึ้น ปัญหาคนว่างงานลดลง ประชาชนต่างมีรายได้เพิ่มขึ้น ความเป็นอยู่ของประชากรดีขึ้น ส่วนในแง่ของรัฐบาลก็สามารถจัดเก็บภาษีในลักษณะต่างๆ ซึ่งเป็น รายได้ของรัฐ เป็นต้นว่า ภาษีการค้า ภาษีเงินได้ทั้งนิติบุคคลและบุคคลธรรมดาจะเก็บได้มากขึ้น นอกจากนี้ ดุลการค้าที่เคยเสียเปรียบก็จะลดลง เป็นผลให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญขึ้น ขณะเดียวกันฐานะการคลังของประเทศก็จะดีขึ้น ประเทศก็จะมั่นคงในแง่ของการลงทุนในหลักทรัพย์ ถึงแม้ว่าผู้ลงทุนจะไม่ได้เข้าไปประกอบธุรกิจด้วยตัวเองก็ตาม แต่ผู้ลงทุนได้ช่วยสะสมทุนให้แก่ธุรกิจที่ต้องการเงินลงทุน โดยมีหลักทรัพย์เป็นสื่อกลางเชื่อมโยง ระหว่างผู้ลงทุนกับธุรกิจที่ต้องการเงินทุน ทำให้ธุรกิจที่ต้องการเงินลงทุนจำนวนมากสามารถระดมทุนจากประชาชนโดยทั่วไปได้

การลงทุนในหุ้น จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสำหรับผู้ที่มีเงินออม โดยเฉพาะ ผู้ที่ต้องการความหลากหลายในการลงทุน ทั้งประเภทของสินค้าที่จะลงทุน การมีส่วนร่วม เป็นเจ้าของกิจการหรือบริษัทต่างๆ ที่มีศักยภาพหรือมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีได้รับ ผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปแบบต่างๆ ในอัตราที่สูงกว่าและหลากหลายรูปแบบกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับฝากเงินในธนาคารเช่น ผลตอบแทนจากเงินปันผล สิทธิในการจอง ซื้อหุ้นออกใหม่ หรือกำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์ เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นการออมใน รูปแบบใหม่ที่มีความสามารถในการแข่งขันกับสภาวะเงินเฟ้อที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ที่มีช่องทางลงทุนที่ง่ายและสะดวกผ่านระบบออนไลน์หรือโทรศัพท์สั่งซื้อผ่านทางโบรกเกอร์ที่มีประวัติการดำเนินการที่ดี ซึ่งหากต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อ ช่วยในการตัดสินใจหรือคำแนะนำต่างๆ สำหรับการลงทุนสามารถสืบค้นได้ง่ายผ่านทาง เว็บไซต์ของตลาด

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุน อย่างเช่น การปรับค่าเงินหยวนของประเทศจีน สถานการณ์ในภาคใต้ ภาวะน้ำมันแพง สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อปริมาณการซื้อขายหุ้น ทั้งนี้เพราะสถานการณ์แวดล้อมดังกล่าวมีส่วนกำหนดทิศทาง การเติบโตและ ผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงจิตวิทยาของนักลงทุน ดังนั้น นักลงทุน ผู้ไม่ประมาทจำเป็นต้อง เปิดกว้างรับข่าวสารและทำความเข้าใจผลกระทบจากปัจจัยแวดล้อมต่อตลาด หลักทรัพย์และหุ้นที่อยู่ใน ความสนใจเพื่อเป็นข้อได้เปรียบในการตัดสินใจลงทุน นอกจากนี้แล้ว ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ยังได้อธิบายอีกว่า ปัจจัยแวดล้อมพื้นฐานที่ ส่งผลกระทบต่อการลงทุนและราคาหลักทรัพย์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการลงทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. แรงจูงใจในการลงทุน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร การทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

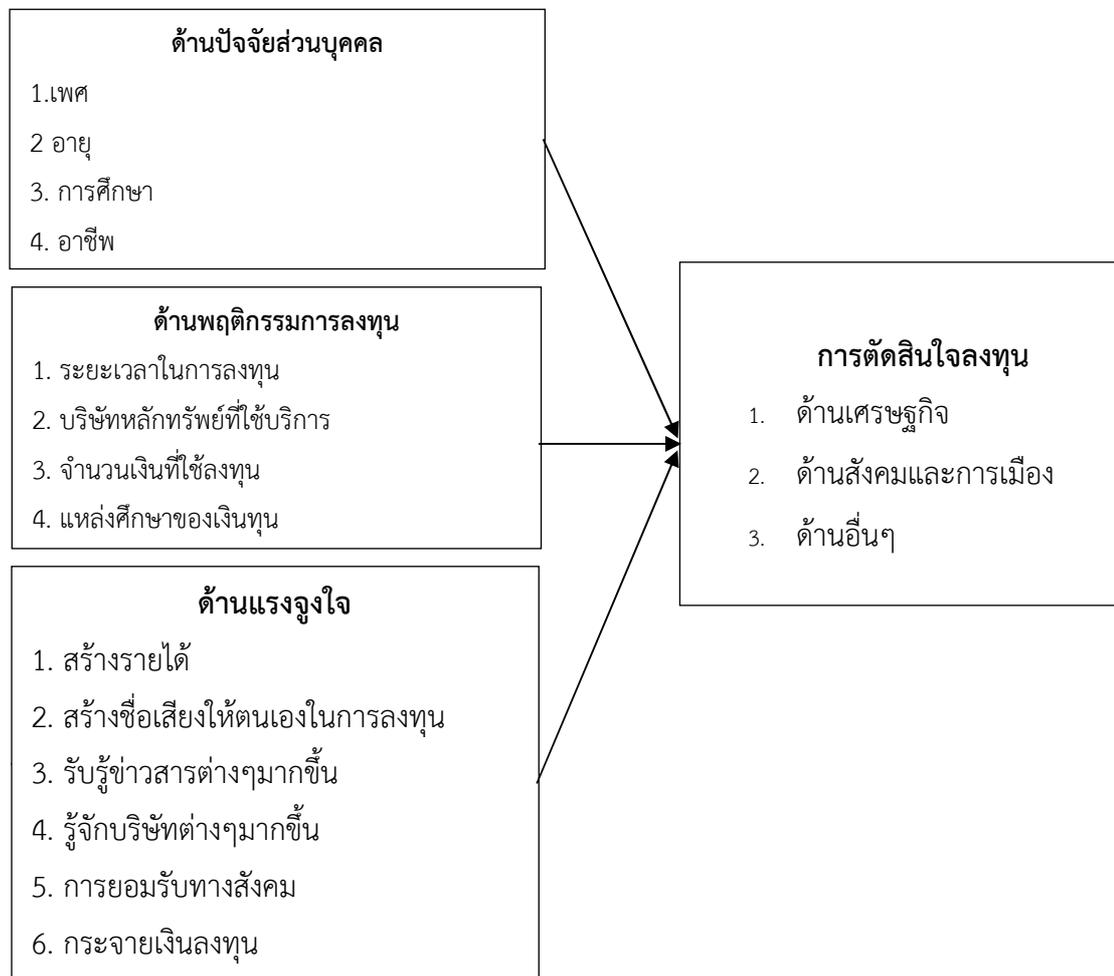
- 6.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนัก ลงทุน
- 6.2 พฤติกรรมการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของ นักลงทุน
- 6.3 แรงจูงใจมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนัก ลงทุน
- 6.4 ผลการวิจัยเป็นส่วนหนึ่งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่สนใจจะนำไปใช้ในประกอบใน การตัดสินใจการลงทุนได้

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระจำนวน 3 กลุ่ม คือ ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคล, ตัวแปรด้านพฤติกรรมการลงทุน และตัวแปรด้านแรงจูงใจ และตัวแปรตาม 1 กลุ่ม คือ อิทธิพลที่ส่งผลต่อการลงทุน ทั้งนี้จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดี่ยว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปร โดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1.1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา 2) พฤติกรรมการลงทุน ประกอบด้วย ระยะเวลาในการลงทุน บริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้บริการ จำนวนเงินที่ใช้ลงทุน แหล่งศึกษาของเงินทุน 3) แรงจูงใจในการลงทุน

ประกอบด้วย สร้างรายได้ สร้างชื่อเสียงให้ตนเองในการลงทุน รับรู้ข่าวสารต่างๆมากขึ้น รู้จักบริษัทต่างๆมากขึ้น การยอมรับทางสังคม กระจายเงินลงทุน

ตัวแปรตาม ได้แก่การตัดสินใจลงทุน ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและการเมือง ด้านอื่นๆ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้จะเป็นนักลงทุนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนไม่จำกัด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มจากตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 5% และจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบที่ประกอบด้วยข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน และแรงจูงใจในการลงทุนของที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลมีทั้งหมด 4 ตอนดังนี้ รายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการลงทุน ได้แก่ ระยะเวลาในการลงทุน บริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้บริการ จำนวนเงินที่ใช้ลงทุน แหล่งของเงินทุน โดยมีระดับการวัดดังนี้

1. ระยะเวลาในการลงทุน ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ
2. บริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้บริการ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ
3. จำนวนเงินที่ใช้ลงทุน ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ
4. แหล่งของเงินทุน ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ

ตอนที่ 3 ข้อมูลแรงจูงใจในการลงทุนของนักลงทุนไทย

ตอนที่ 4 ข้อมูลการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยด้วย1) สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติเชิงอนุมานใช้วิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 2 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที่ (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

สมมติฐานข้อที่ 2 และ 3 ใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสถิติทางสังคมศาสตร์

สรุปผลการวิจัย

1. **ด้านปัจจัยส่วนบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 ช่วงอายุ 40-50 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 53 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75

2. **ด้านพฤติกรรม** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้ระยะเวลาในการลงทุนมากกว่า 1 ปี จำนวน 138 คนคิดเป็นร้อยละ 34.50 กลุ่มหลักทรัพย์ที่นักลงทุนสนใจกลุ่มทรัพยากร จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 บริษัทหลักทรัพย์ที่นักลงทุนใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์เกียรตินาคินภัทร จำกัด (มหาชน) จำนวน 109 คิดเป็นร้อยละ 27.25 จำนวนเงินลงทุนของนักลงทุนน้อยกว่า 50,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 แหล่งศึกษาข้อมูลของนักลงทุนศึกษาทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50

3. **แรงจูงใจในการลงทุน** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการสร้างรายได้อยู่ในระดับเห็นด้วยมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 รองลงมาคือรู้จักบริษัทต่างๆมากขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 และรับรู้ข่าวสารต่างๆมากขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ตามลำดับ

4. **การตัดสินใจลงทุน** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านทางเศรษฐกิจมากมีค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมาด้านสังคมและการเมืองมีค่าเฉลี่ย 4.27 และด้านอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

5. ผลการทดสอบสมมติฐานและอภิปรายผล

1. สมมติฐานข้อที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนไทยในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ และอาชีพต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิด ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2545) กล่าวว่าปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านปัจจัย ส่วนบุคคลที่สำคัญ ดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ แตกต่างกันนักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างของส่วน ตลาดนักการตลาดได้ค้นคว้าความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกัน นักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรตัวนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการ เปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว ในอดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็น เป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญยิ่งขึ้นใน ส่วนที่เกี่ยวกับ หน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้ สินค้าใดสินค้า หนึ่ง และยังสนใจในการพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลและโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้อง กับผู้ตัดสินใจใน ครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้การศึกษา และอาชีพ เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไป นักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มี ขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้ การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้าในขณะที่เดียวกันการเลือกสินค้าที่แท้จริงอาจถือเกณฑ์ รูปแบบการดำรงชีวิต ทัศนคติ ค่านิยม อาชีพ การศึกษา แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยกเกณฑ์รายได้ ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ เพื่อให้ กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่นกลุ่มรายได้ต่ำอาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและอาชีพร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติศักดิ์ พัฒนดำรงเกียรติ(ม.ป.ป.) ได้การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการลงทุน หุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนในเขต กรุงเทพมหานครผลการศึกษาพบว่านักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการ ลงทุนหุ้นสามัญ ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหุ้นสามัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นิธิศ หัตถการุณย์ (2558) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการลงทุนในหลักทรัพย์ของนักลงทุนประเภท บุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าประสบการณ์ในการลงทุนของนักลงทุนส่วนใหญ่ประมาณ 1 ปีซึ่ง เป็นนักลงทุนส่วนใหญ่ที่มีการพฤติกรรมการลงทุนมากนั้นเป็นนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนต่ำ ซึ่งมีจำนวนมากกว่านักลงทุนที่มีประสบการณ์สูงส่วนนักลงทุนที่มีประสบการณ์สูงจะใช้เวลาในการ ตัดสินใจลงทุนยาวนานกว่า จึงทำให้เกิดพฤติกรรมการลงทุนซื้อขายไม่มากนัก

2. สมมติฐานข้อที่ 2: พฤติกรรมการลงทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทยของนักลงทุนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า พฤติกรรมการลงทุน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2002) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมผู้บริโภคจะเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับความนึกคิด ความรู้สึก การแสดงออก ในการดำรงชีวิตของมนุษย์แต่ ละคนซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน ทั้งนี้เพราะแต่ละคนมี ทัศนคติสิ่งจูงใจประสบการณ์การรับรู้หรือสิ่งกระตุ้น ทั้งภายในและภายนอกต่างกัน ปัจจัยดังกล่าวจะมี ผลต่อความรู้สึกนึกคิดที่นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อสอดคล้องกับ งานวิจัยของ กนกดล สิริวัฒนชัย (2557) ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มี อายุระหว่าง 18-48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ ที่มีอายุระหว่าง 18 - 48 ปีในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในหุ้น คิดเป็น 66.6% และปัจจัยด้านพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18 - 48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอธิบายการตัดสินใจลงทุนในหุ้นได้ 44.4% นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมของคนรุ่น

ใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งประกอบด้วย ความต้องการของบุคคล และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 68 ระดับ 0.05 สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีพื้นฐานพฤติกรรมมนุษย์ของ วีระพันธ์ แก้วรัตน์ (2553) ที่กล่าวไว้ว่า ทัศนคติเป็นการกำหนดของพฤติกรรมเพราะว่าเกี่ยวพันกับการรับรู้ บุคลิกภาพ และการ จูงใจ ทัศนคติเป็นความรู้สึกทั้งในทางบวกและในทางลบ เป็นภาวะจิตใจของการเตรียมพร้อมที่จะ เรียนรู้ และถูกปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม โดยประสบการณ์ที่ใช้อิทธิพลที่มีลักษณะเฉพาะต่อการตอบสนองของบุคคลไปสู่บุคคล สิ่งของและสถานการณ์ของแต่ละบุคคลทำให้ทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนในหุ้นโดยทัศนคติที่มีความคิดในเชิงบวกมองโลกในแง่ดีเมื่อเผชิญกับปัญหา เป็น ทัศนคติที่สำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจลงทุนในหุ้น

3 สมมติฐานข้อที่ 3: แรงจูงใจในการลงทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทยของนักลงทุนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร แรงจูงใจในการลงทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า แรงจูงใจในการลงทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542) ได้เสนอแนวคิดเรื่องแรงจูงใจหรือทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ความต้องการอำนาจ ได้พบว่าบุคคลมีความ ต้องการอำนาจสูงจะมีความเกี่ยวข้องกับ อิทธิพลและการควบคุม บุคคลเหล่านี้ต้องการความเป็นผู้นำเป็นผู้ต้องการทำงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น เช่น นักลงทุนบางรายที่มีพฤติกรรมในการลงทุนด้วย ปริมาณเงินจำนวนมากเพื่อต้องการที่จะได้เข้าไปมีบทบาทในการบริหารกิจการของบริษัทต่าง ๆ

2. ความต้องการความผูกพันบุคคลที่มีความต้องการข้อนี้สูงจะพอใจจากการ เป็นที่รัก และมีแนวโน้มจะเลี่ยงความเจ็บปวดจากการต่อต้านโดยสมาชิกในกลุ่มสังคม เขาจะรักษาความสัมพันธ์อันดีในสังคม พอใจในการให้ความร่วมมือมากกว่าการแย่งชิงพยายามสร้างและรักษา สัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น ต้องการสร้างความเข้าใจที่ดีจากสังคมที่เขาเป็นสมาชิกอยู่ เช่น การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งต้องการที่จะเป็นลงทุน โดยการเป็นสมาชิกหรือเป็นลูกค้าของโบรคเกอร์ จะมีความรู้สึก ว่าได้รับการยกย่องว่ามีฐานะการเงินที่ดีเป็นที่ยอมรับในวงการธุรกิจ

3. ความต้องการความสำเร็จบุคคลที่ต้องการความสำเร็จสูงจะมีความปรารถนาอย่าง รุนแรงที่จะ ประสบความสำเร็จและกลัวต่อการล้มเหลว ต้องการการแข่งขันและกำหนดเป้าหมายที่ ยากลำบาก สำหรับตนเอง มีทัศนคติชอบเสี่ยงแต่ไม่ชอบการพนัน พอใจที่จะวิเคราะห์และประเมิน ปัญหา มีความรับผิดชอบเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วง แสวงหาหรือพยายามรับผิดชอบในหารค้นหาวิธีการ แก้ไขปัญหาให้ ดีที่สุด เช่น นักลงทุนที่มีความต้องการที่จะได้รับผลประโยชน์สูงสุดในการลงทุนใน ตลาดหลักทรัพย์ โดยคาดหวังผลประโยชน์ที่ได้รับ จะนำไปสู่ความสำเร็จในชีวิตความพอใจ สอดคล้อง กับงานวิจัยของ มณีรัตน์ ศิริเลิศ (2556) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในทองคำ ของกลุ่ม ข้าราชการ ในอำเภอตะพานหิน จังหวัดพิจิตร พบว่าเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจลงทุนในทองคำของกลุ่มข้าราชการ พบว่าอายุและสถานภาพต่างกันมีการพิจารณาปัจจัย

ภายในการตัดสินใจลงทุนในทองคำด้านสภาพคล่องแตกต่างกัน อย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มข้าราชการที่ระดับการศึกษาต่างกันมีการพิจารณาปัจจัยภายนอกในการตัดสินใจลงทุนในทองคำด้านเทคโนโลยีแตกต่างกัน อย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการลงทุนในทองคำของกลุ่มข้าราชการ พบว่าปัจจัยด้านอายุรายได้ต่อเดือน และระดับข้าราชการ มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การลงทุน อย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านระดับข้าราชการ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการลงทุน อย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านเพศ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับสถานที่การลงทุนอย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการลงทุน อย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในทองคำกับพฤติกรรมการลงทุนในทองคำของกลุ่มข้าราชการพบว่า ปัจจัยภายในด้านสภาพคล่อง และด้าน ความรู้ในข่าวสารการลงทุนมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การลงทุน อย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านความเสี่ยง และด้านความรู้ในข่าวสารการลงทุนมีความสัมพันธ์กับความถี่การ ลงทุน อย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านความรู้ในข่าวสารการลงทุนมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการลงทุนอย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยภายนอก ด้านการเมือง ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับความถี่การลงทุน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการลงทุน อย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับสถานที่การลงทุน อย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. การนำผลการวิจัยไปใช้ คือปัจจัยด้านพฤติกรรมการลงทุนสามารถนำไปใช้ใช้เป็นพื้นฐานข้อมูลในการตอบสนองความต้องการของนักลงทุนในอนาคตได้
2. การเสนอแนะหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือสืบเนื่องในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษานักลงทุนในระดับภาคเช่น ภาคเหนือ ภาคกลาง

เอกสารอ้างอิง

- กนกดล สิริวัฒนชัย. (2557). การตัดสินใจลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18 - 48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ, 4(1), 521-543.
- จิรัตน์ สังข์แก้ว. (2544). รู้วิเคราะห์เจาะเรื่องหุ้น (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- ณรงค์ จารขจรกุล. (2541). ปัจจัยกำหนดผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **ประวัติความเป็นมาของตลาดหลักทรัพย์ฯ**. สืบค้น จาก http://www.set.or.th/th/about/overview/history_p1.html.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2545). **ก้าวแรกสู่การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ (พิมพ์ครั้งที่ 6)**. กรุงเทพฯ: ส่วนสิ่งพิมพ์ ฝ่ายองค์กร ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- เพชร ชุมทรัพย์. (2544). **หลักการลงทุน (พิมพ์ครั้งที่ 12)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มณีรัตน์ ศิริเลิศ. (2556). **แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทองคำของกลุ่มข้าราชการ ใน อำเภอบางบาล จังหวัดพิจิตร**. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วรดาต ทุนอินทร์. (2557). **พฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุน ใน เขตอำเภอบางบาล จังหวัดพิจิตร**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2558). **กลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการ**. กรุงเทพฯ: วิศิทธิพัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2108ก). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: วิสิทธิพัฒนา.ศิริวรรณ เสรีรัตน์.
- สายสิทธิ์ ภูริพันธุ์. (2555). **ความคิดเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ของนักศึกษาคณะ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อริวัฒน์ ไตสันติกุล และณัฏช กุลิสร์. (2556). **แนวโน้มและพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร**. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 4(2), 1-17.
- อุบลรัตน์ ศรีเกษ. (2556). **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในหุ้นของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัญญา ชันธวิทย์. (2546). **การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนในหลักทรัพย์**. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- Kolter, P. (2000). *Marketing Management the millennium edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

พฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร

Learning organization behavior of the Mukdahan Provincial Administrative Organization

ธนัชพร ทาระบุตร

Thanatchaporn Harabutra

สาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์, โทร 0923939236

Branch: Public Administration Faculty of Political Science Tell. 0923939236

e-mail: Thanatchaporn,Harabutra@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินการเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร และ 2.เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการดำเนินการเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นเจ้าหน้าที่ทั้งหมด จำนวน 155 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม จำแนกเป็นแบบตรวจสอบรายการ และแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการศึกษาพบว่าจากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ ด้านรูปแบบวิธีการคิดและมุมมองที่เปิดกว้าง ด้านการสร้างและสานวิสัยทัศน์ ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมด้านความคิดความเข้าใจเชิงระบบ ทั้ง 5 ด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: องค์การบริหารส่วนจังหวัด, องค์การแห่งการเรียนรู้, พฤติกรรม

Abstract

This research is to study 1) to study the operational conditions of the organizational behavior of the Mukdahan Provincial Administration in five areas: commitment to excellence, open perspective thinking patterns, the creation and weave of vision, the joint learning as a team, and the conceptual understanding of systematic thinking. The population used in the study was 1 5 5 officers. The instruments used to collect data as questionnaires are classified as checklists and 5-level estimation scales. Areas include a commitment to excellence. In terms of patterns, thinking methods and open perspectives, the creation and weave of vision, the common learning aspect of learning as a team of systemic understanding, all 5 areas were found to be very level.

Keywords: Administrative Provincial Administration, Organization of Learning, Behavior

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเกี่ยวกับการเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning: OL) ว่า องค์กรการเรียนรู้ โดยบุคลากรในองค์กร การเรียนรู้ในองค์กรมีสองลักษณะคือ การเรียนรู้แบบวงจเดี่ยว (Single Loop Learning) คือ ความสามารถในการตรวจหา และแก้ไขข้อผิดพลาดในการทำงานประจำภายใต้ ธรรมเนียมปฏิบัติในการดำเนินงานที่เคยมีมา แม้ว่าการเรียนรู้แบบวงจเดี่ยวจะใช้ในการแก้ไขปัญหา ของงานประจำที่ปฏิบัติภายในองค์กร แต่การเรียนรู้แบบวงจเดี่ยวนี้ไม่ได้คำนึงถึงเหตุผลหรือสาเหตุที่ ต้องปฏิบัติตามนโยบายหรือแผนงาน และการเรียนรู้แบบวงจสองระดับ (Double Loop Learning) การเรียนรู้แบบนี้เกิดขึ้นเมื่อมีการตรวจพบข้อผิดพลาด และมีการทบทวนปรับปรุงธรรมเนียมปฏิบัติ นโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กรด้วย การเรียนรู้แบบนี้ทำให้องค์กรสามารถติดตามแก้ไข พฤติกรรม และสามารถกำหนดมาตรฐานหรือแนวทางที่ควรจะดำเนินการเองได้ การเรียนรู้แบบสอง วงจจึงเป็นการเรียนรู้แบบเปลี่ยนแปลงรากฐาน ที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมและทิศทางขององค์กรด้วย โดยเป็นการพัฒนาองค์กรในรูปแบบหนึ่งที่น่าเปรียบเสมือนหัวใจหลักขององค์กร ที่จะสามารถนำ องค์กรและบุคลากรที่อยู่ภายในองค์กรให้ก้าวผ่านกระแสของแรงผลักดันที่เกิดจากทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี หรือที่เรียกว่ายุคของโลกาภิวัตน์ที่ทำให้สิ่งต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไป อย่างรวดเร็ว สาเหตุที่องค์กรทุกองค์กรต้องมืองค์กรการเรียนรู้ขึ้นมา เพื่อให้้องค์กรสามารถยืน หยัดอยู่ท่ามกลางของกระแสโลกาภิวัตน์ เพราะ้องค์กรการเรียนรู้เป็นกระบวนการบริหารจัดการที่ ขยายขีดความสามารถและเพิ่มศักยภาพ ในการสร้างผลงาน สร้างอนาคตตลอดจนสร้างความ ได้เปรียบในทางการแข่งขันในตลาดโลก อาจกล่าวได้ว่ากระบวนการการเรียนรู้ในองค์กรการ เรียนรู้ นั้น ควรอยู่ในทุก ๆ ที่และทุกกระบวนการขององค์กร ที่ทุกคนในองค์กรต้องร่วมกันเรียนรู้ และร่วมกันทำอย่างเป็นระบบ และเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันนั้น องค์กรต่าง ๆ ต้อง เรียนรู้จากทั้งความสำเร็จและความล้มเหลวให้เร็วยิ่งขึ้นและดีขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งยังจำเป็นต้องปฏิรูป ตนเองอย่างต่อเนื่อง (ปริณ บุญฉวย, 2556)พัฒนาแนวคิดองค์กรการเรียนรู้ (LO) ขึ้นมา โดยมีการ แยกแยะระหว่างการเรียนรู้แบบปรับตัว (Adaptive Learning) กับการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์ (Generative Learning) การเรียนรู้แบบปรับตัวเกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมรรถภาพในการจัดการ สถานการณ์หรือปัญหาใหม่โดยการปรับปรุงและการแก้ไข ส่วนการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์ เน้นการ พัฒนาทักษะใหม่ ทางเลือกใหม่ ความเป็นไปได้ใหม่ขององค์กร ตลอดจนการนิยามหรือสร้าง ความหมายใหม่ให้กับองค์กร Senge (1990)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดประชาชนมากที่สุดในปัจจุบัน มี บทบาทและงบประมาณเป็นของตัวเอง อีกทั้งยังเป็นนิติบุคคลที่สามารถ ดำเนินกิจกรรมต่างๆได้อย่าง ค่อนข้างค่องตัวเป็นอย่างมาก เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา ลักษณะการปกครองหน่วยงานเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการพัฒนา ประเทศพัฒนาคุณภาพชีวิตของพี่น้องประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบ องค์กรโดยรวมถึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการบริหารพัฒนาองค์กรให้ดีขึ้นอยู่เสมอ และพร้อม ทุกด้านต่อการเปลี่ยนแปลงไม่ได้ เป็นหน่วยงานรัฐจำแลงจากพระราชบัญญัติกระจายอำนาจเท่านั้น

แต่ต้องเป็นพื้นที่ในการเป็นหน่วยงานที่สะท้อนความเป็นประชาธิปไตย เป็นหน่วยงานที่ต้องสนองตอบต่อความต้องการของพี่น้องประชาชน ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นกระบวนการตรวจสอบ ความเป็นองค์กรที่มีใช้ เป็นเพียงหน่วยงานของรัฐ แต่มุ่งเน้นศึกษาวิจัย ว่าหน่วยงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ นั้นมีความพร้อมหรือกระบวนการในการขยับเข้ามาเป็นองค์กรสมัยใหม่บ้างแล้วหรือยัง โดยเฉพาะองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีหน้าที่ในการดูแลคุณภาพชีวิตของประชาชนที่เปราะบางที่มีบทบาทเป็นอย่างมากในปัจจุบัน จึงเป็นที่มาในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งพื้นที่เลือกศึกษาคือองค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร ซึ่งเป็นพื้นที่ชายแดนและเป็นเมืองที่ถูกจัดให้เป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ดังนั้นองค์กรที่ใหญ่ที่สุดในอำนาจบริหารงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินการเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร
2. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการดำเนินการเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร

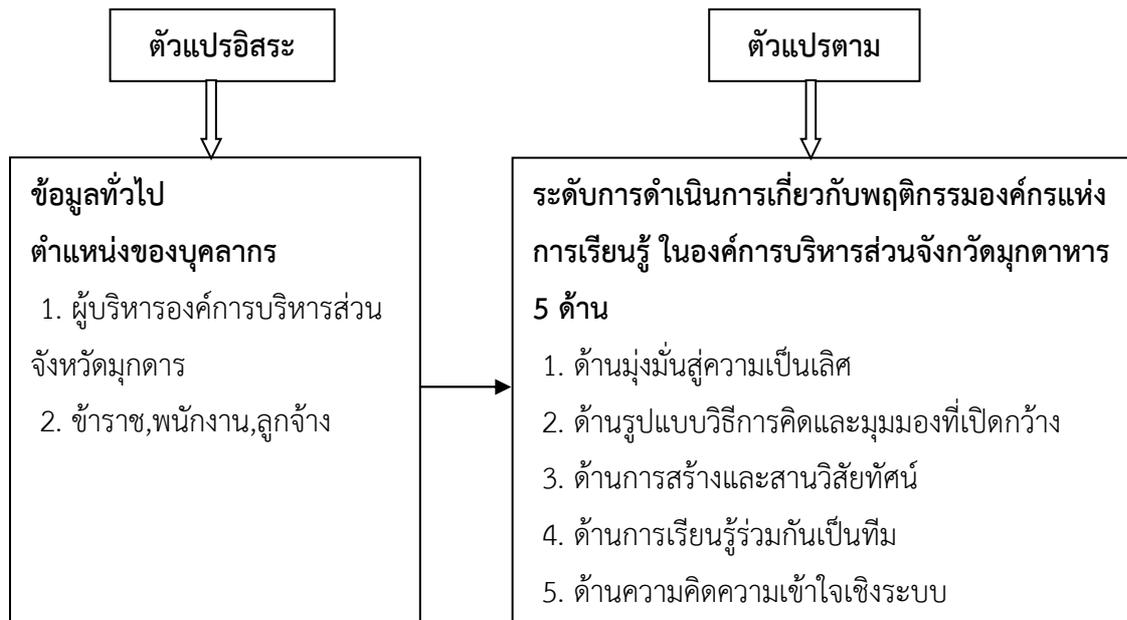
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

องค์กรแห่งการเรียนรู้ องค์กรแห่งการเรียนรู้ คือองค์กรที่ขยายขีดความสามารถ และเพิ่มศักยภาพ เพื่อสร้างผลงานและสร้างอนาคตอย่างต่อเนื่อง โดยผู้คนในองค์กรต่างมุ่งมั่นใฝ่เรียนรู้ถึงวิธีที่จะเรียนรู้ร่วมกัน รู้เท่าทันการณ้อย่างต่อเนื่อง บาร์เน็ตท์ (Barnett) แนะนำว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นเชิงประสบการณ์ ที่มุ่งสร้างสรรค์องค์ความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการกระทำและผลจากนั้นนำเข้าสู่งานประจำวัน มุ่งปลูกฝังไว้ในความทรงจำขององค์กรเพื่อจะช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทั้งหลายของผู้เรียน ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร มาร์ควอร์ด (Marquardt) ให้ความหมายของ องค์กรแห่งการเรียนรู้ว่า คือ ที่ซึ่งมีบรรยากาศของการเรียนรู้รายบุคคลและกลุ่ม มีการสอนสมาชิกในองค์กรให้มีกระบวนการคิดวิเคราะห์ เพื่อให้เข้าใจในสรรพสิ่ง ขณะเดียวกันสมาชิกทุกคนก็ช่วยองค์กรเรียนรู้จากความผิดพลาด และความสำเร็จ ซึ่งผลให้ทุกคน ได้ตระหนักในความเปลี่ยนแปลง และปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิค และ ลีออน (Wick and Leon) กล่าวว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นองค์กรที่ใช้การเรียนรู้ (Learning) เป็นแนวทางในการปฏิรูป (Transform) องค์กรไปสู่การเป็นผู้นำในทางอุตสาหกรรมใช้การเรียนรู้เป็นแนวทางในการปรับปรุงผลงาน (Performance) เพื่อนำสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ ใช้ความมุ่งมั่นจะเรียนรู้ (Intentional Learning) ในการสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กร โดยอยู่ภายใต้ระบบการเรียนรู้ที่หลากหลายกว้างขวางมีการแทรกการเรียนรู้เข้าไปในการปฏิบัติงาน(Action)ใช้ความรู้พัฒนาความสามารถใหม่ๆ (New Capabilities) สร้างเสริมสมรรถนะใหม่ๆ อันจะนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาผลงานให้ดียิ่งขึ้น ในองค์กรจะประกอบไปด้วยหลายๆ องค์กร และเมื่อนำไปเทียบเคียงกับแนวคิด ที่เน้นเรื่องการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม(Team Learning) แล้ว ก็เท่ากับว่าการเรียนรู้ร่วมกันนี้ ทำได้ 2 ระดับ คือระดับทีมย่อย และทีมใหญ่ หรือทั้ง

ในองค์กรและองค์การ นอกจากนี้แล้ว เส้นกั้นแดนระหว่าง องค์กรและองค์การ ก็ยังไม่มีข้อกำหนดไว้แน่นอนตายตัวอีกด้วย ดังนั้นในตำรา จะพบทั้งคำว่า องค์การแห่งการเรียนรู้ และองค์การแห่งการเรียนรู้ ซึ่งมาจากคำว่า Learning Organization : LO เช่นเดียวกัน องค์การแห่งการเรียนรู้ ที่นักวิชาการต่างประเทศกล่าวถึงและนำมาอ้างอิงในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ก็มีมุมมองในระดับองค์กรที่แคบและกว้างแตกต่างกัน บรรณาธิการ และเผยแพร่ในอเมริกา ในหนังสือที่ เพดเลอร์ (Pedier) เป็นบรรณาธิการเผยแพร่ในอังกฤษ เมื่อ ปี ค.ศ.1988 แต่อย่างไรก็ตาม การศึกษาเรื่องการเรียนรู้ในองค์กรได้เคยเผยแพร่มาแล้วตั้งแต่ปี ค.ศ.1920 บุคคลผู้มึบทบาทสร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับองค์กรแห่งการเรียนรู้ และเขียนเผยแพร่ผลงาน จนเป็นที่ยอมรับ คือ ปีเตอร์ เอ็ม. เซ็นกี (Peter M. Senge) ศาสตราจารย์ของสถาบันเทคโนโลยี แห่งแมซซาชูเซทท์ ประเทศสหรัฐอเมริกา (Massachusetts Institute of Technology : MIT) และ ได้เขียนผลงานเผยแพร่เป็นหนังสือที่มีชื่อว่า The Fifth Discipline : The Art and Practice of the Learning Organization (1990) ได้รับความนิยมนมากจนเป็นที่ยอมรับจนถึงปัจจุบัน โดยในหนังสือเล่มนี้ ปีเตอร์ เอ็ม. เซ็นกี ได้ใช้คำว่าองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization : Lo) แทนคำว่า การเรียนรู้ในองค์กร (Organization Learning : LO) ซึ่งเป็นหนังสือที่กล่าวถึงพื้นฐานของวินัยทั้ง 5 ประการ ที่จะนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ เป็นลักษณะในเชิงทฤษฎี ปัจจุบัน ปีเตอร์ เอ็ม. เซ็นกี ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสถาบันเทคโนโลยีแห่งแมซซาชูเซทท์ สหรัฐอเมริกา(MIT) และได้ก่อตั้ง Center for Organization Learning ในปี ค.ศ. 1991 เพื่อทำการสังเคราะห์ทฤษฎีการต่างๆ เพื่อเผยแพร่แนวคิดหลักการองค์กรแห่งการเรียนรู้ ปัจจุบันเรียกว่า Society for Organization Learning : SOL ซึ่งมีจุดมุ่งหมายสำคัญ 3 ประการ คือ เพื่อการศึกษาวิจัย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ทั้งในระดับบุคคล และทีมงาน เพื่อสร้างชุมชนของการปฏิบัติ (Community of Practices) ขึ้น โดยการเชิญบริษัทชั้นนำมาเพื่อการแลกเปลี่ยนซึ่งประสบการณ์เรียนรู้ แก้ไขปัญหาาร่วมกัน ปีเตอร์ เอ็ม. เซ็นกี วาดวิสัยทัศน์ไว้ว่า อยากรเห็น Society for Organization Learning : SOL เป็นหน่วยงานขับเคลื่อนองค์กรการเรียนรู้สู่ความสำเร็จไปทั่วโลก ภาวิณี ชุณหะวัณ (2563) องค์กรแห่งการเรียนรู้ของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่าผลการศึกษาพบว่า 1) องค์กรแห่งการเรียนรู้ของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าการปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน ได้แก่ การคิดอย่างเป็นระบบ และมีความคิดเห็นอยู่ ีในระดับมาก 4 ด้าน คือ วิสัยทัศน์ร่วม การเรียนรู้ของทีม แบบแผนความคิดอ่าน และความรอบรู้แห่งตน ตามลำดับ และ 2) เปรียบเทียบการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม จำแนกตามสถานภาพส่วนตัวของบุคลากร พบว่า 2.1) การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จำแนกตามเพศของบุคลากรที่ต่างกัน มีระดับการปฏิบัติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2.2) การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จำแนกตามอายุที่ต่างกัน มีระดับการปฏิบัติไม่แตกต่างกัน 2.3) การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จำแนกตามอายุงาน ที่ต่างกัน มีระดับการปฏิบัติไม่แตกต่างกัน 2.4) การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จำแนกตามระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการ

ปฏิบัติไม่แตกต่างกัน 2.5) การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จำแนกตามตำแหน่งงานที่ต่างกัน มีระดับการปฏิบัติไม่แตกต่างกัน 2.6) การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานในตำแหน่งปัจจุบันที่กัน มีระดับการปฏิบัติไม่แตกต่างกัน และ 2.7) การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานในสถานที่ปัจจุบันที่ต่างกัน มีระดับการปฏิบัติไม่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร ทั้งหมดจำนวน 155 คน 1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามระดับการดำเนินงาน เกี่ยวกับพฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร แบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับสถานภาพบุคลากรผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหาร มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการดำเนินงานด้านพฤติกรรมองค์กรการเรียนรู้ จำนวน 5 ด้าน 2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือโดยใช้แบบสอบถาม ตามลำดับดังนี้ 1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2 ศึกษาหลักการ สร้างแบบสอบถามเพื่อการศึกษาค้นคว้า 3 สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวความคิดการรวบรวมข้อมูลและการจัดกระทำข้อมูล 1 นำส่งแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรด้วยตนเอง 2 รอระยะเวลาที่ใช้เก็บรวบรวมแบบสอบถาม 1 สัปดาห์ 3 เก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ส่งไปด้วยตนเอง 4 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทั้งหมดมาตรวจสอบ จำแนกความสมบูรณ์ของแบบทดสอบ แล้วลงรหัสแบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดมุกดาหาร มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ ด้านรูปแบบวิธีการคิดและมุมมองที่เปิดกว้าง ด้านการสร้างและสานวิสัยทัศน์ ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมด้านความคิดความเข้าใจเชิงระบบ ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้สภาพพฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ ทั้ง 5 ด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากระดับการดำเนินการตามพฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.96 และ 3.95 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายข้อก็พบว่าทุกข้อ ทุกด้าน มีผลการวิเคราะห์เฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อและทุกด้านระดับการดำเนินการตามพฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.96 และ 3.95 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายด้านก็พบว่าทุกด้าน มีผลการวิเคราะห์เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

จากผลงานวิจัย 1. ด้านมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ ผู้บริหารศึกษาอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าผู้บริหารเป็นผู้นำขององค์กรจึงมีความมุ่งมั่น ที่จะนำพาองค์กรก้าวขึ้นสู่ความเป็นเลิศในด้านนี้ให้ได้ ส่วนของบุคคล ที่มีความเห็นอยู่ในระดับมากโดยจากความคิดเห็นที่หลากหลายที่ออกมาในระดับเดียวกัน แสดงว่าบุคคลที่เกี่ยวข้องทุ่มเทเพื่อสู่ความเป็นเลิศขององค์กร 2. ด้านรูปแบบวิธีการคิดและมุมมองที่เปิดกว้าง ในระดับมาก แสดงถึงความพร้อมที่จะเปิดกว้าง ในฐานะเป็นผู้นำองค์กรพร้อมที่รับสิ่งใหม่ๆ เข้ามาปรับเปลี่ยนเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่ามีได้ปิดกั้นความคิดเห็นจากภายนอก มีการกระตุ้นหรือมีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นในการมีส่วนร่วม 3. ด้านการสร้างและสานวิสัยทัศน์ขององค์กร ผู้บริหารเห็นอยู่ในระดับมากเพราะผู้บริหารองค์กรส่วนมากจะเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล ส่วนบุคคลมีความเห็นด้วยในระดับมาก จากการที่มีความเห็นในการสร้างและสานวิสัยทัศน์ที่คล้ายกัน ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสร้างวิสัยทัศน์กับบุคคลที่เกี่ยวข้อง การที่จะมีวิสัยทัศน์ให้ไปในทิศทางเดียวกันต้องเริ่มต้นที่ผู้บริหารที่จะแสดงวิสัยทัศน์ของตนเองให้เป็นที่ยอมรับก่อน เพื่อหาแนวร่วมการสร้างวิสัยทัศน์ขององค์กรร่วมกันต่อไป 4. ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม ผู้บริหารมีความเห็นในระดับมาก เพราะผู้บริหารทุกองค์กรต้องการความร่วมมือสนับสนุนในการทำกิจกรรมทุกด้าน ส่วนบุคคล เห็นด้วยในระดับมาก ซึ่งจะให้ความร่วมมือกับองค์กรเป็นอย่างดี หมายความว่ามีการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม 5. ความคิดความเข้าใจเชิงระบบ ผู้บริหารมีความเห็นในระดับมาก เพราะความรู้ความเข้าใจของผู้บริหารซึ่งเป็นผู้นำองค์กร ย่อมเข้าใจเชิงระบบและความจำเป็นของผู้บริหาร ที่จะต้องเข้าใจในเรื่องนี้ ส่วนบุคคล มีความเห็นในระดับมาก จากพฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ของบุคคลที่เกี่ยวข้อง ยังต้องให้ทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างจริงจัง เพื่อนำไปพัฒนาองค์กรต่อไป ซึ่งมีผลที่สอดคล้องในงานของ ภาวิณี ชุณหะวัณ (2563) องค์กรแห่งการเรียนรู้ของศูนย์การศึกษานอกกระบวนและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีนโยบายให้พัฒนาองค์การบริหารส่วนจังหวัดพัฒนาการมีส่วนร่วมสร้างที่สามารถพัฒนาให้องค์กรเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือความเข้มข้นของงาน

2. ควรมีการให้ความรู้เพิ่มมากขึ้นและมีการวางแผนให้มากขึ้นในกระบวนการทำงาน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบในหน่วยของรัฐที่สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ ที่มีขนาดต่างกันเนื่องจากจำให้เห็นผลที่อาจเหมือนหรือแตกต่างกันเพื่อนำเสนอเป็นนโยบายต่อไป

เอกสารอ้างอิง

เกศสุดา ใจคำ. (2554). สภาพการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษาระดับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จตุพร เวฬุวรรณ. (2559). การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนสังกัดเทศบาลนครขอนแก่น, วารสาร วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย, ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน), 41-47.

ช่อผกา ชัยชาญ. (2555). การศึกษาการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนศรีราชา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18. งานนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร การศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา.

บุษยามาศ สิทธิพันธ์. (2559). ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนมัธยมศึกษาในอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี. งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา.

ภาวิณี ชุ่นทรัพย์. (2563). องค์กรแห่งการเรียนรู้ของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม. วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร องค์กรแห่งการเรียนรู้ของศูนย์การศึกษานอกระบบฯ ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2563).

เมธูยา แยมโซติ. (2556). การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. (2544). การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization). พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.

Michael J. Marquardt. (2002). *Building the learning Organization: Master the 5 Element for Corporate Learning*. 2 nd ed. Palo Alto, CA: Davies-Black Publishing, Inc..

Peter M. Senge. (1990). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of learning Organization*. New York: Doubleday Currency

พัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม ของผู้ปกครอง

The Result of Parents's Involvement toward Young Children Language Abilities

ปิยกานต์ ปานอุไร¹, ภาวรี สุวรรณรัตน์²

Piyakarn Parnurai¹, Phawaree Suwannarat²

¹สาขาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร , โทรศัพท์ 081-8516765

¹Branch Early Childhood Education Department Faculty of Education Bangkok Thonburi University ,Tell. 081-8516765

²สาขาการศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร , โทรศัพท์ 064-8455632

²Branch Early Childhood Education Department Faculty of Education Bangkok Thonburi University ,Tell. 064-8455632

¹e-mail : piyakarn.parnurai@bkkthon.ac.th , ²e-mail : phawaree.suw@bkkthon.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลของการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครองที่มีต่อพัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กปฐมวัย 2) เพื่อเปรียบเทียบพัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เด็กนักเรียนชาย - หญิงที่มีอายุระหว่าง 4 - 5 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นอนุบาลปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 ของโรงเรียนตั้งพิรุฬห์ธรรม สำนักงานเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 12 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ชุดกิจกรรมการพัฒนาภาษาของเด็กปฐมวัยและแบบทดสอบวัดพัฒนาการทางภาษาของเด็กปฐมวัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test ใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบวัดซ้ำ

ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการด้านภาษาของเด็กปฐมวัยหลังการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครองสูงขึ้นกว่าก่อนการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1และมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจากก่อนการทดลองในทุกด้าน

คำสำคัญ : พัฒนาการทางด้านภาษา , เด็กปฐมวัย , การจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง

Abstract

The purposes of this research were 1)To study the result of parents's involvement on young children language abilities. 2)To study level of young children language abilities after result of parents's involvement. Subjects were preschool children, aged 4 - 5 years old in kindergarten I , semester 2, academic year 2021 at Thangpiroontham school , Salathammasop , Thawiwatthana , Bangkok. The 12 lowest scored children were assigned

for experimental group. The research instruments were Lesson plan of parents's involvement and language abilities record form for young children. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and t-test.

The research findings were as follows : The language abilities of young children after parents's involvement higher than they was before at .01 level. and the change increased from baseline in all aspects.

Keywords: Language Abilities, Young Children, The Result of Parents's Involvement

บทนำ

ในปัจจุบันการศึกษาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากและมีประสิทธิภาพสูงสุดในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้งทางด้านสติปัญญา ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านความรู้และด้านคุณธรรม จริยธรรม การจัดการศึกษาล้วนมุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตตามบทบาท และหน้าที่ของตนเองในฐานะพลเมืองดีและมีคุณภาพ โดยให้ผู้เรียนมีความรู้ควบคู่ไปกับทักษะ พื้นฐานในการดำรงชีวิต ทันทต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบันและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและยังเป็นตัวแปรที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ การจัดการศึกษาที่เป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความมั่นคงและความก้าวหน้าของประเทศชาติ (คณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ,2545 : 3) จากสถานการณ์ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบันเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นว่าการศึกษามีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการพัฒนาคนในสังคมให้มีความรอบรู้เท่าทัน มีความพร้อมทางด้านต่าง ๆ อันจะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศแบบยั่งยืน (สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,2549 : 8)

ในยุคแห่งการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจของสังคมโลก การพัฒนาความสามารถของมนุษย์ เป็นหัวใจที่สำคัญของการพัฒนาประเทศชาติ จึงเกิดการปฏิรูปการศึกษาขึ้น เพื่อให้เยาวชนในโลกของ แต่ละประเทศก้าวทันกับสังคมยุคใหม่ การศึกษาจึงเน้นความสำคัญไปที่ผู้เรียนมากที่สุด เพราะผู้เรียน หรือเด็กที่เรียนรู้อยู่ในโรงเรียนคือแนวหน้า (Front Line) ของการศึกษา (รุ่ง แก้วแดง,2541 : 35 ; สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ,2544 ข : 179) การพัฒนาผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพและสามารถเป็นผู้นำทางด้านศึกษานั้นสิ่งที่ต้องคำนึงคือการพัฒนาเด็กอย่างเป็นองค์รวมและคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลของเด็กอีกด้วย (กระทรวงศึกษาธิการ,2561 : 12)

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารหลายอย่างเจริญขึ้นมาก เมื่อมีความเจริญก้าวหน้าขึ้นร่องรอยที่เป็นสิ่งบ่งชี้ให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าของมนุษย์นั้น นอกจากจะเป็นเครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันแล้ว สิ่งที่น่าจะเป็นการแสดงถึงความเจริญก้าวหน้าของอารยธรรมมนุษย์นั้นคือภาษาที่เป็นสิ่งที่สามารถบอกความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นชนชาติแต่ละชนชาติของตนได้เป็นอย่างดี อารีย์ คำสังฆะ (2554 : 1) กล่าวว่าภาษาเป็นทั้งศาสตร์และทั้งศิลป์ที่ถ่ายทอดความรู้สึก ความรู้สึก ความคิดของบุคคลออกมาให้ผู้อื่นได้รับรู้ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

ที่มีเจริญก้าวหน้าขึ้น การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้คนเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว การสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญมากในชีวิตประจำวัน การสื่อสารของมนุษย์นั้นจะมีประสิทธิภาพและความแม่นยำในการสื่อสารมากเพียงใด แต่ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นจากการสื่อสารที่เข้าใจไม่ตรงกันยังปรากฏให้เห็นอยู่มากในปัจจุบันจึงทำให้เกิดผลของการสื่อสารที่ไม่ตรงกันทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร ดังนั้นภาษาจึงเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่จะต้องใช้อย่างพิถีพิถัน การพูด การอ่านและการเขียนในการสื่อสารกับบุคคลอื่นเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันและสื่อความหมายได้ถูกต้อง

พัฒนาการทางภาษาของเด็กตั้งแต่วัยแรกเกิดจนกระทั่งอายุ 6 ปีนั้น จะเห็นได้ว่า เด็กมีการเจริญเติบโตทั้งในด้านพัฒนาการทุกด้านอย่างเห็นได้ชัด พัฒนาการทางด้านภาษามีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่เด็กแรกเกิดอย่างเห็นได้ชัดและมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วมาก (Cazden, 1971 : 12) พียาเจต์ (Piaget) เป็นผู้หนึ่งที่ได้ศึกษาพัฒนาการทางภาษาของเด็ก โดยที่ได้ทำการสังเกตว่าเด็กทารกมีการเตรียมใจอวัยวะในการออกเสียงขั้นต้นตั้งแต่แรกเกิด โดยการที่เด็กแลบลิ้น เอากลืนเลียริมฝีปาก เมื่อเด็กอายุ 1 เดือนจะดูดและเล่นน้ำลายและส่งเสียงออกมาจากปาก (อารี สัมหวิ, 2551 : 183) อีกทั้งเลวิส (Lewis, 1963 : 8) นักจิตวิทยาทางด้านภาษา กล่าวว่า เด็กเริ่มสื่อสารทางภาษาตั้งแต่แรกเกิด กล่าวคือ เมื่อเด็กหิวนมจะทำให้เด็กเกิดปฏิกิริยาอัตโนมัติคือการส่งเสียงร้องให้ผู้เลี้ยงดูตอบสนองโดยการนำนมมาให้ อีกทั้งโลแกนและโลแกน (Logan and Logan, 1974 อ้างถึงใน อารยา สุขวงศ์, 2533 : 107 - 109) ได้กล่าวถึงพัฒนาการทางภาษาของเด็กปฐมวัยว่าในเด็กทารกตั้งแต่แรกเกิดจนกระทั่งถึง 6 เดือน จะมีการเปล่งเสียงอย่างไม่มีจุดหมาย โดยการส่งเสียงร้องเมื่อหิว เจ็บปวดหรือไม่สบายตัว เมื่อเด็กโตขึ้นจนกระทั่งอายุ 1 ปี เด็กจะเริ่มเรียนรู้และแยกแยะเสียงที่ตนเองได้ยิน เด็กจะรู้สึกพอใจหากได้รับการตอบสนองเสียงที่ตนเองเปล่งออกไป เมื่ออายุ 2 ปี เสียงที่เปล่งออกมาจะมีความหมายมากยิ่งขึ้น เริ่มพูดเลียนแบบและเปล่งเสียงเป็นคำ ๆ เมื่ออายุ 4 ปี เด็กจะพูดโดยเรียกชื่อคำนาม เรียกชื่อคนที่อยู่รอบข้างและสามารถพูดสื่อสารเป็นประโยคได้ เมื่ออายุ 5 ปี เด็กจะนำประสบการณ์การใช้ภาษาของบุคคลรอบข้างหรือจากประสบการณ์ที่ได้พบเจอมาพูดคุยหรือเล่าเรื่องราวเหล่านั้นเป็นประโยคได้และเมื่ออายุ 6 ปีขึ้นไป พัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กวัยนี้จะสูงขึ้น เด็กได้พัฒนาคำศัพท์เพิ่มมากขึ้น การใช้ภาษาจึงมีแบบแผนมากขึ้น สามารถสื่อความหมายได้ถูกต้องและตรงประเด็น จากพัฒนาการทางภาษาที่นักการศึกษาหลายท่านได้กล่าวมานั้น ทำให้เห็นได้ว่าเด็กแต่ละวัยมีพัฒนาการทางภาษาที่เป็นไปตามวัย อีกทั้งภาษาจึงมีความสำคัญกับมนุษย์เป็นอย่างมาก และควรที่จะส่งเสริมตั้งแต่เด็กปฐมวัยให้มีความสามารถในการสื่อสารและพัฒนาทางด้านภาษาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid - 19) ที่กำลังส่งผลกระทบต่อในวงกว้างหลายมิติทั่วโลกอยู่ในขณะนี้ ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การท่องเที่ยว การดำรงชีวิต ความเป็นอยู่และการศึกษาหลายแง่มุม การจัดการศึกษาสำหรับผู้เรียนในระดับจึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ผู้เรียนเรียนรู้อยู่ในห้องเรียนจึงทำให้ผู้เรียนจะต้องปรับเปลี่ยนวิธีการเรียนใหม่ ส่งผลให้สถานศึกษาที่เคยมีผู้เรียนอยู่ร่วมกันจำนวนมากจะต้องถูกปิดชั่วคราวเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และลดการแพร่ระบาดลง (มนธิชา ทองหัตถา.

2563 : 43) องค์การอนามัยโลก WHO, UNICEF & CIFRC (2020 : 4 - 6) ได้เสนอแนวทางการควบคุมและการป้องกันการแพร่ระบาดที่จะเกิดขึ้นในโรงเรียนและสถานศึกษา โดยที่สถานศึกษาจะต้องตระหนักถึงรูปแบบการเรียนการสอนที่จะต้องถูกปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบออนไลน์ ผสมผสานกับการมาเรียนที่โรงเรียน โดยการยกเลิกกิจกรรมที่เป็นการรวมตัวกัน เช่น การเล่นกีฬา การเล่นเกม อีกทั้งจะต้องจัดโต๊ะเรียนและโต๊ะทานข้าวให้ห่างกันด้วย นอกจากนี้กาญจนา บุญศักดิ์ (2563 : 2) ได้เสนอแนวคิดที่สถานศึกษาจะต้องมีวิธีการปรับเปลี่ยนการจัดการเรียนการสอนให้เป็นรูปแบบออนไลน์และงดการมาเรียนที่โรงเรียน งดกิจกรรมกลุ่ม เน้นการพัฒนาผู้เรียนผ่านระบบออนไลน์ซึ่งสอดคล้องกับธานี สุขโชติและวรภุช ถิ่นอ่อนช่าง (2563 : 147) ได้กล่าวว่า กระบวนการในการดูแลและช่วยเหลือนักเรียนในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นั้นจะต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนในรูปแบบออนไลน์และจะต้องมีการทำงานประสานกันระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองโดยการนำเอาสื่อและเทคโนโลยีมาใช้ซึ่งจะทำให้เด็กนักเรียนสามารถเรียนได้จากที่บ้าน ผู้ที่มีบทบาทในการจัดการศึกษาให้แก่เด็กนั้นคือผู้ปกครองที่จะต้องปรับตัวในการใช้เทคโนโลยีและรูปแบบการเรียนการสอนแบบใหม่ที่มีความแตกต่างไปจากเดิมเป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้ปกครองจะต้องเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการศึกษาและร่วมมือกับทางโรงเรียนในการพัฒนาเด็กอีกทางหนึ่งด้วย

คู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2561 : 13) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ ดังนี้ “หลักสูตรการศึกษาปฐมวัยมุ่งเน้นการพัฒนาให้เด็กทุกคนได้รับการพัฒนาด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคมและสติปัญญาอย่างมีคุณภาพและต่อเนื่อง ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีความสุขและเหมาะสมตามวัย มีทักษะชีวิตที่เหมาะสมและปฏิบัติตนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นคนดีมีวินัยและมีความสำนึกในความเป็นไทย โดยการร่วมมือระหว่างสถานศึกษา พ่อแม่ ครอบครัวยุ ชุมชนและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเด็ก” จะเห็นได้ว่า ครอบครัวยุ ผู้ปกครองมีบทบาทอย่างมากในการจัดการศึกษาให้กับเด็กปฐมวัย ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid - 19) เด็กจะต้องเรียนรู้จากที่บ้านเป็นหลัก พ่อแม่ผู้ปกครองมีเข้ามา มีบทบาทสำคัญในการเรียนรู้ของเด็กเป็นอย่างมาก (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2544 : 48 - 53) การพัฒนาภาษาของเด็กปฐมวัยนั้น พ่อแม่มีบทบาทต่อการเรียนรู้ภาษาเป็นอย่างมาก การพูดคุยสนทนากันในบ้านเมื่ออยู่ในสถานการณ์ต่าง ๆ จะทำให้เด็กเรียนรู้ภาษาได้เป็นอย่างดี จากการศึกษาของโฮล์ดาเวย์ (เนื่อน้อง สนับบุญ. 2541 : 21) พบว่า เด็กที่พ่อแม่อ่านหนังสือให้ฟังและชวนเด็กอ่านหนังสืออย่างสม่ำเสมอ เด็กจะสามารถอ่านหนังสือได้ด้วยตนเอง ดังนั้น พ่อแม่สามารถส่งเสริมพัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กปฐมวัยได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเด็กต้องเรียนอยู่ที่บ้าน ผู้ปกครองจะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเด็กทางด้านภาษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุผลและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง โดยให้เด็กได้เรียนรู้ผ่านชุดกิจกรรมที่มีจุดประสงค์มุ่งเน้นในการพัฒนาภาษาทั้งทางด้านการฟัง การพูด การอ่านและการเขียน ซึ่งจะเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมให้กับครูและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำกิจกรรมไปพัฒนาภาษาสำหรับเด็กปฐมวัยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลของการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครองที่มีต่อการพัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กปฐมวัย
2. เพื่อเปรียบเทียบพัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง

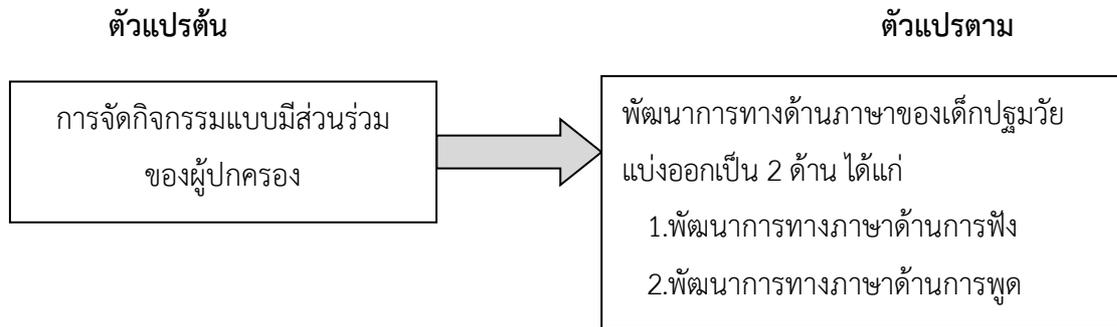
การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครองนั้น ทักษะภาษานั้นเป็นสิ่งที่สำคัญมากเนื่องจากเด็กปฐมวัยจะต้องใช้ในการสื่อสารและดำรงชีวิตประจำวัน ในการวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 เอกสารทางวิชาการ ตำราที่มีความเกี่ยวข้อง อีกทั้งยังได้ศึกษาสถานการณ์ของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid – 19) ที่มีผลต่อการจัดการเรียนการสอนของสถานศึกษา เพื่อนำมาพัฒนาการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาภาษาสำหรับเด็กปฐมวัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **เด็กปฐมวัย** หมายถึง เด็กนักเรียนชาย – หญิงที่มีอายุระหว่าง 4 – 5 ปีที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นอนุบาลปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 ของโรงเรียนตั้งพิรุฬห์ธรรม สำนักงานเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร
2. **พัฒนาการทางด้านภาษา** หมายถึง กระบวนการที่เด็กปฐมวัยเข้าใจและแสดงออกถึงความสามารถในการใช้ภาษาในการถ่ายทอดเรื่องราวและสื่อสารให้ผู้อื่นได้เข้าใจในสิ่งที่ตนเองต้องการสื่อสาร โดยแบ่งพัฒนาการทางด้านภาษาของการวิจัยในครั้งนี้ออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่
 - 2.1 **พัฒนาการทางภาษาด้านการฟัง** หมายถึง ความสามารถในการจำแนกเสียงของคำที่มีการออกเสียงพยัญชนะต้นที่เหมือนหรือคล้ายกัน อีกทั้งการบอกรับประเด็นเรื่องที่ได้ฟังได้
 - 2.2 **พัฒนาการทางภาษาด้านการพูด** หมายถึง ความสามารถในการบอกสิ่งต่าง ๆ ที่ได้ฟังและการเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ให้มีความสมบูรณ์
3. **การจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง** หมายถึง การที่ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการพัฒนาภาษาของเด็กปฐมวัย โดยการที่ผู้ปกครองร่วมกันศึกษากิจกรรมที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้น เพื่อที่จะพัฒนาทักษะทางภาษาของเด็กปฐมวัย กิจกรรมที่ผู้ปกครองจะช่วยพัฒนาภาษาของเด็กปฐมวัย ได้แก่ การอ่านนิทานก่อนนอน การสนทนาการตอบคำถาม การเล่าเรื่องราว การบันทึกการทำกิจกรรมของเด็กปฐมวัย เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องพัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กปฐมวัย
ที่ได้รับการจัดการกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง

ระเบียบวิธีการวิจัย

1.การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

- 1.ชุดกิจกรรมการพัฒนาภาษาของเด็กปฐมวัย
- 2.แบบทดสอบวัดพัฒนาการทางภาษาของเด็กปฐมวัย แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

2.1พัฒนาการทางภาษาด้านการฟัง	จำนวน	10	ข้อ
2.2พัฒนาการทางภาษาด้านการพูด	จำนวน	10	ข้อ

2.การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบพัฒนาการทางภาษาสำหรับเด็กปฐมวัย ก่อนและหลังการจัดการกิจกรรมแบบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 1.วิเคราะห์สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยของพัฒนาการทางภาษา (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S)
- 2.นำคะแนนของพัฒนาการทางภาษามาเปรียบเทียบ ในภาพรวมก่อนและหลังการจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง โดยใช้การหาค่า T-test แบบ Dependent Sample
- 3.นำคะแนนของพัฒนาการทางภาษามาเปรียบเทียบ ในรายด้านก่อนและหลังการจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง โดยใช้การหาค่า T – test แบบ Dependent Sample

ผลการวิจัย

หลังจากที่เด็กปฐมวัยได้รับการจัดการกิจกรรมแบบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง พบว่า เด็กปฐมวัยมีพัฒนาการทางด้านภาษา ในภาพรวมสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนรายด้านของพัฒนาการทางด้านภาษา พบว่า พัฒนาการทางภาษาด้านการฟังและพัฒนาการทางภาษาด้านการพูด ทุกด้านสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาผลของการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครองที่มีต่อพัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กปฐมวัยและเพื่อเปรียบเทียบพัฒนาการทางด้านภาษาของเด็กปฐมวัยก่อนและหลังการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง ผลการวิจัยพบว่า เด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมแบบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองมีพัฒนาการทางด้านภาษา หลังการทดลองสูงขึ้นกว่าก่อนการทดลอง ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ปกครองมีบทบาทที่สำคัญมากในการพัฒนาเด็กปฐมวัยในสถานการณ์ Covid – 19 ที่เด็กปฐมวัยจะต้องเรียนรู้ที่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธีรนุช เขยกลิ่นเทศ (2549 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่า ความสามารถทางภาษาของเด็กปฐมวัยสูงขึ้นทั้งภาพรวมและรายด้าน หลังจากเด็กได้รับการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการใช้ชุดกิจกรรมพัฒนาภาษา ครอบครัวสุขสันต์ ร่วมกันพัฒนาเด็ก

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการพัฒนาเด็กปฐมวัยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid – 19) ผู้วิจัยจะต้องมีการอธิบายข้อมูลการทดลองและการใช้ชุดกิจกรรมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองให้ผู้ปกครองเข้าใจโดยละเอียด เพื่อให้ผู้ปกครองสามารถพัฒนาเด็กปฐมวัยได้อย่างถูกต้อง
2. การสื่อสารกับผู้ปกครองควรจะเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อการสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้วิจัยกับผู้ปกครองในการทำการทดลอง
3. ควรมีการศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในทักษะอื่น ๆ เช่น ทักษะพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ ทักษะพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ คุณลักษณะที่พึงประสงค์หรือดนตรี เป็นต้น
4. ควรมีการศึกษาพัฒนาการทางภาษาของเด็กปฐมวัย ของนักเรียนในระดับชั้นอื่น ๆ เพื่อให้เห็นความแตกต่างกันและทำให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ.(2561).คู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 สำหรับเด็กอายุ 3 – 6 ปี. กรุงเทพฯ ฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- .(2560).หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560.กรุงเทพฯ ฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กาญจนา บุญศักดิ์.(2563,พฤษภาคม - สิงหาคม).การจัดการเรียนรู้ ยุค New Normal.วารสารครูศาสตร์อุตสาหกรรม,19(2),1 – 6.
- คณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ.(2545).พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติพ.ศ.2542และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2)พ.ศ.2545.กรุงเทพฯ ฯ : พริกหวานกราฟฟิค.

- ธานี สุขโชโตและวรภฤต เกื้อนข้าง.(2563,พฤษภาคม-สิงหาคม).**การดูแลช่วยเหลือนักเรียนและการจัดการเรียนการสอนในสถานการณ์โควิด-19**.บัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์ นครสวรรค์,8(2), 143 – 154.
- ธีรนุช เขยกลิ่นเทศ.(2549).**ผลของการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อการพัฒนาความสามารถทางภาษาของเด็กปฐมวัย**.ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- นิไพพรรณ เกิดสว่าง.(2547).**ผลการใช้หนังสือชุดการอ่านที่มีต่อความสามารถในการอ่านของเด็กวัยอนุบาล**. ปริญญาานิพนธ์ ค.ม. (การศึกษาปฐมวัย).กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.อัดสำเนา.
- เนื่อน้อง สนับบุญ.(2541).**ความสามารถทางภาษาของเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดประสบการณ์เล่นนิทาน**. ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย).กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- มนธิชา ทองหัตถา.(2563,มกราคม – มิถุนายน).**สภาพการจัดการเรียนรู้แบบออนไลน์ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศโรงเรียนปากพั้ง จังหวัดนครศรีธรรมราช**.วารสารลวงศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ปีที่ 5 ฉบับที่ 1.
- รุ่ง แก้วแดง.(2541).**ปฏิวัติการศึกษาไทย**.กรุงเทพฯ ฯ : มติชน.
- สภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2549).**แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ**.กรุงเทพฯ ฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.(2544ข).**รายงานผลการประชุมสมัชชาการปฏิรูปการศึกษาและการเรียนรู้**.กรุงเทพฯ ฯ : สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.(2544จ).**รายงานการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของพ่อแม่ผู้ปกครองในการพัฒนาการศึกษา**.กรุงเทพฯ ฯ : สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล.(2564).**จิตวิทยาการศึกษา**.กรุงเทพฯ ฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรพรรณ เฟื่องฟู.(2557).**กิจกรรมการเล่าเรื่องประกอบเกมลอดโตที่ส่งผลต่อทักษะทางภาษาของเด็กปฐมวัย**.ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย).กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- อารยา สุขวงศ์.(2533).**กิจกรรมสำหรับเด็กปฐมวัย**.กรุงเทพฯ ฯ : ภาควิชาโรงเรียนสาธิต คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยครูสวนดุสิต.
- อารี สันทรวี.(2551).**เอกสารการสอนชุดวิชา การวัดและประเมินผล กลุ่มวิชาเตรียมประสบการณ์หน่วยที่ 1 - 7**.นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อารีย์ คำสังฆะ.(2554).**การส่งเสริมความเข้าใจภาษาของเด็กปฐมวัยโดยผู้ปกครองใช้ชุดกิจกรรม “เล่นกับลูกปลุกภาษา”**.ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย).กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.

Cazden, Courtney B. (1971). **“Evaluation of Learning in Preschool Education : Early Language Development”** in Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York : McGraw Hill.

WHO, UNICEF & CIFRC. (2020). **Key Messages and Actions for COVID-19 Prevention and Control in Schools**. Retrieved January 20, 2021, from http://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/key-messages-and-actions-for-covid-19-prevention-and-control-in-school-march-2020.pdf?sfvrsn=baf81d52_4&download=true.

เพลงมอญ : กรณีศึกษาดนตรีมอญชุมชนบางกระดี่

Mon's Folk Music : A Case Study of Mon's Folk Music in Bangkradee Community

ถนอมศรี เพชรคล้าย-แสงทอง

Thanomsri Phetklai-Saengtong

สาขาวิชาดุริยางคศาสตร์, สังกัดคณะดุริยางคศาสตร์, โทรศัพท์ 0816381865

Branch Music, Department Music Tell. 0816381865

e-mail: sap2520@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเพลงมอญและศึกษารูปแบบการใช้เพลงมอญเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ วิจัยแบบผสมวิธี เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ สังเกต สันทนากลุ่ม ประชุมปฏิบัติการและสอบถาม ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นภูมิปัญญาเพลงมอญ 10 คน ผู้ปฏิบัติและผู้เกี่ยวข้องทั่วไป กลุ่มละ 30 คน กลุ่มเป้าหมายผู้ร่วมปฏิบัติการกำหนดเพลง 25 คน ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพเพลง 5 คน และกลุ่มตัวอย่างในการประเมินความเป็นไปได้ของรูปแบบ 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิเคราะห์แบบอุปนัย และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความต่างของ Mo-Md และ QD เป็นสถิติในการวิเคราะห์ พบว่า 1) เพลงมอญชุมชนบางกระดี่เป็นเพลงสำหรับบรรเลง บรรเลงหมู่ด้วยเครื่องดนตรี 6 ชิ้น ความสุนทรีย์เป็นอัตลักษณ์คือท่วงทำนองที่อ่อนหวาน ซ้ำ หรือหวานระคนเศร้า 2) ต้องการให้เพลงมอญเป็นอัตลักษณ์และมีบทบาทในชุมชน ต้องการสร้างเครือข่ายยกย่องครูเพลงให้มีบทบาทในการสืบสานที่เป็นรูปธรรม พัฒนาหลักสูตรและจัดการเรียนการสอนเพลงมอญในชุมชน สถานศึกษาและสถาบันอุดมศึกษา และใช้เพลงมอญเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากขึ้น 3) พัฒนาเพลงมอญเป็นโน้ตไทยและโน้ตสากล 3 เพลง ใช้บรรเลงแบบหมู่ เครื่องดนตรี 6 ชิ้น ผู้เล่น 6 คน มีคุณภาพระดับ“ดีเยี่ยม” 4) ใช้เพลงมอญเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 6 รูปแบบ คือการสืบทอดและพัฒนา การสร้างอัตลักษณ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การยกย่องภูมิปัญญาเพลงมอญที่มีผลงานสร้างสรรค์ การเพิ่มพื้นที่การบรรเลงและการเผยแพร่ และการสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ของเพลงมอญตามลำดับ ทุกฝ่ายมีความเห็นเป็นฉันทามติว่ามีความเหมาะสมและเป็นไปได้

คำสำคัญ: เพลงมอญ, ดนตรีมอญชุมชนบางกระดี่, เพลงมอญเป็นโน้ตไทยและโน้ตสากล, เพลงมอญ, เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Abstract

This research aimed to develop Mon's folk music note in Thai and international musical notation and to study Mon's folk music application for creative economy. The research style was mixed-method. Data were collected by mean of interview, observe, focus-group discussion, workshop and questionnaire with 10 key informants, 30 casual informants and 30 general informants, 25 target group for workshop, 5 experts for musical note appraisal and 400 relative sample for the evaluation of Mon's folk music application model for creative economy. The qualitative data were analyzed by analytic induction method and the quantitative were analyzed by the package computer program and the frequency, mean, standard deviation, Mo-Md และ QD were the statistical analysis. The research found that: 1) Bangkradee Mon's folk music was a musical song for music playing with 6 musicians group playing style. The audience pleasure was with the sweet, slow, sweet and sad melody. 2) The villagers' need: to have Mon's folk music as a community symbolic and took a part in community duty, to build and admire musical intelligence network and community role, to build Mon's folk music curriculum and teaching in community, school and university and to have more Mon's folk music for the creative economy. 3) Develop Mon's folk music note in Thai and international musical notation in 3 Mon popular songs, playing in group with 6 musical instrument and 6 musicians. The donation was appraised in the excellent level. 4) The six appropriate and possible Mon's folk music for the creative economy were: Transferring and developing Mon's folk music model, Building Mon's folk music identity model, Mon's folk music value added model, Building and admiring musical intelligence model, Increasing Mon's folk music playing and advertising model and Mon's folk music commercial value added model. All 6 selected models were in high appropriate and possible level.

Keywords: Mon's folk music, Bangkradee Mon's folk music, Mon's folk music note in Thai and international musical notation, Mon's folk music application for creative economy

บทนำ

ศิลปะและวัฒนธรรมมอญมีการปรับปรุงอยู่ในสังคมไทยมาช้านานตั้งแต่สมัยอยุธยา จากการอพยพเข้ามาอยู่อาศัยในเมืองไทยของชาวมอญและนำเอา ศาสนา ความเชื่อ ภาษา วรรณคดี ดนตรี อาหาร การแต่งกาย ประเพณี และพิธีกรรมเข้ามาด้วย จนเกิดการยอมรับปรับปรุง ยึดถือปฏิบัติในสังคมไทยอย่างกลมกลืน เช่น ประเพณีสงกรานต์ พิธีปล่อนกปล่อยปลา ประเพณีการบวช ประเพณีแต่งงาน ประเพณีทำบุญกลางหมู่บ้าน ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้ง ประเพณีตักบาตรเทโว ประเพณีโยน

บัว และเพลงมอญ เป็นต้น วัฒนธรรมมอญในระดับชุมชนในสังคมไทยบางพื้นที่ยังคงมีความเข้มแข็ง มีการอนุรักษ์ สืบทอดมาอย่างต่อเนื่อง และเป็นต้นทุนหรือเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” (cultural asset) สำคัญสำหรับการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาประเทศเชิงสร้างสรรค์ (Creative economy) ที่จะทำประโยชน์ให้กับชุมชนและสังคมได้ทั้งในการอนุรักษ์ สืบสานและการใช้ประโยชน์จาก วัฒนธรรมในเชิงพาณิชย์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้วยทุนทางวัฒนธรรมตามแนว เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ชุมชนมอญบางกระดี่เป็นชุมชนในกรุงเทพมหานคร ที่ยังคงรักษาประเพณี ความเชื่อและ ภูมิปัญญาของชุมชนเอาไว้เป็นอย่างดี มีการเกาะเกี่ยวให้คนในชุมชนเกิดความสำนึกคงความ เป็นชุมชนมอญ มีการอนุรักษ์ สืบสาน ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม ศิลปะและวัฒนธรรมอยู่ได้ ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ (สุวัฒน์ชัย สวัสดิผล. 2552: 2) เพลงมอญของชุมชนมอญบางกระดี่ เป็นหนึ่งในศิลปะการดนตรีมอญ ที่มีทำนอง เนื้อร้อง ดนตรี และการแสดงที่มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัว ได้รับการสืบทอดมาแต่โบราณและมีการนำมาใช้ประโยชน์ใช้บรรเลงทั้งในงานมงคลและ ในงานศพลักษณะเป็นเพลงประจำบ้านและเพลงประจำวัด และการเล่นประกอบการแสดงทะเลยมอญ มีสังคีตลักษณะเฉพาะและมีรูปแบบการบรรเลงหลากหลาย ไม่มีการใช้โน้ตในการบรรเลง ยังไม่มีการ จัดทำเป็นโน้ตสากลในบรรเลงที่เป็นสากล เป็นอุปสรรคสำคัญทั้งในการบรรเลง การเรียนรู้ และสืบทอด การบรรเลงในระดับสากล และการเรียนรู้และใช้เพลงมอญให้เกิดประโยชน์ ตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์

โดยที่เพลงมอญของชุมชนบางกระดี่มีอัตลักษณ์การบรรเลงเฉพาะ มีการอนุรักษ์ การสืบทอด การบรรเลงต่อเนื่องมานาน ยังขาดการการสืบทอดอย่างเป็นระบบ การสร้างมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรม และการใช้ประโยชน์ของเพลงมอญตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาชุมชน พัฒนาการ ท่องเที่ยว และการพัฒนาประเทศในภาพรวมอย่างเป็นรูปธรรม การวิจัยนี้จึงมุ่งที่จะศึกษา ความเป็นมา สังคีตลักษณะ การอนุรักษ์สืบสาน การใช้ประโยชน์ การพัฒนาเพลงมอญ และแนวทาง การใช้ประโยชน์ของเพลงมอญตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นมา อัตลักษณ์ และการใช้ประโยชน์ของเพลงมอญชุมชนบางกระดี่
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการอนุรักษ์ สืบสาน พัฒนา และการใช้ประโยชน์ของเพลงมอญ บางกระดี่เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์
3. เพื่อพัฒนาเพลงมอญด้วยตัวโน้ตไทยและตัวโน้ตสากลที่มีคุณภาพ เพื่อการบรรเลง การ เรียนรู้ การสืบทอดและการพัฒนาเพลงมอญชุมชนบางกระดี่
4. เพื่อศึกษารูปแบบการอนุรักษ์ การสืบทอด การพัฒนา และการใช้ประโยชน์ของเพลงมอญ ชุมชนบางกระดี่เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายและขอบข่ายของวัฒนธรรม “วัฒนธรรม” หมายถึงสิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ เช่นวัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมการแต่งกาย วิถีชีวิตของหมู่คณะเช่นวัฒนธรรมพื้นบ้าน วัฒนธรรมชาวเขา (ราชบัณฑิตสถาน. 2554 : 1130) วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลงปรับปรุง หรือผลิตสร้างขึ้น เพื่อความเจริญงอกงามในวิถีชีวิตในส่วนรวมที่ถ่ายทอดกันได้เลียนแบบกันได้เอาอย่างกันได้ (พระยาอนุমানราชธนะ. 2501 : 18) วัฒนธรรมจึงเป็นแบบแผนพฤติกรรมของคนในสังคมใดสังคมหนึ่ง ที่มีการสั่งสม สืบทอด เปลี่ยนแปลง ปรับปรุง ผลิต หรือสร้างขึ้น เป็นแบบแผนที่คนในสังคมให้การยอมรับและประพฤติปฏิบัติและถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นต่อ ๆ ไป พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2485 แบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 4 ประเภทคือ 1) คติธรรม (Moral culture) เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับหลักของการดำเนินชีวิตในสังคมและส่วนใหญ่เป็นเรื่องของจิตใจ 2) เนติธรรม (Legal Culture) เป็นวัฒนธรรมเกี่ยวกับกฎหมาย กฎเกณฑ์ของสังคมหรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับว่ามีความสำคัญเท่าเทียมกับกฎหมาย 3) วัตถุธรรม (Material Culture) เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับวัตถุ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ ในการดำรงชีวิต และ 4) สหธรรม (Social Culture) เป็นวัฒนธรรมทางสังคมซึ่งรวมถึงคุณธรรมต่าง ๆ ทำให้มนุษย์เราอยู่ร่วมกันอย่างผาสุกรวมทั้งระเบียบ มารยาท ที่พึงปฏิบัติต่อกันในสังคม แบ่งตามลักษณะแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ วัฒนธรรมทางวัตถุ (Material Culture) และวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non Material Culture) และแบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 5 สาขา คือ 1) สาขาศิลปะ ได้แก่ วรรณศิลป์ ทัศนศิลป์ ดนตรี ศิลปะการแสดง ภาษา วรรณกรรม เป็นต้น 2) สาขามนุษยศาสตร์ เช่น ความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ 3) สาขากีฬาและนันทนาการ ได้แก่ การละเล่นต่าง ๆ ฟันดาบ มวยไทย กระบี่ กระบอง เป็นต้น 4) สาขาช่างฝีมือ เช่นการทอผ้า การจักสาน และ 5) สาขาคหกรรมศิลป์ ได้แก่ การเย็บปักถักร้อย การทำอาหาร ความสามารถในการดูแลเด็ก เป็นต้น และโดยที่วัฒนธรรมเป็นความความคิด ความเชื่อ การปฏิบัติ การสืบทอด ประเพณี พิธีกรรม และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและบ่งบอกถึงความเจริญงอกงามของชุมชนสังคมนั้น ที่มีแบบแผนหรืออัตลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มชน และมีลักษณะเป็นพลวัตรเปลี่ยนแปลงไปได้ตามประโยชน์ของวัฒนธรรมและบริบทของสังคม นั่นคือวัฒนธรรมใดจะดำรงอยู่ได้อย่างยืนยวนนั้นจะต้องเป็นที่ยอมรับและมีประโยชน์ต่อสังคม และเหมาะสมกับบริบทของสังคมนั้น การทำนุบำรุงและส่งเสริมวัฒนธรรมจึงเป็นภารกิจเกี่ยวกับการอนุรักษ์ การเผยแพร่ การสืบทอด/ สืบสาน การปรับปรุง การสร้างสรรค์ และการใช้ประโยชน์ของวัฒนธรรมนั้น ๆ

ทฤษฎีทางวัฒนธรรมและดนตรีสากล การอนุรักษ์ สืบสาน และพัฒนาทางวัฒนธรรม ดำเนินการโดยอิงทฤษฎีทางสังคมและวัฒนธรรม 4 ทฤษฎีสำคัญประกอบด้วย 1) ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ (Structural Functional Theory) ซึ่ง A.R. Radcliffe-Brown นักมานุษยวิทยาชาวอังกฤษ (Radcliffe-Brown. 1940 : 30; อ้างถึงใน วชิราวุธ หนองสูง. 2559 : 110) ให้ความเห็นว่า “สังคมจะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นและก้าวหน้าขึ้น จำเป็นต้องแก้ไขเพื่อให้สังคมมีความเป็นระเบียบมากขึ้น” “สังคมมีคุณภาพหรืออยู่รอดด้วยการยึดเหนี่ยวทางสังคม สังคมขนาดเล็กยึดถือ ค่านิยม จารีตประเพณี ความเชื่อทัศนคติต่าง ๆ แบบเดียวกัน แต่สังคมที่ซับซ้อนจะอยู่รอดได้ก็ต่อเมื่อ

ทุกคนในสังคมปฏิบัติตามบทบาทและหน้าที่ของสังคม” การพัฒนาภูมิปัญญาเพลงมอญชุมชนบางกระดีจะช่วยให้ชุมชนเข้มแข็งและอยู่รอดได้ จำต้องได้รับการพัฒนาให้สัมพันธ์กับค่านิยม ความเชื่อและความต้องการของชุมชน โดยเพลงมอญต้องมีบทบาทหน้าที่และเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมเป็นสำคัญ 2) ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Cultural Diffusion Theory) Franz Boas นักมานุษยวิทยาชาวเยอรมัน (Franz Boas; อ้างถึงใน วชิราวุธ หนองสูง. 2559 : 119) เชื่อว่า “การแพร่กระจายทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมหนึ่งแพร่กระจายไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมใหม่” “วัฒนธรรมสามารถวัดได้ นำวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมาเปรียบเทียบกันและพิจารณาคุณลักษณะที่สูงกว่าหรือด้อยกว่าของแต่ละวัฒนธรรมได้ แต่ยังคงเชื่อว่าวัฒนธรรมนั้นไม่มีวัฒนธรรมใดที่ดีกว่าหรือเลวกว่ากัน” ส่วน H.G. Barnett นักมานุษยวิทยาชาวอเมริกัน (Barnett; อ้างถึงใน วชิราวุธ หนองสูง. 2559 : 120) เชื่อว่า “วัฒนธรรมเปลี่ยนไปเพราะนวัตกรรม ต้องมีวิธีการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมขึ้นในวัฒนธรรม” ส่วน Everett M. Rogers (Rogers; อ้างถึงใน วชิราวุธ หนองสูง. 2559 : 120) ให้ความเห็นว่า นวัตกรรมวัฒนธรรมที่จะยอมรับกันได้ง่ายต้องมีลักษณะ 5 ประการ คือ มีประโยชน์มากกว่าของเดิม (Relative Advantage) สอดคล้องกับวัฒนธรรมของสังคมที่รับ (Compatibility) ไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก (Less Complexity) สามารถแบ่งทอดลงรับมาปฏิบัติเป็นครั้งคราวได้ (Divisibility) และสามารถมองเห็นและเข้าใจง่าย (Visibility) ดังนั้น การพัฒนาเพลงมอญให้ได้รับการอนุรักษ์ สืบทอดและแพร่หลายจึงต้องพัฒนาให้ชุมชนยอมรับ เล่นง่ายและเข้าใจง่าย และได้ประโยชน์มากกว่าเดิม 3) ทฤษฎีความล่าช้าทางวัฒนธรรม (Cultural Lag Theory) เจ้าของทฤษฎีคือวิลเลียม เอฟ. ออกเบิร์น ชาวอเมริกัน (Oxburn; อ้างถึงใน อ้างถึงใน วชิราวุธ หนองสูง. 2559 : 123) เชื่อว่าวัฒนธรรมมี 2 ประเภท คือ วัฒนธรรมทางวัตถุและวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเป็นตัวอย่างสำคัญทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สังคมหนึ่ง ๆ รับวัฒนธรรมสังคมอื่น โดยผ่านทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุได้เร็วกว่าที่ไม่ใช่วัตถุ ทำให้เกิดการปรับตัวไม่ทันกันระหว่างวัฒนธรรมทางวัตถุและที่ไม่ใช่วัตถุ การเลือกพัฒนาเพลงมอญและการแสดงทေးมอญก่อนจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรมมากกว่า แต่ต้องดำเนินการพัฒนาไปพร้อม ๆ กับการเปลี่ยนแปลงความเชื่อและค่านิยมเกี่ยวกับเพลงมอญในชุมชน 4) ทฤษฎีดนตรีสากล ตัวโน้ตสากลเกิดจากความพยายามของมนุษย์ในการเลียนเสียงของสิ่งที่อยู่รอบตัว เสียงสัตว์ เสียงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการสร้างเสียงที่เกิดจากการใช้สิ่งของ วัสดุต่าง ๆ ที่อาจจะหาได้ นำมาสร้างเป็นเสียง มีการประดิษฐ์คิดค้นเครื่องดนตรีขึ้นมามากมาย มีการ “ส่งต่อ” และ “สืบทอด” สิ่งที่ประดิษฐ์ขึ้นนั้น โน้ตสากลกำเนิดขึ้นเป็นระบบการบันทึกแทนเสียงดนตรีมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 11 โดย กีโด เดอ อเรซโซ (Guido d' Arezzo, 995- 1050) บาทหลวงชาวอิตาลี มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งสมบูรณ์อย่างที่เรารู้จักและใช้กันในปัจจุบัน ตัวโน้ตสามารถบอกหรือสื่อให้นักดนตรีทราบถึงความสั้น-ยาว, สูง-ต่ำ ของระดับเสียง ลักษณะของตัวโน้ตดนตรี (Music Notation) ที่ใช้ในการจัดทำโน้ตสากลของเพลงมอญครั้งนี้จึงใช้บรรทัดห้าเส้น (Staff) ตัวโน้ต (Note) และค่าตัวโน้ตที่สามารถเทียบเทียบค่าความยาวโน้ต และมีชื่อเรียกลักษณะโน้ตต่าง ๆ เป็นการเฉพาะ ตัวหยุด (Rest) เป็นสัญลักษณ์กำหนดให้เงียบเสียงหรือ

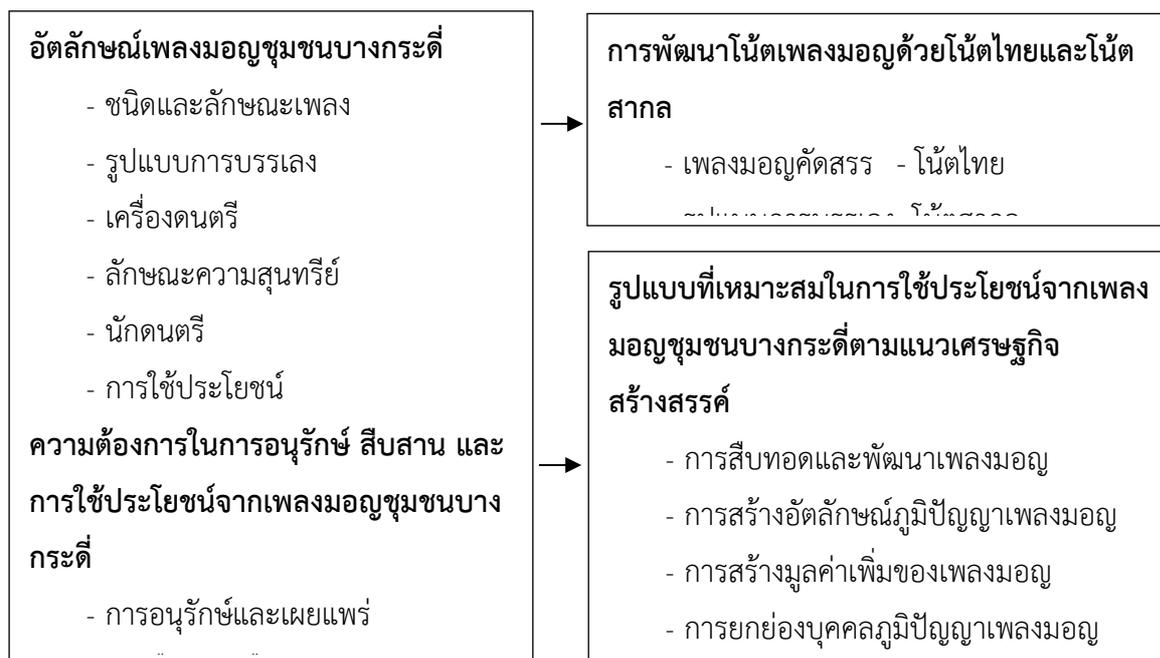
ไม่ให้เล่นในระยะเวลาตามค่าตัวหยุดนั้น ๆ กุญแจ (Clef) ที่เป็นสัญลักษณ์ที่บันทึกไว้ที่บรรทัดห้าเส้น เพื่อกำหนดระดับเสียงโน้ตที่อยู่ในช่องและอยู่บนเส้นของบรรทัดห้าเส้น ระบบการเรียกชื่อตัวโน้ตสากล รวมทั้ง เส้นกันห้อง (Bar line) การเพิ่มค่าตัวโน้ต เครื่องหมายกำหนดจังหวะ และอัตราจังหวะตามทฤษฎีดนตรีสากล

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้าง และใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และ ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ” เศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดขึ้นเมื่อมีการใช้ความคิด (Idea) ผลิตสินค้าและบริการที่น่าสนใจ ละเอียดคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่ม ด้วยวิธีการที่หลากหลาย และการเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าและบริการนั้น จุดเน้นของเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงขึ้นอยู่กับการใช้นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ต่อยอดองค์ความรู้ เพื่อสร้างมูลค่าตลอดห่วงโซ่อุปทาน ปัจจุบันเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้ยั่งยืนและสมดุล อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยปัจจุบันประกอบด้วย 4 กลุ่มสำคัญได้แก่ กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Cultural Heritage & nature) ได้แก่งานฝีมือ หัตถกรรม แพทย์แผนไทย อาหารไทย ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ ความหลากหลายทางชีวภาพ กลุ่มศิลปะ (Arts) ได้แก่ ศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์ จิตรกรรม ประติมากรรมและสถาปัตยกรรม กลุ่มสื่อ (Media) ได้แก่ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียง และดนตรี และกลุ่มงานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) ได้แก่การออกแบบ การโฆษณา แฟชั่น และซอฟต์แวร์ โดยที่แก่นของเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือทุนทางวัฒนธรรม ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สั่งสมสืบทอดกันมาและยังดำรงอยู่ เป็นสิ่งที่สังคมนั้น ๆ เห็นคุณค่า เป็นที่ต้องการและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ให้องเงยขึ้นได้ ทุนทางวัฒนธรรมจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ คือทุนทางสังคมที่เป็นรูปสัญลักษณ์ ได้แก่เครื่องแต่งกาย/ชุดประจำถิ่นประจำชาติ ยารักษาโรค เทคโนโลยี งานช่าง เครื่องมือเครื่องใช้ในการดำรงชีวิต วรรณกรรม นิทาน ตำนาน กีฬาประจำถิ่น เทศกาลรื่นเริง เพลง ดนตรี ศิลปะการแสดง ฯลฯ และทุนทางวัฒนธรรมที่ไม่เป็นรูปสัญลักษณ์ ได้แก่ ระบบการเมืองการปกครอง ระบบครอบครัวและเครือญาติ ความเชื่อ ศาสนาและวิถีคิด ทัศนคติต่อชีวิต โลกและการเปลี่ยนแปลง ระบบเศรษฐกิจชุมชนแบบพอเพียง ระบบตลาดและระบบการค้าขาย เป็นต้น ประเทศไทยกำหนดเป้าหมายนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นศูนย์กลางของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอาเซียน ในด้านการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สร้างสรรค์ไว้ 2 ประการ (1) ปรับหลักสูตรและการเรียนการสอนด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2) สนับสนุนช่างเฉพาะทางด้านการออกแบบศิลปะแขนงต่าง ๆ และเพิ่มบุคลากรให้มากขึ้น และด้านสังคมสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจ (Creative Social & Inspiration) เน้น 3 เรื่องสำคัญ คือ (1) ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาคและท้องถิ่น (2) ยกย่องคนไทยที่มีผลงานสร้างสรรค์ (3) เพิ่มพื้นที่กิจกรรมและแสดงผลงานสร้างสรรค์ (Creative Zone) ทั้งในกรุงเทพมหานครและในภูมิภาค (อาคม เดิมพิทยาไพสิฐ. 2554: 1-15)

ศิลปะ วัฒนธรรมและเพลงมอญบางกระดี่ ชุมชนมอญบางกระดี่ยังคงรักษาวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อของชาวไทยเชื้อสายมอญ ยึดมั่นในพุทธศาสนาอย่างเหนียวแน่น มีวัดบางกระดี่

เป็นศูนย์รวมของชาวมอญบางกระดี่ เป็นชุมชนที่มีการสืบสานและอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างเข้มแข็ง ปรากฏประเพณีต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับพระพุทธศาสนาที่ชุมชนมอญบางกระดี่ยังปฏิบัติตามจารีตประเพณีอย่างเคร่งครัดในรอบปี ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีการทำบุญวันวิสาขบูชา ประเพณีการบวชก่อนเข้าพรรษา ประเพณีบุญเข้าพรรษา ประเพณีบุญตักบาตรน้ำผึ้ง ประเพณีตักบาตรดอกไม้ ประเพณีบุญทอดกฐิน และเทศกาลงานบุญวันมาฆบูชา เพลงมอญ เป็นเพลงประเภทหนึ่งที่มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งได้รับการสืบทอดมาแต่โบราณ มีการใช้บันไดเสียงเพียงสองบันไดเสียงหลัก ยังไม่มีการพัฒนาและใช้โน้ตเพลงในการบอก เชื่อมต่อบันไดเสียง และเชื่อมเสียงโน้ตระหว่างวรรคเพลงหรือวลีเพลงให้มีความต่อเนื่องกลมกลืนกัน ที่จะนำไปสู่การพัฒนาการบรรเลง การสืบทอดเพลง การเรียนรู้และการใช้ประโยชน์จากเพลงมอญในเชิงสร้างสรรค์ ยังไม่ได้มีการศึกษาเชิงลึกถึงความเป็นมา การอนุรักษ์สืบสาน การใช้ประโยชน์ การพัฒนาตัวโน้ตเทียบเคียงดนตรีสากลที่จะใช้ในการศึกษาต่อยอดด้วยการศึกษาอย่างเป็นระบบ และการใช้ประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์ ทั้งในทางอนุรักษ์ การสืบสาน และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ดำเนินการวิจัยแบบผสมวิธี โดยวิจัยเชิงคุณภาพในชุมชนในชั้นศึกษาชุมชน ชั้นศึกษาอัตลักษณ์เพลงมอญ ชั้นการศึกษาความต้องการในการอนุรักษ์ สืบสานและพัฒนาเพลงมอญ และชั้นปฏิบัติการพัฒนาเพลงมอญ และวิจัยเชิงปริมาณในชั้นศึกษาชุมชน ชั้นประเมินคุณภาพของเพลงมอญ และชั้นการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการใช้เพลงมอญตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และผู้เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ สืบสานเพลงมอญในชุมชน ผู้เชี่ยวชาญด้านโน้ตเพลง และผู้เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เพลงมอญทั้งใน และนอกชุมชน จำนวนไม่แน่นอน 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูล (การศึกษาเชิงลึก) ประกอบด้วย (1) กลุ่มผู้ให้ ข้อมูลหลัก (Key Informants) เป็นกลุ่มภูมิปัญญาเพลงมอญและผู้รู้ทั้งในและนอกชุมชน จำนวนรวม 10 คน 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) ประกอบด้วยนักเพลงมอญและผู้เกี่ยวข้องโดยตรงกับ การสืบสานเพลงมอญในชุมชนบางกระดี่ จำนวน 30 คน และ 3) กลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไปในชุมชน จำนวน 30 คน 2) กลุ่มเป้าหมายการปฏิบัติการ เป็นกลุ่มผู้ร่วมปฏิบัติการในการกำหนดสังคีตลักษณ์ และจัดทำเพลงมอญ เป็นผู้เกี่ยวข้องเป้าหมายกระจายทั้ง 3 กลุ่ม ทั้งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไป จำนวน รวม 25 คน 3) กลุ่มตัวอย่าง (การสำรวจ การประเมินคุณภาพเพลง มอญ และการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการอนุรักษ์ การสืบสาน การ เรียนรู้เพลงมอญ และการแนวทางเรียนรู้เพลงมอญเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์) เป็นกลุ่มผู้รู้และ ภูมิปัญญา กลุ่มนักเพลงและผู้อนุรักษ์เพลงมอญ กลุ่มผู้เรียนรู้เพลงมอญ และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไป กลุ่มละ 100 คน รวมจำนวน 400 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของทาโรยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น ± 5 และดำเนินการสุ่มแบบแบ่งชั้น เลือกตัวอย่างในแต่ละกลุ่มจำนวนละ เท่า ๆ กัน กลุ่มละ 100 คน (ยามาเน่, อ้างถึงใน ประคอง วรรณสูตร. 2542 : 34)

เครื่องมือวิจัย/วิธีการรวบรวมข้อมูล พัฒนาและใช้เครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

1) แบบสำรวจวัฒนธรรมชุมชนมอญบางกระดี่ (แบบ 1) ใช้ในการศึกษาชุมชนและวัฒนธรรม ชุมชนเบื้องต้น 2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (แบบ 2) ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์กลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่ม เกี่ยวกับอัตลักษณ์เพลงมอญ ดนตรี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการใช้ประโยชน์ของ เพลงมอญในชุมชนบางกระดี่ และศึกษาความต้องการในการอนุรักษ์ สืบสาน และการใช้ประโยชน์ ของเพลงมอญบางกระดี่ในเชิงสร้างสรรค์ 3) แบบสังเกต (แบบ 3) ใช้ในการศึกษาโดยสังเกตและ บันทึกการสังเกตเกี่ยวกับกิจกรรมการอนุรักษ์ สืบสาน และการเรียนรู้เพลงมอญโดยผู้วิจัย 4) แบบ สนทนากลุ่ม (Focus group worksheet) (แบบ 4) ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการสนทนากลุ่ม ในกลุ่มผู้ให้ ข้อมูลหลัก กลุ่มผู้ปฏิบัติและกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไปความเป็นมา บทเพลง สังคีตลักษณ์ ดนตรี ภูมิ ปัญญาท้องถิ่น และการใช้ประโยชน์ของเพลงมอญในชุมชนบางกระดี่ และ 5) แบบประเมินคุณภาพ ของเพลงมอญ (แบบ 5) ใช้ประเมินคุณภาพของเพลงมอญที่สร้างขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญ และ 6) แบบ ประเมินความเป็นไปได้ของรูปแบบการใช้เพลงมอญเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (แบบ 6)

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) และการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความต่างของ Mo-Md และ QD เป็นสถิติในการวิเคราะห์ กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยผลการประเมินโดย เทียบกับเกณฑ์ของ Best. (1978 อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด. 2545) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ดำเนินการ/มีคุณภาพ/เป็นไปได้ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ดำเนินการ/มีคุณภาพ/เป็นไปได้ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ดำเนินการ/มีคุณภาพ/เป็นไปได้ในระดับปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ดำเนินการ/มีคุณภาพ/เป็นไปได้ในระดับน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ดำเนินการ/มีคุณภาพ/เป็นไปได้ในระดับน้อยที่สุด
 กำหนดเกณฑ์ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเป็นฉันทามติของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ตอบ
 แบบสอบถามที่ค่าความต่างของ Mo-Md ไม่เกิน 1.00 และค่า QD ไม่เกิน 1.50

ผลการวิจัย

1. อัตลักษณ์เพลงมอญชุมชนบางกระดี่ เพลงมอญชุมชนบางกระดี่ที่เป็นบทเพลงและทำนองเพลงในการบรรเลงมีการบรรเลงมาพร้อม ๆ กับชุมชนบางกระดี่ เพลงที่นิยมบรรเลงมี 3 เพลงสำคัญ คือเพลงสามเส้า เพลงสีนวลและเพลงทะเลแย้ รูปแบบการบรรเลงเป็นการบรรเลงหมู่ด้วยเครื่องดนตรี 6 ชิ้น ประกอบด้วยจะเข้ ซอด้วง ซอสามสายมอญ ขลุ่ย กลองและฉิ่ง การบรรเลงใช้วิธีการจดจำทำนองเพลง ออกเสียงตามทำนองเพลง ผู้เล่น 6 คนตามดนตรีที่ถนัด ความไพเราะที่เป็นอัตลักษณ์ เพลงมอญเป็นเพลงที่มีท่วงทำนองอ่อนหวาน ช้า หรือหวานระคนเศร้า เพลงมอญจึงเหมาะกับบรรยากาศสงบไม่อีกทีก บางเพลงมีท่วงทำนองโหยหวนเศร้าโศก อย่างไรก็ตามเพลงมอญบางเพลงก็ให้ความสนุกสนานครึกครื้นได้เช่นกัน ผู้บรรเลงจึงควรเลือกเพลงบรรเลงให้เหมาะสมกับโอกาสและผู้ฟังเป็นสำคัญ ความไพเราะของเพลงอยู่ที่เสียงดนตรีที่บรรเลงกลมกลืนสอดประสานกับบรรยากาศของงานและวัตถุประสงค์ของการบรรเลง มีทำนองบรรเลงต่อเนื่อง ผสมผสานอย่างกลมกลืนกัน ใช้เครื่องดนตรีประเภทเครื่องกำกับ จังหวะ ได้แก่ กลองและฉิ่ง และรูปแบบของเสียงโดยรวมของเครื่อง ดนตรีแต่ละชนิด การบรรเลงเพลงในพิธีกรรมจะมีความสัมพันธ์กับขั้นตอนที่กำลังประกอบในพิธี ในด้านคุณลักษณะทางดนตรี เดิมเคยใช้การบรรเลงทั้งในงานมงคลและงานอวมงคล แต่ปัจจุบันนิยมนำมาใช้บรรเลงเฉพาะในงานศพและบรรเลงประกอบการเล่นทะเลยมอญ การใช้ประโยชน์ของเพลงมอญจึงจำกัดและลดน้อยลงเช่นเดียวกับการเล่นทะเลยมอญ

2. ชุมชนมีความต้องการในการอนุรักษ์ สืบสาน การพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากเพลงมอญชุมชนบางกระดี่ ในแต่ละมิติตามลำดับความต้องการดังนี้

การอนุรักษ์: 1) สนับสนุนให้เพลงมอญเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน มีบทบาทในชุมชนและมีการใช้เพลงมอญในงานประเพณีต่าง ๆ มากขึ้น 2) จัดทำสื่อเผยแพร่ให้เห็นคุณค่า ภูมิปัญญา เพลงมอญและการบรรเลงเพลงมอญให้เป็นที่รู้จัก 3) สนับสนุนให้ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมมอญชุมชนบางกระดี่ มีบทบาทในการอนุรักษ์เพลงมอญและสร้างเครือข่ายครูเพลงในชุมชนและนอกชุมชน

การสืบทอด: 1) จัดให้มีหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนการบรรเลงเพลงมอญและดนตรีมอญในสถานศึกษาและในชุมชน 2) ส่งเสริม สร้างเครือข่าย ยกย่องครูเพลงครูดนตรีมอญให้มีบทบาทในการสืบสานเพลงมอญอย่างเป็นรูปธรรม 3) จัดให้มีครูภูมิปัญญามีบทบาทในการถ่ายทอดการบรรเลงเพลงมอญ 4) ส่งเสริมเด็กและเยาวชนเป็นทายาทเพลงมอญ

การพัฒนา: 1) พัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนดนตรีมอญในสถาบันอุดมศึกษา 2) วิจัยพัฒนาและยกระดับความไพเราะและการใช้ประโยชน์ของเพลงมอญ 3) พัฒนาเพลงและเครื่อง

ดนตรีบรรเลงเพลงมอญให้มีการบรรเลงอย่างแพร่หลาย 4) พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับเพลงมอญเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การใช้ประโยชน์: 1) วิจัยพัฒนาอัตลักษณ์ และสร้างคุณค่าเพิ่มของเพลงมอญ 2) วิจัยและส่งเสริมการใช้ประโยชน์และการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเพลงมอญ 3) ชุมชนส่งเสริมการใช้ประโยชน์ของเพลงมอญเชิงสร้างสรรค์

3. ผลการพัฒนาเพลงมอญเป็นโน้ตไทยและโน้ตสากล เลือกเพลงมอญเพื่อพัฒนาโน้ตเพลงทั้งโน้ตไทยและโน้ตสากล 3 เพลงคัดสรรประกอบด้วยเพลงสามเส้า เพลงสีนวลและเพลงทะเลพัฒนาเพลง สำหรับการบรรเลงแบบหมู่ เครื่องดนตรีที่ใช้ 6 ชิ้น ประกอบด้วย จะเข้ ซอด้วง ซอสามสายมอญ ขลุ่ย กลองและฉิ่ง ผู้เล่น 6 คน

โน้ตไทย จังหวะ 2 ชั้น ตกจังหวะในและท้ายห้อง ท้ายเพลงแต่ละเพลงออกลูกหมด (จบ) เขียนโน้ตเป็นอักษรไทย แทนเสียง โด เร มี ฟา ซอล ลา ซี ในแต่ละห้อง

โน้ตสากล ใช้ตัวโน้ตสากลแทนเสียงดนตรี (Music Notation) บอกความสั้น-ยาว, สูง-ต่ำของระดับเสียง บนบรรทัดเสียงห้าเส้น (Staff) กำหนดตัวโน้ต (Note) และค่าตัวโน้ตที่สามารถเปรียบเทียบค่าความยาวของเสียงเป็นการเฉพาะ มีการกำหนดตัวหยุด (Rest) กุญแจ (Clef) เส้นกันห้อง (Bar line) การเพิ่มค่าตัวโน้ต เครื่องหมายกำหนดจังหวะ และอัตราจังหวะ ตามทฤษฎีดนตรีสากล

ทั้งโน้ตไทยและโน้ตสากลที่พัฒนาขึ้น มีคุณภาพในระดับ “ดีเยี่ยม” ใช้ได้กับดนตรีประกอบการบรรเลงเพลงมอญโดยเฉพาะและเครื่องดนตรีอื่นที่เล่นตามโน้ตสากลได้ เอื้อประโยชน์ทั้งในการบรรเลง การเรียนรู้ การฝึกฝน การจัดการเรียนการสอน รวมทั้งการพัฒนาเครื่องดนตรีและการพัฒนาเพลงมอญให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมโดยรวม

4. รูปแบบการใช้ภูมิปัญญาเพลงมอญเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กำหนด คัดสรรและประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการใช้ภูมิปัญญาเพลงมอญให้บังเกิดประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่มและการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในชุมชนและสังคมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่เหมาะสมและเป็นไปได้ใน 6 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) รูปแบบการสืบทอดและพัฒนาเพลงมอญ โดยการพัฒนาเพลงทั้งโน้ตไทยและโน้ตสากล พัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียน ในชุมชนและในสถาบันอุดมศึกษา ส่งเสริมทุนการเรียนรู้ดนตรีมอญสนับสนุนเครือข่ายเยาวชนสืบทอดและพัฒนาเพลงมอญ และยกย่องสนับสนุนบุคคลภูมิปัญญาเพลงมอญในและนอกชุมชน 2) รูปแบบการสร้างอัตลักษณ์เพลงมอญเพื่อการท่องเที่ยว โดยการสร้างและเผยแพร่อัตลักษณ์เพลงมอญ การฝึกบรรเลงเพลงมอญในกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดนตรีมอญ การบรรเลงเพลงมอญและการแสดงทะเลมอญให้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มของภูมิปัญญาเพลงมอญ โดยการวิจัยพัฒนาต่อยอดเพลงมอญ การพัฒนาการบรรเลงและการแสดง การพัฒนาสื่อเผยแพร่การบรรเลงเพลงมอญและการพัฒนาการบรรเลงประกอบการแสดงทะเลมอญและการบรรเลงประกอบกิจกรรมทางประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน 4) รูปแบบการยกย่องบุคคลภูมิปัญญาเพลงมอญที่มีผลงาน

สร้างสรรค์ โดยการยกย่องบุคคลที่มีผลงานสร้างสรรค์ด้านเพลงมอญ พัฒนาและเพิ่มเครือข่าย
ภูมิปัญญาเพลงมอญ เครือข่ายผู้สนับสนุนการพัฒนาเพลงมอญ และเครือข่ายผู้ใช้เพลงมอญ
5) รูปแบบการเพิ่มพื้นที่การบรรเลงและการเผยแพร่ ส่งเสริมการบรรเลงเพลงมอญในงานเทศกาล
ต่าง ๆ การจัดประกวดการบรรเลงเพลงมอญและดนตรีมอญ การเผยแพร่การบรรเลงทางสื่อสังคม
และสื่อวิทยุโทรทัศน์ การประกวดการบรรเลงเพลงมอญ และการประกวดสื่อเผยแพร่เพลงมอญ
6) รูปแบบการสร้างมูลค่าเพลงมอญในเชิงพาณิชย์ พัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวเนื่องกับเพลงมอญและดนตรี
มอญในเชิงพาณิชย์ โดยการส่งเสริมการพัฒนาเครื่องดนตรีมอญ การวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจาก
เพลงมอญ การพัฒนาตราสัญลักษณ์เพลงมอญชุมชนบางกระดี่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ตรา
สัญลักษณ์เพลงมอญเป็นแบรนด์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาเพลงมอญเป็นทั้งโน้ตไทยและโน้ตสากล 3 เพลงคัตสรร 6 เครื่อง
ดนตรี 6 นักดนตรี โน้ตไทยและโน้ตสากลที่พัฒนาขึ้น มีคุณภาพในระดับ “ดีเยี่ยม” ผู้เกี่ยวข้อง
ทุกฝ่ายมีความเห็นสอดคล้องกันเป็นฉันทามติว่ารูปแบบการใช้ภูมิปัญญาเพลงมอญตามแนวเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ ประกอบด้วย 6 รูปแบบ: การสืบทอดและพัฒนาเพลงมอญ การสร้างอัตลักษณ์เพลงมอญ
เพื่อการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มของภูมิปัญญาเพลงมอญ การยกย่องบุคคลภูมิปัญญาเพลงมอญ
ที่มีผลงานสร้างสรรค์ การเพิ่มพื้นที่การบรรเลงและการเผยแพร่เพลงมอญบางกระดี่ และรูปแบบ
การสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ของเพลงมอญและดนตรีมอญ มีความเหมาะสมและเป็นไปได้
มีข้ออภิปรายเพิ่มเติม คือ

1. การพัฒนาเพลงมอญเป็นโน้ตไทยและโน้ตสากล เป็นความพยายามในการเลียนเสียง
เพลงมอญที่ใช้บรรเลงด้วยการจดจำ เป็นโน้ตไทยและโน้ตสากลที่มีตัวโน้ตแทนเสียงได้อย่างชัดเจน
เป็นแบบแผน จะเอื้อประโยชน์ในการเรียนรู้และการสืบทอดเพลงมอญให้เป็นสากลและแพร่หลาย
และเอื้อประโยชน์ต่อการสืบทอดเพลงมอญในชุมชนบางกระดี่ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ใช้ข้อมูลความต้องการในการอนุรักษ์ สืบสาน พัฒนาและใช้ประโยชน์จากเพลงมอญของชุมชน
เป็นข้อมูลในการพัฒนา นอกจากเพลงที่พัฒนาขึ้นได้ผ่านการตรวจสอบและประเมินคุณภาพ
โดยผู้เชี่ยวชาญในด้านเพลงมอญเป็นการเฉพาะ และรูปแบบการใช้เพลงมอญเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ยังได้ผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้จากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในชุมชนหรือ
อาจกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบแนวทางที่ชุมชนยอมรับ

2. อัตลักษณ์เพลงมอญ ทั้งชนิดเพลงและทำนองการบรรเลงและประโยชน์จากการบรรเลง
สอดคล้องกับงานวิจัย ชโลมใจ กลั่นรอด (2541) ที่ศึกษาทะเลยมอญและพบว่า ทะยมอญ
เป็นการละเล่นของชาวมอญที่ต้องใช้ดนตรีประกอบ และทะเลยมอญมีบทบาทต่อชุมชนบางกระดี่
โดยทำหน้าที่ให้ความบันเทิงและขัดเกลาทางสังคมแต่ยังไม่ได้รับการสืบสานอย่างจริงจัง
สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจินต์ ศรีนรเศรษฐ์ (2558) วิเคราะห์บทบาทและลักษณะของวงดนตรี
ปี่พาทย์มอญเกาะเกร็ด ที่มีสังคีตลักษณ์ของเพลงคล้ายคลึงกันแต่ที่เกาะเกร็ดมีเพลงสำหรับ

การบรรเลงหลากหลายมากกว่า เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ภูริศ ขาวปลื้ม (2562) ศึกษาอัตลักษณ์ เพลงมอญปากเกร็ด พบว่าอัตลักษณ์ ที่โดดเด่นอีกอย่างหนึ่งของเพลงมอญปากเกร็ด คือการบรรเลง ต้องตีแบบช้า ๆ ทั้งมือได้สัดส่วนของทำนอง ส่วนการใช้เพลงมอญในเชิงสร้างสรรค์ สอดคล้อง กับงานวิจัยของ นิธิภัทร บาลศิริ (2559) ที่ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบ มีส่วนร่วมเพื่อการอนุรักษ์และสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ชุมชนมอญบางกระดี่ พบว่าการสอนดนตรีมอญในระบบโรงเรียน เป็นหนึ่งของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แบบมีส่วนร่วมเพื่อการอนุรักษ์และสืบทอดวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น และงานวิจัยของ ภริตพร แก้วแกมเสื่อ (2561) ศึกษาการอนุรักษ์ สืบสานและพัฒนางานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องจักสาน ที่เสนอแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการใช้เพลงมอญเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษารูปแบบการใช้เพลงมอญเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพิ่มเติมทั้งเชิงลึกและความครอบคลุมแนวทางการพัฒนาตามรูปแบบที่กำหนด ทั้งโดยการวิจัยพัฒนาและการวิจัยปฏิบัติการ
2. วิจัยพัฒนาหลักสูตรเพลงมอญเชิงสร้างสรรค์ สำหรับการสืบทอดในชุมชน โรงเรียนและ การพัฒนาทรัพยากรบุคคลด้านเพลงมอญและพัฒนาเพลงมอญตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน สถาบันอุดมศึกษา
3. การวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเพลงมอญและดนตรีมอญ พัฒนาราสัญลักษณ์เพลง มอญชุมชนบางกระดี่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ตราสัญลักษณ์เพลงมอญเป็นแบรนด์ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์

เอกสารอ้างอิง

- จินตนา สุขจรรย์. (2549). การศึกษาและการพัฒนาชุมชน. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาธิป เผ่าพันธุ์. (2549). ระเบียบวิธีการบรรเลงเพลงพระฉันทมอญ สืบค้นจาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle> เมื่อ 10 ธันวาคม 2564.
- บุญชม ศรีสะอาด (2548) วิธีสถิติสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร สุวีริยาสาสน์.
- ประคอง กรรณสูต. (2542). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปริตรตา เฉลิมเผ่า กอนันตกุล และคณะ. (2547). รายงานฉบับสมบูรณ์เรื่องวิจัยและพัฒนา พิพิธภัณฑสถานท้องถิ่น ระยะที่ 1 สร้างเครือข่ายและสำรวจสภาพพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ปาริชาติ วลัยเสถียร. (2542). ชุมชนและลักษณะความเป็นชุมชน. เอกสารประกอบการศึกษา พช. 612 ทฤษฎีการพัฒนาและการพัฒนาชุมชน (น. 4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, ภาควิชาการพัฒนาชุมชน

- พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. (2564). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน**. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2564.
- สุจริตลักษณ์ ดีผดุง และคณะ. 2542. **สารานุกรมกลุ่มชาติพันธุ์มอญ**. นครปฐม : สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุชาดา จักรพิสุทธิ . (2547). การศึกษาทางเลือกของชุมชน, **วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น**, 27 (4), 18-23.
- สุวัฒน์ชัย สวัสดิผล. (2552). **ทฤษฎีสังคมกับการจัดการศูนย์การเรียนรู้: กรณีศึกษา พิพิธภัณฑ์ชุมชนมอญบางกระตี เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ. (2564). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย**. เอกสารประกอบการบรรยาย Brookfield, S.D. (1984). **Self-Directed Adult Learning : Critical Paradigm**. Adult Education Quarterly 35,2.
- Griffin, Colin. (1983). **Curriculum Theory in Adult Lifelong Education**. London : Croom Education . (2nd edition)
- Kaplan, Robert S. & Norton, David P. (1996). **The Balanced Scorecard : Translating Strategy into Action**. Massachusetts: Harvard Business School Press. The Association of Southeast Asian Nations. (2009). **ASEAN SOCIO-CULTURAL COMMUNITY BLUEPRINT**. Jakarta. ASEAN secretariat.
- Wheeler, L. L. (2003). **“Building a Learning Organization : A Native American Experience,”**. Dissertation Abstracts International. 63 (7) : 2438-A.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. New York: Harper and Row.

มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการประกันชราภาพจากการจ้างงานผู้สูงอายุ ตามกฎหมายประกันสังคม

Legal Measures on the Old Age Insurance According to Social Security Law

ศุภกิจ กอซื่อ

Suphakit korsue

สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 089-7629954

Laws Program Faculty of Law, Bangkokthonburi University, 089-7629954

e-mail: mrsuphakit10121964@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการประกันชราภาพผู้สูงอายุตามกฎหมายประกันสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจ้างงานผู้สูงอายุของประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการจ้างงานผู้สูงอายุของประเทศไทย 3) เพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยการจ้างงานผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานและเป็นธรรม ผู้สูงอายุในประเทศไทยจนถึงปัจจุบันและในอนาคต

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร ศึกษากฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ จากนั้นนำข้อมูลมาเรียบเรียงโดยการพรรณนาและการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อสรุปและแนวทางในการกำหนดเป็นกฎหมายเกี่ยวกับจ้างงานของผู้สูงอายุต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้สูงอายุจำเป็นต้องได้รับการช่วยเหลือดูแลในหลายด้าน จึงจำเป็นต้องออกกฎหมายประกันสังคมมาเพื่อให้ความคุ้มครองแก่บุคคลเหล่านี้ ปัจจุบัน ประเทศต่าง ๆ ในโลกก็จะมีกฎหมายออกมาดูแลผู้สูงอายุในรูปแบบของกฎหมายประกันสังคมและกฎหมายสวัสดิภาพผู้สูงอายุในรูปแบบต่าง ๆ 2) ปัญหาทางกฎหมายที่พบ ได้แก่ ปัญหาการจ่ายเงินสมทบกรณีชราภาพ ปัญหาการกำหนดอายุเกษียณ และปัญหาการกำหนดอัตราการจ่ายเงินบำนาญชราภาพ 3) แนวทางการแก้ไข ควรแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 เดิม มาตรา 76 เรื่องระยะเวลาจาก 180 เดือนเป็น 120 เดือน มาตรา 77 ทวิ เรื่องอายุเกษียณจาก 55 ปีบริบูรณ์เป็น 50 ปีบริบูรณ์ และการกำหนดอัตราการจ่ายเงินบำนาญชราภาพ ควรแก้ไขเพิ่มเติมจากจ่ายบำนาญชราภาพจากร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 30

คำสำคัญ : มาตรการทางกฎหมาย, การประกันชราภาพผู้สูงอายุ, กฎหมายประกันสังคม

Abstract

A study of legal measures related to old age insurance under social security law. The objectives were 1) to study the concepts and theory of legal measures relating to the employment of the elderly in Thailand; 2) to study legal problems related to the employment of the elderly in Thailand; 3) to propose guidelines for improving the law on elderly employment in Thailand. Standard and fair employment of the elderly Elderly people in Thailand now and in the future.

This research is a qualitative research by using document research method. Study Thai and foreign laws related to the elderly. The data were then compiled by systematic description and analysis in order to come to a conclusion and a guideline for defining the law on the employment of the elderly.

The results found that 1) the elderly need to be assisted in many aspects. Therefore, it is necessary to enact social security laws to provide protection for these people. Nowadays, many countries in the world have laws to care for the elderly in the form of social security laws and welfare laws for the elderly in various forms. 2) The legal problems encountered include the problem of paying contributions in the case of old age. The problem of determining the retirement age and the problem of determining the rate of payment of old-age pension 3) Should amend the Social Security Act 1990, Section 76 regarding the period from 180 months to 120 months, Section 77 Bis on the retirement age from 55 years of age to 50 years of age and the determination of the old age pension payment rate should be amended from 20% to 30%.

Keywords : legal measures, old age insurance, social security law

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยมีกฎหมายที่ให้การรับรองสิทธิของผู้สูงอายุเป็นการเฉพาะซึ่งมีชื่อว่า พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 โดยสาระของกฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดความหมายของผู้สูงอายุ ว่าหมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย ซึ่งในเวลาต่อมามีการแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2553

แรงงานสูงอายุในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเมื่อเทียบอัตราส่วนกับแรงงานอายุน้อย การกำหนดค่าจำกัดความ “แรงงานสูงอายุ” จะทำให้การปรับใช้กฎหมายเกิดความแน่นอน อย่างไรก็ตาม การกำหนดนิยามไว้ก็มีข้อดีอยู่เพราะจะทำให้กฎหมายขาดความยืดหยุ่นมาตรการการใช้แรงงาน

โดยที่สภาพทางกายภาพของแรงงานสูงอายุ (older workers) มีความแตกต่างจากแรงงานที่มีอายุน้อย (youth workers) จึงมีความจำเป็นที่จะต้องกำหนดมาตรการการใช้แรงงานสำหรับแรงงานสูงอายุ โดยควรคำนึงถึงเพศ ช่วงอายุและลักษณะของงานเป็นเกณฑ์พิจารณากฎหมายคุ้มครองแรงงานของไทยได้กำหนดมาตรการการใช้แรงงานเด็กและแรงงานหญิงไว้แล้ว

มาตรการสวัสดิภาพ และ สวัสดิการการจัดสวัสดิภาพและสวัสดิการให้แก่แรงงานสูงอายุควรมุ่งไปที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน รวมถึงลดถึงการฝึกอบรมแรงงานสูงอายุให้รู้เทคโนโลยีสมัยใหม่หรือสามารถทำงานใหม่ ๆ เพื่อให้ทำงานร่วมกับแรงงานอายุน้อยได้ (Working participation) ดังนั้น จึงควรมีการตรากฎหมายการจ้างแรงงานสูงอายุ ที่อยู่บนพื้นฐานของสภาพปัญหาการจ้างแรงงานสูงอายุ ซึ่งปรากฏในปัจจุบัน เพื่อให้กฎหมายสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสามารถใช้แก้ไขปัญหาได้ ทั้งนี้มาตรการทางกฎหมายควรมีทั้งมาตรการควบคุมและมาตรการส่งเสริมที่ได้สัดส่วนกัน เพื่อให้ทั้งลูกจ้างและนายจ้างได้รับประโยชน์จากการใช้บังคับกฎหมายอย่างสมดุลปัญหาการตรากฎหมายการจ้างแรงงานสูงอายุในประเทศไทย ได้แก่ ปัญหาระยะเวลาการจ่ายเงินสมทบชราภาพปัญหาการกำหนดอายุการได้รับสิทธิประโยชน์และปัญหาคำหนดอัตราการจ่าย ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการประกันชราภาพผู้สูงอายุตามกฎหมายประกันสังคม เพื่อให้ผู้สูงอายุอยู่ในสังคมของการจ้างงาน มิได้เป็นภาระสังคมและผู้สูงอายุได้รับความเป็นธรรม โดยจะศึกษาเปรียบเทียบกับต่างประเทศที่พัฒนาแล้ว ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศเยอรมัน ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศฝรั่งเศส

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจ้างงานผู้สูงอายุของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการจ้างงานผู้สูงอายุของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายต่างประเทศ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศเยอรมัน ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศฝรั่งเศส
4. เพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายว่าด้วย การจ้างงานผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานและเป็นธรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจ้างงานผู้ชราภาพ

ความหมายของผู้สูงอายุ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน มิได้ให้ความหมายคำว่า ผู้สูงอายุ ไว้แต่อย่างใด ปรากฏแต่เพียงคำว่า “ชรา” หมายถึงแก่ด้วยอายุ ชำรุดทรุดโทรม แต่คำนี้ไม่เป็นที่นิยมใช้มากนัก คำว่า คนชรา ก่อให้เกิดความหดหู่ใจ ความถดถอย และสิ้นหวัง ดังนั้น คำว่าผู้สูงอายุถูกบัญญัติขึ้นครั้งแรกในประเทศไทยโดย พล.ต.ต.หลวงอรรถสิทธิ สิทธิสุนทร เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2505 การกำหนดเกณฑ์อายุมีความแตกต่างกันจึงเป็นการยากที่จะทำให้มีการยอมรับในทุกประเทศดังนั้นที่ประชุม

สมัครหาโลกว่าด้วยเรื่องผู้สูงอายุที่กรุงเวียนนา ได้กำหนดให้ผู้ที่มิอายุตั้งแต่ 60 ปี ถือว่าเป็นผู้สูงอายุ และให้ใช้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก

สภาพแรงงานผู้สูงอายุในปัจจุบัน

รูปแบบการจ้างงานแรงงานสูงอายุ

จากถอดบทเรียนสถานประกอบการที่มีการจ้างแรงงานสูงวัย (ศุภชัย ศรีสุชาติ และแก้วขวัญ ตั้งติพงษ์กุล, 2559) พบว่า การจ้างงานแรงงานสูงอายุมิรูปแบบสำคัญ คือ การจ้างงานกลับมาใหม่ หรือการขยายอายุการเกษียณ และการจ้างแบบยืดหยุ่นมีความเป็นอิสระ ทั้งสองรูปแบบมีความแตกต่างกันในทางปฏิบัติคือ

การจ้างงานกลับมาเข้ามาใหม่เป็นการให้แรงงานมีการเกษียณอายุการทำงานตามปกติ เช่น เมื่อถึงอายุ 55 ปีและเกษียณก็จะมีภาระประเมินเพื่อจ้างงานกลับมาใหม่ โดยยังคงให้ค่าจ้างและสวัสดิการตามที่มีการตกลงกัน ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ต่างจากเดิม และภารกิจอาจเหมือนเดิม ทั้งนี้การดำเนินการตามวิธีนี้ หากแรงงานสูงวัยมีสิทธิตามเงื่อนไขของการได้รับบำเหน็จหรือบำนาญชราภาพก็จะได้รับเงินส่วนนั้นจากกองทุนประกันสังคม และได้รับเงินค่าตอบแทนจากการจ้างงานใหม่ และเมื่ออายุของแรงงานยังไม่ถึง 60 ปี ก็สามารถกลับเข้าสู่ระบบประกันสังคมใหม่ได้ แต่ระยะเวลาของการสะสมเงินเข้ากองทุนก็จะเริ่มต้นนับใหม่ซึ่งอาจไม่คุ้มกับการสะสมในระยะยาว สัญญาการจ้างงานใหม่ส่วนใหญ่เป็นลักษณะปีต่อปีเพื่อเป็นการประเมินศักยภาพในการทำงานของแรงงานกลุ่มนี้อย่างเป็นระยะ ๆ

การขยายอายุการเกษียณ เป็นการให้โอกาสแรงงานสูงวัยในการที่จะทำงานต่อ โดยกิจการอาจมีเกณฑ์การเลือกให้แรงงานสูงวัยคนใดทำงานต่อโดยยังไม่เป็นการเกษียณ ส่งผลให้แรงงานสูงวัยกลุ่มนี้จะไม่ได้รับสิทธิประโยชน์จากกองทุนประกันสังคม เนื่องจากยังอยู่ในสถานะของผู้ประกันตน และผลประโยชน์ในรูปแบบของค่าตอบแทนและสวัสดิการอาจมีมูลค่าเท่าเดิม การขยายอายุการเกษียณที่ยังไม่ทำให้แรงงานสูงวัยพ้นจากสภาพการจ้างงาน ส่งผลให้แรงงานสูงวัยไม่ได้รับบำเหน็จหรือบำนาญจากกองทุนประกันสังคม อย่างไรก็ตาม แรงงานสูงวัยก็จะได้รับการสะสมช่วงเวลาตามเงื่อนไขของกองทุนประกันสังคม ซึ่งจะช่วยให้อัตราการได้รับบำนาญจะสูงขึ้นตามจำนวนปีที่เพิ่มขึ้นจากการสมทบอย่างน้อยขั้นต่ำ 180 เดือน และเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 1.5 ในทุกการสมทบเพิ่มขึ้น 12 เดือน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (documentary research) กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ อาทิ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 และพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 กฎหมายของต่างประเทศ อาทิ อนุสัญญาขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) ได้แก่ ข้อเสนอว่าด้วยการเลือกปฏิบัติในการจ้างงานและอาชีพ รวมถึงระบบการจ้างงานของผู้สูงอายุในต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์

ประเทศเยอรมัน ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศฝรั่งเศส จากนั้นนำข้อมูลมาเรียบเรียงโดยการพรรณนาและการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อสรุปและแนวทางในการกำหนดเป็นกฎหมายเกี่ยวกับจ้างงานของผู้สูงอายุต่อไป

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นข้อมูลทุติยภูมิ โดยการรวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ ตำรับกฎหมายคำพิพากษาที่เกี่ยวข้อง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งของไทยและต่างประเทศ อาทิ กฎหมายการจ้างงานของประเทศสิงคโปร์ ประเทศเยอรมัน ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศฝรั่งเศส ในด้านสิทธิการจ้างงานของผู้สูงอายุ และโอกาสการขยายการจ้างงานของผู้สูงอายุ สภาพของปัญหาและการจ้างงานของผู้สูงอายุเพื่อชี้ให้เห็นถึงแนวความคิด ความเป็นมาเจตนารมณ์ของกฎหมายที่เกี่ยวกับการจ้างงานของผู้สูงอายุ

4. ขอบเขตของการวิจัย เป็นการศึกษาจาก เอกสารโดยศึกษาเกี่ยวกับสิทธิการจ้างงานของผู้สูงอายุกฎหมายการจ้างงานของผู้สูงอายุเท่านั้น มาตรการทางกฎหมายและเป็นธรรม ปัญหาที่เป็นธรรมและไม่เป็นธรรม

หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงานผู้สูงอายุของต่างประเทศและประเทศไทย

1. หลักกฎหมายเกี่ยวกับแรงงานผู้สูงอายุของต่างประเทศ

1.1 ประเทศสิงคโปร์

สิงคโปร์ไม่ได้มีกฎหมายการประกันสังคมขึ้นโดยเฉพาะ แต่ได้ออกกฎหมายจัดตั้งระบบกองทุนเงินสำรองเลี้ยงชีพกลาง (Central Provident Fund Law, 2001 with 2002, 2003 and 2004 amendment) ซึ่งถือเป็นระบบคุ้มครองทางสังคม (Social Security) ของประเทศสิงคโปร์มาตั้งแต่ปี 1955 โดยเน้นการสร้างระบบเงินออมสำหรับผู้ทำงานในระบบการจ้างงานทั้งหมด และนับตั้งแต่ปี 1968 เป็นต้นมา กองทุนนี้ได้ขยายบทบาทไปถึงการได้เป็นเจ้าของบ้านที่อยู่อาศัย การลงทุนก่อนเกษียณ การออมเพื่อการรักษาพยาบาลแบบบังคับ การประกันชีวิต การประกันภัยทรัพย์สิน การประกันสุขภาพ และการประกันสุขภาพด้วย และในปี 2002 ได้มีการเพิ่มโครงการการดูแลสุขภาพระยะยาวที่ไม่ใช่การรักษาตัวในโรงพยาบาลด้วย

ระบบคุ้มครองทางสังคมของสิงคโปร์ในปัจจุบัน จึงมี 4 โครงการหลัก ดังต่อไปนี้

1) กองทุนเงินสำรองเลี้ยงชีพกลาง (Central Provident Fund) ซึ่งให้สิทธิประโยชน์แก่ลูกจ้างและคนทำงานเมื่อเกษียณอายุงานแล้ว

2) โครงการสนับสนุนการมีที่อยู่อาศัย (Home Ownership) โครงการบ้านของรัฐช่วยให้ชาวสิงคโปร์สามารถมีที่อยู่อาศัยยามเกษียณอายุงานแล้วได้

3) โครงการดูแลสนับสนุนด้านสุขภาพ (Healthcare Subsidies and “3M” : Medisave, MediShield และ Medifund) ซึ่งให้ความคุ้มครองแก่ชาวสิงคโปร์ด้านการรักษาพยาบาล

4) โครงการ Workfare ต่าง ๆ เช่น Workfare Special Bonus และ Workfare Income Supplement รวมทั้ง Workfare Training Support ที่ส่งเสริมและสนับสนุนคนทำงานสูงอายุที่มี

รายได้น้อยยังคงสามารถทำงานต่อไปได้ โดยเมื่อเกษียณอายุงานไปแล้วสามารถได้รับสิทธิประโยชน์ด้านการรักษาพยาบาลและเงินช่วยเหลือต่าง ๆ อย่างเต็มที่

2. หลักกฎหมายเกี่ยวกับแรงงานผู้สูงอายุของประเทศไทย

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเลิกจ้างของประเทศไทยมีหลายฉบับ ซึ่งจะได้อธิบายแต่ละฉบับดังนี้

2.1. ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะจ้างแรงงาน ได้ให้ความหมาย ของการจ้างแรงงานลูกจ้าง และนายจ้างไว้หลายประเด็น โดยแยกตามประเด็นได้ ดังต่อไปนี้

2.1.1 ความหมายของลูกจ้างและนายจ้าง

ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 575 ได้ให้ความหมายของสัญญาจ้างแรงงานไว้แล้วนั้น พอสรุปใจความสำคัญว่า สัญญาจ้างแรงงาน หมายความว่า สัญญาซึ่งทำขึ้นระหว่าง นายจ้าง และลูกจ้าง ซึ่งได้ตกลงทำงานให้แก่กันโดยมีค่าตอบแทน

สัญญาจ้างแรงงาน เป็นสัญญาต่างตอบแทนก่อให้เกิดหนี้ของคู่สัญญาทั้ง 2 ฝ่าย โดยฝ่ายลูกจ้างมีหนี้ที่จะต้องกระทำการ (ทำงาน) ให้แก่นายจ้าง และขณะเดียวกันนายจ้างก็มีหนี้ที่จะต้องกระทำการ (จ่ายสินจ้าง) เป็นการตอบแทนตลอดเวลาที่ลูกจ้างทำงานให้

3. พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533

พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2497 เป็นกฎหมายฉบับแรกที่มีบทบัญญัติให้หลักประกันและให้ความช่วยเหลือแก่คนสูงอายุ โดยมีการจัดตั้งหลักเกณฑ์การประกันกรณีชราภาพ ให้ผู้ที่ทำงานและต้องเกษียณอายุจะได้รับเงินบำนาญเป็นค่าเลี้ยงชีพ แต่กฎหมายฉบับนี้ไม่มีผลบังคับใช้เนื่องจากขณะนั้นสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมไม่อำนวยให้นำกฎหมายนั้นมาใช้บังคับ ต่อมาภายหลังได้ออกพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 ซึ่งถือเป็นกฎหมายฉบับแรกที่มีผลบังคับใช้เพื่อเป็นหลักประกันและให้ความช่วยเหลือแก่ลูกจ้างสูงอายุที่ทำงาน โดยพระราชบัญญัติฉบับนี้มีเจตนารมณ์ในการสร้างความมั่นคงและหลักประกันให้กับประชาชนที่ทำงานและมีรายได้ประจำ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับลูกจ้างสูงอายุตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 ให้ความคุ้มครองในกรณีประโยชน์ทดแทนกรณีชราภาพตามมาตรา 77 ประโยชน์ทดแทนในกรณีชราภาพ ได้แก่

- (1) เงินเลี้ยงชีพรายเดือน เรียกว่า เงินบำนาญชราภาพ
- (2) เงินบำเหน็จที่จ่ายให้ครั้งเดียว เรียกว่า เงินบำเหน็จชราภาพ

เงินบำนาญชราภาพเป็นเงินเลี้ยงชีพรายเดือนที่จ่ายให้เป็นประจำตลอดชีวิต ส่วนเงินบำเหน็จชราภาพ หมายถึง เงินบำเหน็จตามจำนวนที่กฎหมายกำหนดและจ่ายให้เพียงครั้งเดียว

สิทธิของลูกจ้างสูงอายุที่จะได้รับเงินบำนาญชราภาพ คือ ลูกจ้างต้องเป็นผู้ประกันตนที่จ่ายเงินสมทบมาเท่ากับหรือเกินกว่า 180 เดือนหรือ 15 ปีหรือมากกว่า 15 ปี และมีอายุ 55 ปี และความเป็นผู้ประกันตนสิ้นสุดลง ส่วนกรณีที่ลูกจ้างจ่ายเงินสมทบมาไม่ครบ 180 เดือนและความเป็นลูกจ้างได้สิ้นสุดลง ลูกจ้างจะได้รับเงินบำเหน็จชราภาพ ในกรณีผู้รับบำนาญชราภาพกลับเข้ามาเป็นผู้ประกันตนให้ส่งจ่ายเงินบำนาญชราภาพจนกว่าความเป็นผู้ประกันตนจะสิ้นสุดลงอีก ดังนั้นจึงมีผลทำให้ลูกจ้างที่รับบำนาญชราภาพอยู่แล้ว ถ้ากลับเข้าไปเป็นลูกจ้างอีกครั้งจะไม่ได้รับเงินบำนาญชรา

ภาพที่เคยรับอยู่เดิม และลูกจ้างจะต้องจ่ายเงินสมทบกองทุนประกันสังคมต่อไปจนกว่าจะสิ้นสภาพการเป็นลูกจ้าง ทั้งนี้สำหรับเงื่อนไขการกลับเข้าเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 33 กำหนดคุณสมบัติเรื่องอายุของผู้ประกันตนไว้แล้ว ดังนั้น ลูกจ้างต้องกลับเข้าเป็นผู้ประกันตนในขณะที่มีอายุไม่เกิน 60 ปี

กรณีผู้รับบำนาญชราภาพกลับเข้าเป็นลูกจ้างและต่อมาลูกจ้างสิ้นสภาพการเป็นลูกจ้างอีกครั้งลูกจ้างมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทน ดังนี้

(1) ได้รับเงินบำนาญชราภาพ ตามจำนวนเงินบำนาญชราภาพเดิมที่เคยรับมาแล้ว

(2) เงินบำนาญที่เพิ่มอีกร้อยละ 1 ของระยะเวลาการจ่ายเงินสมทบที่เพิ่มขึ้นทุก ๆ 12 เดือน สำหรับการจ่ายเงินสมทบในช่วงระยะเวลาที่กลับเข้าเป็นผู้ประกันตนครั้งหลัง ทั้งนี้ โดยคิดคำนวณร้อยละ 1 ของค่าจ้างที่ใช้เป็นมูลฐานในการคำนวณบำนาญชราภาพ (ค่าจ้างเฉลี่ย 60 เดือนสุดท้าย)

4. พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546

พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 เป็นกฎหมายได้ตราขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินการงานเกี่ยวกับคุ้มครอง การส่งเสริม และการสนับสนุนต่อสิทธิประโยชน์ของผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ เช่น ให้ผู้สูงอายุมีอาชีพ หรือกิจกรรมที่เหมาะสมตามวัย และการจัดสวัสดิการจากรัฐที่เพียงพอแก่ผู้สูงอายุเพื่อไม่เป็นภาระแก่สังคมและบุคคลในครอบครัว ในมาตรา 11 แห่งพระราชบัญญัติผู้สูงอายุถือเป็นหลักสำคัญที่บัญญัติรับรองสิทธิของผู้สูงอายุให้ได้รับสิทธิการคุ้มครอง การส่งเสริม และการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของผู้สูงอายุให้ได้รับการดูแลเอาใจใส่ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีมากขึ้น

วิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการจ้างงานชราภาพผู้สูงอายุตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533

1. กรณีต้องออกจากงานเพราะชราภาพ

1.1 การใช้สิทธิประโยชน์ในกรณีชราภาพของลูกจ้างประจำตามกฎหมายเพราะเหตุว่าลูกจ้างเป็นผู้ที่ถูกฝ่ายนายจ้างเอาเปรียบทางสังคม ไม่ว่าจะทางด้านเงินทุนและแรงงาน แม้ลูกจ้างจะทำงานหนักเพียงใดผลตอบแทนที่ได้ก็คือค่าแรงงานรายวันโดยคำนวณรวมและนายจ้างจ่ายให้ลูกจ้างทุกสิ้นเดือน

1.2 ปัญหาการเก็บเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมสำนักงานประกันสังคมได้มีการเก็บเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมในอัตราร้อยละ 5 ของเงินค่าจ้างที่นายจ้าง ลูกจ้าง ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม ฐานสูงสุด 15,000 บาทต่อเดือน โดยหักเก็บเข้ากองทุนประกันสังคมกรณีชราภาพร้อยละ 3 ของค่าจ้างเก็บไว้เป็นเงินสมทบชราภาพในยามเกษียณอายุ เช่น กรณีลูกจ้างที่มีค่าจ้างเดือนละ 15,000 บาทถูกหักเงินสมทบ $15,000 \times 0.05 = 750$ บาท เงินสมทบที่ลูกจ้างจ่าย 750 บาททุกเดือนและนายจ้างต้องจ่ายสมทบอีก 750 บาท หักเป็นเงินสมทบกรณีชราภาพของผู้ประกันตนจำนวน 450 บาทต่อเดือน รวมกับนายจ้างอีก 450 บาทต่อเดือน จะเท่ากับว่าลูกจ้างมีเงินสมทบกรณีชราภาพเดือนละ 900 บาท เมื่อผู้ประกันตนอายุครบ 55 ปีบริบูรณ์ และสิ้นสภาพการ

เป็นผู้ประกันตนผู้ประกันตนจะได้รับเงินประโยชน์ทดแทนชราภาพ ที่สะสมเข้ากองทุนประกันสังคม กรณีชราภาพได้ จากสภาพปัญหาการจัดเก็บเงินสมทบและการจ่ายเงินสมทบในปัจจุบันนั้น ไม่สอดคล้องกันเนื่องจากอัตราการจัดเก็บเงินสมทบค่อนข้างน้อยเพียงร้อยละ 5 ต่อเดือน เมื่อเทียบกับ อัตราเงินประโยชน์ทดแทนที่จะต้องจ่ายให้กับผู้ประกันตนรวม 7 กรณี ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทดแทน เจ็บป่วย ว่างาน คลอดบุตร สงเคราะห์บุตร ชราภาพ ทูพพลภาพ และเสียชีวิต จะเห็นได้ว่าอัตราการ จัดเก็บเงินสมทบนั้นน้อยมาก แต่กองทุนประกันสังคมจะต้องจ่ายประโยชน์ทดแทนทั้ง 7 กรณี ดังกล่าวตามลักษณะของการประสบเคราะห์ภัยนั้น

2. กรณีการจ้างแรงงานผู้สูงอายุ

2.1 กฎหมายในประเทศไทยที่บัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้สูงอายุมีจำนวนหลายฉบับ เช่น ประมวลกฎหมายอาญา หมวด 4 ว่าด้วยความผิดฐานทอดทิ้งเด็ก คนป่วยเจ็บ หรือคนชรา มาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ.2522 และมาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติการรถไฟขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย พ.ศ.2543 มาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 เป็นต้น กฎหมายเหล่านี้มีการใช้ถ้อยคำเกี่ยวกับผู้สูงอายุแตกต่างกันไปในการสื่อถึงผู้สูงอายุ ซึ่งได้แก่คำว่า ผู้สูงอายุ คนสูงอายุ และคนชรา แต่ไม่มีกฎหมายฉบับใดที่ให้ความหมายของผู้สูงอายุไว้เป็นการเฉพาะ จะมีปรากฏอยู่ในกฎหมายเพียงฉบับเดียวที่กำหนดบทนิยามของคำว่าผู้สูงอายุไว้ คือตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 บัญญัติว่า “ผู้สูงอายุ” หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย ความหมายของผู้สูงอายุตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุเป็นการให้ นิยามของผู้สูงอายุที่สอดคล้องกับนานาประเทศที่ได้ตกลงร่วมกัน จากการประชุมเพื่อรับรอง แผนปฏิบัติการระหว่างประเทศว่าด้วยการดำเนินงานด้านผู้สูงอายุ ณ กรุงแมดริด ประเทศสเปน ได้ ตกลงร่วมกันโดยให้คำจำกัดความของผู้สูงอายุ (Older Person) หมายถึงบุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป การกำหนดอายุของผู้สูงอายุตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุเป็นการให้ความหมายในทางสังคม แต่คำ จำกัดความของผู้สูงอายุตามความหมายของพระราชบัญญัติผู้สูงอายุจะนำมาใช้ในความหมายของ กฎหมายแรงงานในประเทศไทยนั้นย่อมไม่เหมาะสมสำหรับการให้ความคุ้มครอง ลูกจ้างสูงอายุ เท่าที่ควร กล่าวคือถ้ากำหนดค่านิยามของแรงงานสูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไปนั้นย่อมไม่ เหมาะสมกับตลาดแรงงานในประเทศไทยอย่างแท้จริง เพราะสำหรับประเทศไทยผู้ที่มีอายุ 60 ปี ส่วน ใหญ่จะเป็นวัยที่เกษียณอายุ จึงเป็นวัยที่ไม่ได้ทำงาน ดังนั้นถ้าจะคุ้มครองแรงงานสูงอายุโดยกำหนด อายุของลูกจ้างสูงอายุที่ 60 ปีขึ้นไป ย่อมจะไม่เกิดประโยชน์สำหรับคนสูงอายุที่ทำงานจริง

สรุปผล

1. แนวคิดเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจ้างงานผู้สูงอายุของประเทศไทย

ในต่างประเทศและประเทศไทยมีมาตรการทางด้านนโยบายในการจ้างงานผู้สูงอายุหลังจาก อายุพร้อมทั้งมีการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุกลับเข้ามาสู่ตลาดแรงงาน ทั้งนี้ จากการเปรียบเทียบนโยบาย การส่งเสริมการจ้างงานของต่างประเทศและประเทศไทยสามารถสรุปปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการ จ้างงานผู้สูงอายุของประเทศไทย ได้แก่

1) ปัญหาเกี่ยวกับระยะเวลาของจ่ายเงินสมทบกรณีชราภาพของลูกจ้างประจำ ปัญหาเกี่ยวกับระยะเวลาของจ่ายเงินสมทบกรณีชราภาพของลูกจ้างประจำที่มีระยะเวลาไม่เหมาะสม ตามที่กฎหมายได้กำหนดระยะเวลาต้องส่งไม่น้อยกว่า 180 เดือน หรือ 15 ปีถึงมีสิทธิ โดยลูกจ้างที่ทำงานกฎหมายบังคับให้ต้องจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมทุกคน และ ตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 มาตรา 76 ได้มีการกำหนดให้ไว้ยู่่นั้น แต่การจ่ายเงินก็เป็นการจ่ายเพียงครั้งเดียว ไม่เพียงพอเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

2) ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดอายุการได้รับสิทธิประโยชน์กรณีชราภาพ ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดอายุการได้รับสิทธิประโยชน์กรณีชราภาพต้องมีอายุตามที่กฎหมายกำหนด กล่าวคือ ต้องมีอายุ 55 จึงจะมีสิทธิเบิกเงินดังกล่าว การที่ลูกจ้างได้ส่งเงินจนครบแล้วนั้น แต่ไม่สามารถดำเนินการเบิกเงินดังกล่าวออกมาได้ ทำให้ลูกจ้างเสียโอกาสที่จะได้รับเงินบำนาญชราภาพมาใช้ในระหว่างที่ไม่ได้ทำงานแล้ว

3) ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดอัตราการจ่ายเงินบำนาญชราภาพของลูกจ้างประจำ ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดอัตราการจ่ายเงินบำนาญชราภาพของลูกจ้างประจำสำหรับอัตราการจ่ายเงิน ดังนั้น จึงต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงานผู้สูงอายุของต่างประเทศและประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาเกี่ยวกับระยะเวลาของจ่ายเงินสมทบกรณีชราภาพของลูกจ้างประจำกฎหมาย

ควรแก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 มาตรา 76 เป็น “ผู้ประกันตนจะมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนในกรณีชราภาพต่อเมื่อผู้ประกันตนได้จ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 120 เดือน หรือ 10 ปี ไม่ว่าจะระยะเวลา 120 เดือนจะติดต่อกันหรือไม่ก็ตาม”

การแก้ไขระยะเวลาในการจ่ายเงินสมทบจาก 180 เดือน หรือ 15 ปี เป็น 120 เดือนหรือ 10 ปี ดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ประกันตนมีโอกาสได้รับบำนาญชราภาพมากขึ้น ทำให้มีความมั่นคงในชีวิตมากขึ้น เนื่องจากเดิม การส่งเงินสมทบต้องส่งให้ครบ 180 เดือน หรือ 15 ปี ขึ้นไป เห็นว่าเดิมระยะเวลาการส่งเงินสมทบจาก 180 เดือน หรือ 15 ปี เป็นระยะเวลานานเกินไปกว่าที่ลูกจ้างจะได้รับสิทธิ เพราะลูกจ้างบางคนทำงานกับนายจ้างไม่ครบ 15 ปี แล้ว ลาออกไปทำให้ลูกจ้างขาดสิทธิที่จะได้รับบำนาญในกรณีนี้ไป เนื่องจากในปัจจุบันการหางานทำได้ยากขึ้นกว่าในอดีตมาก การกำหนดหลักเกณฑ์ให้ต้องส่งเงินสมทบ 180 เดือน หรือ 15 ปี เป็นเวลาที่นานเกินไปและไม่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันและไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายประกันสังคมที่ต้องการช่วยเหลือลูกจ้างเพื่อให้ได้รับสวัสดิการและความมั่นคงในชีวิตยามชราภาพ และเมื่อแก้ไขระยะเวลาส่งเงินสมทบใหม่เป็น 120 เดือน หรือ 10 ปี จะมีส่วนช่วยให้ผู้ประกันที่ส่งเงินสมทบครบตามหลักเกณฑ์ได้รับสิทธิสวัสดิการจากรัฐกรณีชราภาพและสมกับหลักการของประกันสังคมในการบำบัดทุกข์บำรุงของประชาชนในฐานะเป็นพลเมืองของได้อย่างแท้จริงสมดังเจตนารมณ์ของกฎหมาย

2. ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดอายุการได้รับสิทธิประโยชน์กรณีชราภาพ

ควรแก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 มาตรา 77 ทวิ แก้ไขเป็น ผู้ประกันตนมีสิทธิได้รับเงินบำนาญชราภาพตั้งแต่เดือนถัดจากเดือนที่อายุครบ 60 ปีบริบูรณ์ เว้นแต่เมื่อมีอายุครบ 60 ปี บริบูรณ์และความเป็นผู้ประกันตนยังไม่สิ้นสุดลงตามมาตรา 38 หรือมาตรา 41 ให้ผู้นั้นมีสิทธิได้รับตั้งแต่เดือนถัดจากเดือนที่ความเป็นผู้ประกันตนสิ้นสุดลง” หรือให้ลูกจ้างได้รับประโยชน์จากเงินบำนาญชราภาพ ตั้งแต่อายุ 50 ปี โดยไม่ต้องรออีก 5 ปี ซึ่งจะสร้างความเป็นธรรมให้แก่ลูกจ้าง เพราะเขาต้องการได้รับเงินไปใช้จ่าย ไม่ใช่ให้รอจนถึงอายุ 55 ปี

3. ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดอัตราการจ่าย เงินบำนาญชราภาพของลูกจ้างประจำ

ควรแก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 76 แห่งพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 ได้กำหนดเงื่อนไขการเกิดสิทธิรับประโยชน์ทดแทนในเรื่องอายุการเกิดสิทธิไว้ว่า ผู้ประกันตนต้องมีอายุครบ 55 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีระยะเวลาการจ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่าสิบห้าปี แต่ถ้าเป็นกรณีที่ลูกจ้างจ่ายเงินสมทบน้อยกว่าสิบห้าปี และสิ้นสุดความเป็นผู้ประกันตน ด้วยเหตุออกจากงาน ทูพพลภาพ หรือตายนั้น กฎหมายไม่ได้บัญญัติครอบคลุมถึงกรณีดังกล่าว ซึ่งถ้าลูกจ้างเริ่มเข้าสู่การทำงานและมีอายุเกิน 45 ปี ก็จะไม่ได้รับประโยชน์ทดแทนกรณีชราภาพ ในกรณีของเงินบำนาญเป็นรายงวดหรือเงินบำเหน็จเป็นเงินก้อน ซึ่งทำให้ลูกจ้างและนายจ้างเกิดความสับสน และเกิดความไม่เป็นธรรมในการรับประโยชน์ทดแทนได้

การกำหนดอัตราเงินสมทบตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง ให้กำหนดโดยคำนึงถึงประโยชน์ทดแทนและค่าใช้จ่ายในการบริหารงานของสำนักงานตามมาตรา 24

การคำนวณเงินเงินสมทบของผู้ประกันตนตามมาตรา 33

ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ในการคำนวณเงินสมทบของผู้ประกันตนแต่ละคนสำหรับเศษของเงินสมทบที่มีจำนวนตั้งแต่ห้าสิบสตางค์ขึ้นไปให้นับเป็นหนึ่งบาท ถ้าน้อยกว่านั้นให้ปัดทิ้ง ในกรณีที่ผู้ประกันตนทำงานกับนายจ้างหลายรายให้คำนวณเงินสมทบจากค่าจ้างที่ได้รับจากนายจ้างแต่ละราย

เอกสารอ้างอิง

Social Security System in The Philippines. **SSS Guidebook**, SSS Corporate Communications Development (CCD), 2016.

The Philippines. **The Revised Implementing Rules and Regulations of the National Health Insurance Act of 2013** (RA 7875 as amended by RA 9241 and 10606) [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก http://www.philhealth.gov.ph/about_us/irr_nhia2013.pdf [22 พฤษภาคม 2561].

กระทรวงแรงงาน. **พระราชบัญญัติประกันสังคม พ..ศ. 2533**, [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก www.mol.go.th [8 พฤษภาคม 2563].

- ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยการจ้างแรงงาน. **กฎหมายแพ่งและพาณิชย์** [ออนไลน์]
เข้าถึงได้จาก <http://bwc.dole.gov.ph/userfiles/file/HandbookEnglish%20Version.pdf> [5 พฤษภาคม 2563].
- พรรัตน์ แสงหาญ. (2561). **การพัฒนารูปแบบการจ้างงานผู้สูงอายุในธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์**. ชลบุรี : คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533. **ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา**, เล่มที่ 107 ตอนที่ 161. (1 ตุลาคม 2564).
- พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546. **ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา**, เล่มที่ 120 ตอนที่ 130 ก. (1 ตุลาคม 2564).
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. **แนวทางการจัดบริการสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุ**, กรุงเทพมหานคร: สถาบันไทยคดีศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- ศุภชัย ศรีสุชาติ และแก้วขวัญ ตั้งติพงศ์กุล. (2559). **โครงการวิจัยถอดบทเรียนสถานประกอบการที่มีการจ้างแรงงานสูงวัย**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย.
- สำนักงานแรงงานไทยในสิงคโปร์, **ระบบการประกันสังคมของประเทศสิงคโปร์**, 2019. [ออนไลน์]
เข้าถึงได้จาก <http://www.mol.go.th/content/52377/1470640336>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. **การสำรวจแรงงาน 2544**. กองนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร, 2555.

ระดับความเข้าใจของนักศึกษาชาวจีนต่อบทบาทของผู้สื่อความ คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

The level of understanding of Chinese students towards the role of
the interpreter Faculty of Music, Bangkok Thonburi University

จันทิมาภรณ์ จันทรมณี

Jantimaporn Jantaramanee

สาขาศึกษาปฐมวัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี , โทรศัพท์ 0818516765

Early Childhood Education , Faculty of Education, Bangkok Thonburi University, Tel 0818516765

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจของนักศึกษาชาวจีนต่อบทบาทของผู้สื่อความ คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษาชาวจีนที่เข้าศึกษาระหว่างปีการศึกษา 2561-2564 ทั้งระดับปริญญาตรี และบัณฑิตศึกษา รวมทั้งสิ้น 552 คน กับผู้สื่อความจำนวน 6 ท่าน และนักศึกษาร่วมตอบแบบสอบถามจำนวน 428 คน คิดเป็นร้อยละ 77.53% ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามขึ้น ให้สอดคล้องกับบริบทและคำถามวิจัย และให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องตรวจประเมิน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ระดับความเข้าใจด้านคุณภาพในการสื่อความประเด็นต่างๆ 2) ระดับความเข้าใจด้านบทบาทของผู้สื่อความ และ 3) ระดับความเข้าใจด้านคุณลักษณะของผู้สื่อความที่มีตรงตามความต้องการ ทำการสำรวจออนไลน์ผ่าน Tencent (<https://wj.qq.com>) ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 2-3 มีนาคม 2565 ได้ผลการวิจัยดังนี้

ประเด็นที่นักศึกษาให้ความเข้าใจมากที่สุดหรือระดับประทับใจ ได้แก่ คุณภาพด้าน ความรวดเร็วในการแปล คำนี้ถึงผู้อื่นเสมอเมื่อการกระทำส่งผลต่อผู้อื่น ใช้น้ำเสียงน่าฟัง ส่วนประเด็นที่เข้าใจน้อยที่ใน ได้แก่ ใช้น้ำเสียงที่ถูกต้อง เนื้อหาหลักๆ ถูกต้อง เนื้อหาทั้งหมดครบถ้วน ระดับความเหมาะสมในการเลือกใช้ระดับภาษา (ลดความแรง) แปลครบทุกประเด็น

ระดับความเข้าใจของนักศึกษาชาวจีนต่อบทบาทของผู้สื่อความทั้ง 3 ด้านสอดคล้องกัน กล่าวคือ ผู้สื่อความที่ 3 มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือผู้สื่อความที่ 6 ผู้สื่อความที่ 5 ผู้สื่อความที่ 1 ผู้สื่อความที่ 2 และ ผู้สื่อความที่ 4 ตามลำดับ โดยทั้งหมดอยู่ในระดับ ดีมาก

คำสำคัญ: ระดับความเข้าใจ, นักศึกษาชาวจีน, บทบาทของผู้สื่อความ

Abstract

The purpose of this research was to study the level of understanding of Chinese students towards the role of translators. Faculty of Music Bangkok Thonburi University. Using the survey research method, the target group were Chinese students

enrolled during the 2018-2021 academic year, undergraduate and graduate students 552 with translator 6 and 428 students or 77.53%. The researcher developed the questionnaire in accordance with the context and research questions and asked the relevant experts to assess 3 aspects: 1) the level of understanding of the quality of translator issues 2) the level of understanding of the role of the translator and 3) the level of understanding of the characteristics of a messenger that meets the needs. An online survey was conducted through Tencent (<https://wj.qq.com>) between March 2-3, 2022. The results were as follows:

The issues that students gave the most understanding, or impression, were the quality of the speed of translation, the consideration of others when their actions influenced others, and the use of a pleasant tone of voice. The less-understood issues in this section include the correct use of vocabulary, the main content is correct, all content is complete, the level of appropriateness in choosing the language level. (reduce the strength) and translate all points

The level of understanding among Chinese students about the roles of communicators in all three areas was consistent. Intermediate 3 had the highest average score, followed by Intermediate 6, Intermediate 5, Intermediate 1, Intermediate 2, and Intermediate 4 respectively. All are at a very good level.

Keywords: level of understanding, Chinese students, role of translator

ความสำคัญของปัญหา

คณะดุริยางคศาสตร์เป็นคณะในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่มีนักศึกษาชาวจีนให้ความสนใจเข้ามาศึกษาเป็นจำนวนมาก ทุกชั้นปีรวมกว่า 500 คน (ธันวาคม 2564) จึงมีความจำเป็นต้องใช้อาจารย์ล่ามหรือ ผู้สื่อความนั้นในปีการศึกษา 2564 มีจำนวน 6 คน (ธันวาคม 2564) ซึ่งยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ความสำคัญของล่ามหรือผู้สื่อความนั้น Burapasiriwat (2020) ได้ยืนยันความต้องการล่ามภาษาเกาหลีของตลาดแรงงานในประเทศไทย ว่ามีความต้องการจำนวนมากไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งนี้ยังไม่รวมล่ามภาษาอื่น ที่น่าจะมีความต้องการเป็นจำนวนมากเช่นกัน ซึ่ง ผู้สื่อความ (interpreter) หรือ อาจารย์ล่าม เป็นผู้มีบทบาทความสำคัญระหว่างนักศึกษา กับ อาจารย์ ทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสารความ แปลความ ขยายความจากผู้สอนสู่ นักศึกษา (เบญญา จริยวิจิตร และเกสสิณี ตรีพงศ์พันธุ์. 2019; ปารณีย์ ศรีสวัสดิ์และคณะ. 2019) แตกต่างจากผู้แปล (translator) จะหมายถึงผู้แปลเอกสารตำรา แต่อาจารย์ล่ามหรือในที่นี้ใช้คำว่า “ผู้สื่อความ” จะทำหน้าที่ แปลความ แบบสรุปความบ้าง ขยายความบ้างให้นักศึกษาชาวจีนเข้าใจ ในเนื้อหาความหมาย โดยนัย เนื่องจากการอธิบายของผู้สอนบางครั้งยกตัวอย่างในบริบทของวัฒนธรรมไทย อาจทำให้ทั้งผู้

แปลผู้เรียนเข้าใจยาก ดังนั้นอาจารย์ล่ามต้องขยายความในบริบทวัฒนธรรมจีนให้นักศึกษาเข้าใจเพิ่มเติม

Yu Jingsong & Wang Huashu (2010) นักวิจัยชาวจีนที่พยายามแนะนำ การแปลโดยใช้คอมพิวเตอร์ช่วย ว่านักศึกษาต้องความเข้าใจและความคิดของ Century Language Service ในเรื่องการออกแบบและเป้าหมายของหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการแปล ตลอดจนการกำหนดแผนการสอน ปัญหาต่างๆ ที่เผชิญในกระบวนการฝึกสอนและแนวทางแก้ไข โดยการใช้เครื่องมือแปลและบริบท เป็นเรื่องสำคัญที่นักศึกษาต้องใส่ใจระหว่างแปล กล่าวได้ว่าเครื่องมือที่ดียังเป็นเพียงผู้ช่วยในการแปล ซึ่งต่างไปจากกรณี ปิยะธำรงค์ชัย (2018) ที่เสนอบทบาทที่สะท้อน บทบาทความแตกต่างทางวัฒนธรรมในการทำงานของล่ามภาษาญี่ปุ่นชาวไทยภายใต้บริบทวัฒนธรรมญี่ปุ่น ซึ่งมีเป็นทางหนึ่งที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยเพียงทำการสำรวจ ข้อมูลเพื่อนำไปพัฒนาบทบาทของล่ามในอนาคต

ดังนั้นความสำคัญของผู้สื่อความหลายๆ ภาษา โดยเฉพาะภาษาจีนยังมีความต้องการสูง และการสำรวจระดับการรับรู้ เพื่อเป็นภาพสะท้อนความเข้าใจจาก ผู้เรียน ผู้สอน จึงเป็นข้อมูลที่สำคัญต้องนำกลับไปทบทวนและปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงาน อีกทั้งยังมิได้มีการศึกษาในมุมมองนี้มาก่อนแม้จะมีความพยายามจะพัฒนาเครื่องมือช่วยแปลสามารถใช้เพียงระดับต้นเท่านั้น เครื่องมือต่างๆ ตัดปัญหาความเข้าใจในบริบทของแต่ละสาขาและวัฒนธรรมของเรื่องราวที่สื่อสาร ดังนั้นการศึกษา ระดับความเข้าใจของนักศึกษาชาวจีนต่อบทบาทของผู้สื่อความ ของคณะดุริยางคศาสตร์ ซึ่งมีเนื้อหาเฉพาะทาง ทำให้ผู้สื่อความ จำเป็นต้องศึกษาภาษาเฉพาะทางดุริยางคศาสตร์พร้อมกับบริบททางวัฒนธรรม และเพื่อนำไปปรับปรุงการทำงานต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจของนักศึกษาชาวจีนต่อบทบาทของผู้สื่อความ คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้รับความคิดเห็นจากผู้เรียน ผู้สอนในด้านต่างๆ มากยิ่งขึ้น สามารถนำไปความคิดเห็นไปปรับปรุงการปฏิบัติงานของผู้สื่อความได้ต่อไป

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาระดับความเข้าใจของนักศึกษาชาวจีนต่อบทบาทของผู้สื่อความ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษาชาวจีนที่เข้าศึกษาระหว่างปีการศึกษา 2561-2564 ทั้งระดับปริญญาตรี และบัณฑิตศึกษา รวมทั้งสิ้น 552 คน ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามขึ้น ให้สอดคล้องกับบริบทและคำถามวิจัย และให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องพิจารณา 3 ท่านตรวจสอบ โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

5.1 การวิจัยเชิงสำรวจ

5.2 กลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษาชาวจีนและผู้สอน คณะดุริยางคศาสตร์ ในปีการศึกษา 2/2564 ที่

5.3 เครื่องมือวิจัย: ผู้วิจัยได้ศึกษาบริบทและคำถามวิจัยเพื่อพัฒนาแบบสอบถาม 3 ด้าน คือ ด้านข้อมูลทั่วไป ด้านความเข้าใจด้านคุณภาพในการสื่อความ ความเข้าใจด้านบทบาทของผู้สื่อความ และความเข้าใจด้านคุณลักษณะของผู้สื่อความที่มีตรงตามความต้องการ ตลอดจนรับฟังข้อเสนอแนะต่างๆ

แบบสอบถามได้ผ่านการปรึกษาและได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง 3 ท่าน โดยทำการสำรวจระดับความเข้าใจเป็น 3 ด้านได้แก่ 1) ระดับความเข้าใจด้านคุณภาพในการสื่อความประเด็นต่างๆ มี 10 ประเด็น 2) ระดับความเข้าใจด้านบทบาทของผู้สื่อความ มี 8 ประเด็น และ 3) ระดับความเข้าใจด้านคุณลักษณะของผู้สื่อความที่มีตรงตามความต้องการมี 8 ประเด็น

5.3 วิธีการรวบรวมข้อมูล: ทำการเก็บข้อมูลระหว่างภาคเรียนที่ 2/2564 ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 2-3 มีนาคม 2565 ผ่านระบบออนไลน์ผ่าน Tencent (<https://wj.qq.com>) และเป็นภาษาจีน

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล: ผู้วิจัยใช้สถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลข และให้การวิเคราะห์เนื้อหา ในส่วนการเขียนข้อเสนอแนะต่างๆ

ผลการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจของนักศึกษาชาวจีนต่อบทบาทของผู้สื่อความ คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้สื่อความระหว่างเดือน มกราคม ถึงเดือน กุมภาพันธ์ จำนวน 6 ท่าน มีนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ทั้งสิ้น 552 คน เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทำการสำรวจผ่าน Tencent (<https://wj.qq.com>) ซึ่งมีนักศึกษาทุกระดับให้ความร่วมตอบแบบสอบถามจำนวน 428 คน คิดเป็นร้อยละ 77.53% ผู้วิจัยได้สรุปผลการสำรวจความเข้าใจทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ระดับความเข้าใจด้านคุณภาพในการสื่อความประเด็นต่างๆ 2) ระดับความเข้าใจด้านบทบาทของผู้สื่อความ และ 3) ระดับความเข้าใจด้านคุณลักษณะของผู้สื่อความที่มีตรงตามความต้องการ มีผลการสำรวจระดับความเข้าใจ ด้านต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ปีการศึกษา	จำนวนนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาที่ตอบ	คิดเป็นร้อยละ	จำนวนครั้ง
ระดับปริญญาตรี	61-64	61	43	70.49	81
ระดับปริญญาโท	63-64	191	144	75.39	225
ระดับปริญญาเอก	62-64	300	241	80.33	314
รวม		552	428		620

จากตารางจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษานั้น ระดับปริญญาเอกได้ให้ความร่วมมือมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท และระดับปริญญาตรี ซึ่งสัมพันธ์กับจำนวนของนักศึกษาที่มี

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามต่อผู้สื่อความแต่ละท่าน

ผู้สื่อความ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ(%)
ผู้สื่อความ1	172	27.74%
ผู้สื่อความ2	82	13.23%
ผู้สื่อความ3	104	16.77%
ผู้สื่อความ4	93	15%
ผู้สื่อความ5	108	17.42%
ผู้สื่อความ6	61	9.84%
รวม	620	100%

จากตารางจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามต่อผู้สื่อความทั้ง 6 คน โดยผู้สื่อความลำดับที่ 1 มีนักศึกษาเลือกตอบแบบสอบถามมีจำนวนครั้งมากที่สุด 127 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 27.74 ส่วนผู้สื่อความลำดับที่ 6 มีนักศึกษาเลือกตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดเพียง 61 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.84 โดยทั้งสิ้นมีจำนวนครั้งในการตอบรวม 620 ครั้ง ทั้งนี้เนื่องผู้สื่อความคนที่ 1 มีอายุงานนานถึง 2 ปีและมีภาระจำนวนมาก ส่วนผู้สื่อความที่ 6 มีอายุงานเพียง 2 เดือน

ตารางที่ 3 ระดับความเข้าใจด้านคุณภาพในการสื่อความประเด็นต่างๆ

ข้อที่	ระดับความเข้าใจด้านคุณภาพในการสื่อความประเด็นต่างๆ	ความเข้าใจด้านคุณภาพในการสื่อความประเด็นต่างๆ						เฉลี่ย	ลำดับที่
		ผู้สื่อความ 1	ผู้สื่อความ 2	ผู้สื่อความ 3	ผู้สื่อความ 4	ผู้สื่อความ 5	ผู้สื่อความ 6		
1	เนื้อหาหลักๆ ถูกต้อง	4.51	4.6	4.87	4.47	4.73	4.8	4.663	8
2	เนื้อหาครบถ้วนทั้งหมด	4.53	4.55	4.87	4.49	4.75	4.79	4.663	9
3	ใช้คำศัพท์ที่ถูกต้อง	4.47	4.5	4.85	4.45	4.67	4.72	4.610	9
4	ความรวดเร็วในการแปล	4.59	4.7	4.93	4.62	4.78	4.87	4.748	1
5	ความคล่อง	4.54	4.57	4.89	4.48	4.71	4.8	4.665	7
6	ความรวดเร็วความในการแปล ความ (หลังจากผู้สอนพูดจบ)	4.56	4.55	4.89	4.52	4.70	4.82	4.673	7
7	ความสามารถในการฟังภาษาจีน	4.64	4.67	4.89	4.57	4.77	4.84	4.730	3

ความเข้าใจด้านคุณภาพในการสื่อความประเด็นต่างๆ									
ข้อที่	ระดับความเข้าใจด้านคุณภาพในการสื่อความประเด็นต่างๆ	ผู้สื่อความ 1	ผู้สื่อความ 2	ผู้สื่อความ 3	ผู้สื่อความ 4	ผู้สื่อความ 5	ผู้สื่อความ 6	เฉลี่ย	ลำดับที่
8	ความสามารถในการพูดภาษาจีน	4.61	4.63	4.89	4.54	4.79	4.87	4.722	4
9	ความสามารถในการอ่านภาษาจีน	4.60	4.66	4.88	4.55	4.76	4.84	4.715	5
10	ความสามารถในการเขียนภาษาจีน	4.62	4.63	4.88	4.52	4.73	4.8	4.697	6
คะแนนเฉลี่ยรวม		4.57	4.61	4.88	4.52	4.74	4.81	4.688	

จากตาราง ระดับความเข้าใจด้านคุณภาพในการสื่อความประเด็นต่างๆ ผู้สื่อความมีคุณภาพในการสื่อความประเด็นต่างๆ จำนวน 10 ข้อ ผลการสอบถามพบว่า นักศึกษามีความชื่นชอบหรือพอใจกับประเด็นความรวดเร็วในการแปล สูงที่สุด ส่วนประเด็น เนื้อหาความถูกต้อง เนื้อหาครบถ้วนทั้งหมด ตลอดจนการใช้คำศัพท์ อยู่ในระดับต่ำที่สุด โดยทุกประเด็นมีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลการสำรวจเฉลี่ยถึง 4.68

ผู้สื่อความที่ 3 มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.88 รองลงมาคือผู้สื่อความที่ 6 มีระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.81 ลำดับที่ 3 คือผู้สื่อความที่ 5 มีระดับคะแนนเฉลี่ย 4.74 ลำดับที่ 4 คือผู้สื่อความที่ 1 มีระดับคะแนนเฉลี่ย 4.57 ลำดับที่ 5 ได้แก่ผู้สื่อความที่ 2 มีระดับคะแนนเฉลี่ย 4.61 และลำดับที่ 6 คือผู้สื่อความที่ 4 มีระดับคะแนนเฉลี่ย 4.52

ตารางที่ 4 ระดับความเข้าใจด้านบทบาทของผู้สื่อความ

การสอบถามด้านบทบาทของผู้สื่อความ									
ข้อที่	ระดับความเข้าใจด้านบทบาทของผู้สื่อความ	ผู้สื่อความ 1	ผู้สื่อความ 2	ผู้สื่อความ 3	ผู้สื่อความ 4	ผู้สื่อความ 5	ผู้สื่อความ 6	เฉลี่ย	ลำดับที่
1	การเป็นผู้มีจริยธรรม	4.77	4.73	4.93	4.75	4.81	4.9	4.815	2
2	คำนึงถึงผู้อื่นเสมอเมื่อการกระทำส่งผลต่อผู้อื่น	4.77	4.77	4.94	4.72	4.79	4.92	4.818	1
3	การไม่อคติขณะปฏิบัติหน้าที่ (ไม่เข้าข้างคนที่ตนเองสนิทสนม)	4.78	4.72	4.93	4.73	4.8	4.92	4.813	1
4	การควบคุม อารมณ์ภายใต้สภาวะความกดดัน	4.77	4.68	4.93	4.69	4.79	4.9	4.793	3
5	การพัฒนาตนเองสม่ำเสมอ	4.71	4.70	4.93	4.71	4.81	4.87	4.788	3
6	การรักษาความลับ	4.74	4.71	4.91	4.73	4.8	4.92	4.802	2
7	การรู้จักถาม (ไม่รู้ก็บอกว่าไม่รู้)	4.73	4.7	4.91	4.71	4.79	4.89	4.788	4
8	ความเหมาะสมในการเลือกใช้ระดับภาษา (ลดความแรง)	4.72	4.67	4.91	4.72	4.81	4.9	4.788	5
คะแนนเฉลี่ยรวม		4.75	4.71	4.93	4.72	4.8	4.9	4.802	

จากตาราง ผลการสอบถามระดับคุณภาพด้านบทบาทของผู้สื่อความ มีบทบาทในการสื่อความ ประเด็นต่างๆ จำนวน 8 ข้อ ผลการสอบถามพบว่า นักศึกษามีความชื่นชอบหรือพอใจกับ คำนิ้งถึงผู้อื่น เสมอเมื่อการกระทำส่งผลต่อผู้อื่น และการไม่อคติขณะปฏิบัติหน้าที่ (ไม่เข้าข้างคนที่ตนเองสนิทสนม) สูงที่สุด ส่วนประเด็น ความเหมาะสมในการเลือกใช้ระดับภาษา (ลดความแรง) อยู่ในระดับต่ำที่สุด โดยทุก ประเด็นมีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลการสำรวจเฉลี่ยถึง 4.8

ผลการสอบถามพบว่าผู้สื่อความที่ 3 มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.93 รองลงมาคือผู้สื่อความที่ 6 มีระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.9 ลำดับที่ 3 คือผู้สื่อความที่ 5 มีระดับคะแนนเฉลี่ย 4.8 ลำดับที่ 4 คือผู้สื่อความที่ 1 มีระดับคะแนนเฉลี่ย 4.75 ลำดับที่ 5 ได้แก่ผู้สื่อความที่ 2 มีระดับคะแนนเฉลี่ย 4.71 และลำดับที่ 6 คือผู้สื่อความที่ 4 มีระดับคะแนนเฉลี่ย 4.72

ตารางที่ 5 ระดับความเข้าใจด้านคุณลักษณะของผู้สื่อความที่มีตรงตามความต้องการ

การสอบถามคุณลักษณะของผู้สื่อความที่มีตรงตามความต้องการ									
ข้อที่	ระดับความเข้าใจด้านคุณลักษณะ ของผู้สื่อความที่มีตรงตาม ความต้องการ	การสอบถามคุณลักษณะของผู้สื่อความที่มีตรงตามความต้องการ						เฉลี่ย	ลำดับ ที่
		ผู้สื่อความ 1	ผู้สื่อความ 2	ผู้สื่อความ 3	ผู้สื่อความ 4	ผู้สื่อความ 5	ผู้สื่อความ 6		
1	อธิบายความหมายถูกต้อง	4.78	4.82	4.94	4.77	4.87	4.9	4.847	2
2	คำพูดเชื่อมโยงเป็นเหตุเป็นผลกัน ยกตัวอย่างให้สัมพันธ์	4.82	4.8	4.96	4.75	4.85	4.9	4.847	2
3	ใช้คำศัพท์ที่ถูกต้องและเหมาะสม	4.8	4.79	4.92	4.76	4.83	4.92	4.837	3
4	แปลครบทุกประเด็น	4.78	4.79	4.91	4.75	4.81	4.9	4.823	6
5	มีความถี่ไหลในการแปล	4.77	4.79	4.94	4.76	4.86	4.89	4.835	3
6	น้ำเสียงน่าฟัง	4.81	4.82	4.96	4.77	4.84	4.9	4.850	1
7	ไวยากรณ์ถูกต้อง	4.77	4.8	4.95	4.74	4.83	4.92	4.835	2
8	สำเนียงเข้าใจง่าย	4.76	4.73	4.96	4.77	4.85	4.92	4.832	2
คะแนนเฉลี่ยรวม		4.79	4.79	4.94	4.76	4.84	4.91	4.838	

จากตาราง ผลการสอบถามระดับคุณลักษณะของผู้สื่อความที่มีตรงตามความต้องการมี ประเด็นต่างๆ จำนวน 8 ข้อ ผลการสอบถามพบว่า

ผลการสอบถามพบว่า นักศึกษามีระดับความชื่นชอบหรือพอใจกับ น้ำเสียงน่าฟังสูงที่สุด ส่วนประเด็น แปลครบทุกประเด็น อยู่ในระดับต่ำที่สุด โดยทุกประเด็นมีผลการประเมินอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีผลการสำรวจเฉลี่ยถึง 4.8

ผู้สื่อความที่ 3 มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.9 รองลงมาคือผู้สื่อความที่ 6 มีระดับคะแนนเฉลี่ยที่ 4.91 ลำดับที่ 3 คือผู้สื่อความที่ 5 มีระดับคะแนนเฉลี่ย 4.84 ลำดับที่ 4 มีคะแนนประเมินเฉลี่ยเท่ากัน 2 ท่านคือผู้สื่อความที่ 1 และผู้สื่อความที่ 2 มีระดับคะแนนเฉลี่ย 4.79 ส่วนลำดับที่ 5 ได้แก่ผู้สื่อความที่ 4 มีระดับคะแนนเฉลี่ย 4.76

สรุปผลการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจของนักศึกษาชาวจีนต่อบทบาทของผู้สื่อข่าว คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้สื่อข่าวระหว่างเดือน มกราคม ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2565 จำนวน 6 ท่าน มีนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ทั้งสิ้น 552 คน กับผู้สื่อข่าวจำนวน 6 ท่าน และนักศึกษาร่วมตอบแบบสอบถามจำนวน 428 คน คิดเป็นร้อยละ 77.53% ทั้งนี้ นักศึกษาระดับปริญญาตรีเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม 81 ครั้ง ระดับปริญญาโท 225 ครั้ง และระดับปริญญาเอก 314 ครั้ง ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามขึ้น ให้สอดคล้องกับบริบทและคำถามวิจัย และให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องตรวจประเมิน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ระดับความเข้าใจด้านคุณภาพในการสื่อความประเด็นต่างๆ มี 10 ประเด็น 2) ระดับความเข้าใจด้านบทบาทของผู้สื่อข่าว มี 8 ประเด็นและ 3) ระดับความเข้าใจด้านคุณลักษณะของผู้สื่อข่าวที่มีตรงตามความต้องการมี 8 ประเด็น

ประเด็นที่นักศึกษาให้ความเข้าใจมากที่สุดหรือระดับประทับใจ ได้แก่ คุณภาพด้าน ความรวดเร็วในการแปล คำนิยามถึงผู้อื่นเสมอเมื่อการกระทำส่งผลต่อผู้อื่น การไม่อคติขณะปฏิบัติหน้าที่ (ไม่เข้าข้างคนที่ตนเองสนิทสนม) สูงที่สุด ใช้น้ำเสียงน่าฟัง ส่วนประเด็นที่เข้าใจน้อยที่สุดใน ได้แก่ ใช้น้ำคำศัพท์ที่ถูกต้อง เนื้อหาหลักๆ ถูกต้อง เนื้อหาทั้งหมดครบถ้วน ระดับความเหมาะสมในการเลือกใช้ระดับภาษา (ลดความแรง) แปลครบทุกประเด็น

ระดับความเข้าใจของนักศึกษาชาวจีนต่อบทบาทของผู้สื่อข่าวทั้ง 3 ด้านสอดคล้องกัน กล่าวคือ ผู้สื่อข่าวที่ 3 มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือผู้สื่อข่าวที่ 6 ผู้สื่อข่าวที่ 5 ผู้สื่อข่าวที่ 1 ผู้สื่อข่าวที่ 2 และ ผู้สื่อข่าวที่ 4 ตามลำดับ โดยทั้งหมดอยู่ในระดับ ดีมาก

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย นักศึกษาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจำนวน 428 คน คิดเป็นร้อยละ 77.53% ของนักศึกษาทั้งหมด 552 คน ทั้งนี้มีนักศึกษาชอบคุณอย่างจริงใจที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นและร่วมกันประเมิน โดยการตอบแบบสำรวจไม่เกี่ยวข้องกับผลการเรียนใดๆ แม้ผลการวิจัยจะมีทิศทางที่ดีผู้สื่อข่าวที่ 3 มีผลการประเมินเฉลี่ยสูงสุดทุกด้าน และผู้สื่อข่าวทุกคนมีระดับการประเมินสูงมาก คือ ระดับมากที่สุด

ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยระดับความเข้าใจในการสื่อความประเด็นต่างๆ ทั้ง 26 ประเด็น ผลการสอบถามพบว่า นักศึกษามีความชื่นชอบหรือพอใจกับ ประเด็นความรวดเร็วในการแปล สูงที่สุด ส่วนประเด็น เนื้อหาความถูกต้อง เนื้อหาครบถ้วนทั้งหมด ตลอดจนการใช้คำศัพท์ อยู่ในระดับต่ำที่สุด โดยทุกประเด็นมีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุดเฉลี่ยถึง 4.68 สอดคล้องกับ Cozma (2020) ที่กล่าวถึงความสำเร็จของนักแปลขึ้นอยู่กับทักษะจำนวนมากซึ่งประกอบขึ้นระหว่างความสามารถและความซับซ้อนของวัฒนธรรม ความสามารถในการแปล ผู้ใกล้ชิดการฝึกอบรมนักแปล เป็นต้น แสดงว่าผู้สื่อข่าวทุกท่านของคณะดุริยางคศาสตร์ มีคุณภาพในระดับสูงมากสอดคล้องกับรายงานดังกล่าว ผู้สื่อข่าวมีการฝึกพฤติกรรมเช่นเดียวกับ Zhou (2010) ที่เสนอรายงานการศึกษาพฤติกรรมนักแปล และแบบจำลองการประเมินโครงการต่อเนื่อง พบว่าคุณลักษณะของผู้แปลและสาระสำคัญของการ

แปลและในบริบทของ "การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม" และการวิจัยนั้น การแปลต้องการอธิบายข้อกำหนดหรือรายละเอียดมากกว่าปกติ ผู้แปลต้องสร้างแบบจำลองเพื่อความเข้าใจก่อนแปลออกไป การสร้างแบบจำลองของ Zhou จึงยืนยันได้ว่า แบบจำลองนี้เป็นเครื่องมือที่สามารถใช้อธิบายแรงจูงใจของผู้แปล ที่ส่งผลต่อการแปลได้ดียิ่งขึ้น เช่นเดียวกับบทความวิชาการของ Han (2016) ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความคิดของนักแปล ยังเป็นไปตามรายงานของ Nishio & Sutcliffe (2016) เสนอบทความเรื่อง Opera goer หรือ Scrabble player อะไรทำให้เป็นนักแปลที่ดี ควรเลือกบุคคลเพื่อดำเนินการแปลอย่างไร การประเมินการแปลโดยมนุษย์ การประเมินคุณภาพ การแปลด้วยตนเอง คุณสมบัติของนักแปล ฝึกการแปลตัวอย่างและประเมินด้วยตนเอง การประเมินคุณภาพ (QE) แก้ไขปัญหาของการประเมินอย่างน้อยสำหรับผลลัพธ์ การแปลด้วยเครื่องเป็นงานการทํานาย ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะต่างๆ ส่งผลต่อการทํานาย การแปลด้วยตนเอง คุณสมบัติของนักแปล นอกจากประสบการณ์และคุณสมบัติในการแปลเป็นภาษาเป้าหมายแล้ว สนใจไปต่อสำหรับ Opera การเล่นเกม Scrabble หรือ Contract Bridge หรือความเพลิดเพลินของปริศนาอักษรไขว้ที่คลุมเครือก็เป็นปัจจัยสำคัญเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ด้านการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ นักศึกษาอาจเข้าร่วมตอบแบบสำรวจกับผู้สื่อข่าวแต่ละท่าน มีจำนวนและอัตราไม่เท่ากันเนื่องจาก ผู้สื่อข่าวแต่ละท่านมี ภาระงานมากน้อยต่างกัน อีกทั้งระยะเวลาในการทำงานก็มากน้อยต่างกัน จึงมิได้คำนึงปริมาณจำนวนครั้งในการตอบมาเป็นปัจจัยหรือตัวแปรในการวิเคราะห์
2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรกำหนดหรือคิดร้อยละของนักศึกษาที่เข้าตอบแต่ละผู้สื่อข่าวในปริมาณหรืออัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน
3. ควรทำการสำรวจด้านความต้องการของนักศึกษา ในประเด็นอื่น ให้มากยิ่งขึ้น
4. ควรทำการสำรวจในช่วงปลายภาคเรียน ทุกๆ ภาคเรียน

ด้านการนำไปส่งเสริมพัฒนา

1. แม้ผลการประเมินโดยเฉลี่ยจะอยู่ในระดับมากที่สุด ก็ควรนำประเด็นหรือข้อคำถาม ที่มากหรือน้อยไปวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพ ให้ดียิ่งขึ้นไป
2. ผู้สื่อข่าวควรนำผลการประเมินไปวิเคราะห์ และพัฒนาไปสู่แนวทางปฏิบัติการของผู้สื่อข่าวที่ดี สำหรับแนะนำ ผู้สื่อข่าวคณะอื่นๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

เบญญา จริยวิจิตร, & เกสสิณี ตรีพงศ์พันธุ์. (2019). การพัฒนานักสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนบ้านสองจังหวัด สุราษฎร์ธานี. *Suratthani Rajabhat Journal*, 6(2), 221-256.

- ปารณีย์ ศรีสวัสดิ์, ณัฐกานต์ แน่พิมาย, เสาวภาคย์ สว่างจันทร์, & พงศ์เทพ แก้วเสถียร. (2019). การพัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *International Thai Tourism Journal*, 15(1), 150-166.
- รัชณี ปิยะธำรงชัย. (2018). บทบาทและปัญหาความแตกต่างทางวัฒนธรรมในการทำงานของล่ามภาษาญี่ปุ่นชาวไทยภายใต้บริบท “ความเป็นญี่ปุ่น”: กรณีศึกษาบริษัทญี่ปุ่นในนิคมอุตสาหกรรมของไทย; Thai Interpreters' Roles and Problems in Cultural Differences in the Context of Japanization: A Case Study of Japanese Enterprises in the Industrial Estate of Thailand. *JOURNAL OF LANGUAGE, RELIGION AND CULTURE*, 7(2), 51-90.
- Burapasirawat, N. (2020). การศึกษาความต้องการล่ามภาษาเกาหลีของตลาดแรงงานในประเทศไทย. *Korean Language and Cultural Studies Journal*, 2(1), 153-173.
- Cozma, M. (2020). WHAT MAKES A GOOD TRANSLATOR. *Professional Communication and Translation Studies*, (13), 73-84.
- Han, B. O. (2016). SOME INSIGHTS INTO THE MIND-SET OF A TRANSLATOR. *Studia Universitatis Petru Maior. Philologia*, (21), 118-122.
- Nishio, N., & Sutcliffe, R. F. (2016). Opera goer or Scrabble player- what makes a good translator. *Machine Translation*, 30(1), 63-109.
- Yu Jingsong & Wang Huashu. (2010). *Discussion on Teaching of Master's Degree in Computer Aided Translation*. Chinese translation, 3.
- Zhou lingshun. (2010). พฤติกรรมนักแปลและแบบจำลองการประเมินโครงการต่อเนื่อง "แสวงหาความจริง-ปฏิบัติ": การศึกษาพฤติกรรมนักแปล. ภาควิชาภาษาต่างประเทศ มหาวิทยาลัยวงโจว เมืองหยางโจว มณฑลเจียงซู. Vol 31 (1).

ระบบจัดการธุรกิจสปาและฟิตเนส

The spa and fitness business management system

อภิทัย บำรุงพนิชถาวร¹, พงศกร มาลา², จักรพงษ์ ฤทธิพร³,

ณัฐฐา มณฑลใหญ่⁴ และณัฐพร มงคลสกุลกิจ⁵

Aphithai Bumrungphnichthaworn¹, Pongsakorn Mala², Jakrapong Ritthiporn³,

Natta Mondpyai⁴, Athaporn Mongkolsgulgij⁵

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการกีฬา, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 092-9924614

¹ Bachelor of Business, Program in Sport Management, Faculty of Administration, Bangkokthonburi University

²⁻³หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 092-9924614

²⁻³ Bachelor of Business, Program in Business Computer, Faculty of Administration, Bangkokthonburi University

⁴⁻⁵หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, โทรศัพท์ 092-9924614

⁴⁻⁵ Bachelor of Business, Program in Management, Faculty of Administration, Bangkokthonburi University

e-mail: anothai.bun@bkkthon.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) จัดการระบบการด้านการจัดสรรเวลาที่มีความรวดเร็ว 2) เพื่ออำนวยความสะดวกและประหยัดเวลาแก่ผู้บริโภค 3) เพื่อลดต้นทุนในการจ้างพนักงานหน้าร้าน 4) เพื่อลดความผิดพลาดในการจองสปาและฟิตเนส ซึ่งธุรกิจสปาและฟิตเนสที่เกิดขึ้นและได้รับความนิยมอย่างมากในยุคปัจจุบัน ด้วยเหตุผลอันเนื่องมาจากกระแสการใส่ใจสุขภาพและความงาม การดูแลตัวเอง รวมไปถึงการที่เข้าใจหลักว่า “การไม่มีโรค เป็นลาภอันประเสริฐ” การถือกำเนิดธุรกิจสปาและฟิตเนสในประเทศไทยเป็นประเทศแรกที่มีการกำหนดมาตรฐานการบริการด้าน “สปา” เพื่อสุขภาพออกมาอย่างชัดเจน โดยมีการกำหนดความหมายของสปาจาก กรมสนับสนุนบริการสุขภาพกระทรวงสาธารณสุข สปา เป็นบริการหลัก เพื่อปรับความสมดุลของร่างกายและจิตใจ โดยให้คำแนะนำด้านบริการจัดการไว้ตามหลังวิชาการ รวมถึง การให้คำแนะนำการส่งเสริมสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย โภชนาการ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามหลัก แพทย์สากล และสร้างหลักสุขภาพ และการสร้างสุขภาพด้วยศาสตร์ทางการแพทย์ทางเลือกและยังรวมถึงด้านภาพรวมมูลค่าทางการตลาดธุรกิจบริการสุขภาพ การพัฒนาระบบรองรับแบบออนไลน์จึงเป็นส่วนสำคัญและสามารถตอบโจทย์ทั้งฝ่ายผู้ให้บริการและผู้เข้าใช้บริการได้อย่างดี

โปรแกรมจัดการธุรกิจสปาและฟิตเนสได้พัฒนาขึ้นจากภาษา PHP เป็นระบบที่พัฒนาขึ้นเพื่อให้เจ้าของธุรกิจ ผู้ดูแลระบบ พนักงานและลูกค้าได้ใช้งานเพื่อให้เข้าถึงผู้ใช้งาน ช่วยเอื้ออำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้งานธุรกิจสปาและฟิตเนส สามารถดู Report ผ่านระบบบคลาวด์หรืออินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก ประหยัดเวลา สามารถวางแผน แก้ไขปัญหา และสามารถจัดการเวลาในแต่ละวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาระบบเข้ามาช่วยในการจัดการของธุรกิจสปาและฟิตเนส พบว่าการบริหารจัดการธุรกิจสปาและฟิตเนสดีขึ้น ในส่วนของปัญหาที่พบหลังการพัฒนามีการจัดเก็บ

ข้อมูลเป็นจำนวนมากจึงส่งผลให้มีความล่าช้าในการทำงานบางกระบวนการจึงต้องมีการเก็บข้อมูลวิเคราะห์และหาแนวทางในการแก้ไขต่อไป

คำสำคัญ: สปา,ฟิตเนส,ธุรกิจ

Abstract

The objectives of this research were 1) to manage the time allocation system with speed.2) To facilitate and save time for consumers 3) To reduce the cost of hiring employees in the storefront 4) To reduce mistakes in spa and fitness bookings The spa and fitness business that has arisen and is very popular in the present era. The reason is due to the trend of health and beauty care. Taking care of yourself including understanding that “The absence of disease is great fortune” The advent of the spa and fitness business in Thailand was the first country to set the standard for “spa” services clearly for health with the definition of spa from Department of Health Service Support, Ministry of Public Health Spa is the main service to adjust the balance of body and mind by providing advice on management services after academics including providing advice on health promotion through exercise, nutrition, behavior modification according to international medical principles and create health principles and the creation of health through alternative medical sciences and also includes the overview of the health service business market value the development of the system to support online is therefore an important part and can satisfy both service providers and users well.

Spa and fitness business management program developed from PHP language is a system developed for business owners, administrators. Employees and customers have used it to reach users. Help facilitate the ease and convenience of spa and fitness business users. Reports. Can be viewed through the cloud system of the Internet conveniently, saving time, planning and solving problems. And can manage time each day effectively system development to help in the management of spa and fitness business found that the management of the spa and fitness business improved. As for the problems encountered after development, there is a large amount of data stored, resulting in delays in some processes, therefore, data must be collected for analysis and find a solution.

Keywords : spa, fitness, business

บทนำ

ปัจจุบันคนให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและสุขภาพ เน้นเรื่องการกินอาหารเพื่อเป็นยา รักษาโรคในภาวะหน้าให้ตนเองและครอบครัวมีความสุขที่ดี เพื่อลดการเจ็บป่วยอันเกิดจากร่างกายของตนเองในอนาคต การออกกำลังกายควบคู่กับการเลือกทานอาหารที่ดี การพักผ่อนปรับนับิตตนเอง ได้ผ่อนคลายหลังจากทำงานหนัก ๆ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้คนในสังคมปัจจุบันมากยิ่งขึ้น ธุรกิจสปา และฟิตเนสขนาดกลางจึงถือกำเนิดและเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นและได้รับความนิยมอย่างมากในยุคปัจจุบัน เหตุผลอันเนื่องมาจากกระแสการใส่ใจสุขภาพและความงาม การดูแลตัวเอง รวมไปถึงการที่เข้าใจหลัก ว่า “การไม่มีโรค เป็นลาภอันประเสริฐ” การถือกำเนิดธุรกิจสปาและฟิตเนสในประเทศไทยเป็นประเทศแรกที่มีการกำหนดมาตรฐานการบริการด้าน “สปา” เพื่อสุขภาพออกมาอย่างชัดเจน โดยมีการกำหนด ความหมายของสปาจาก กรมสนับสนุนบริการสุขภาพกระทรวงสาธารณสุข การให้คำแนะนำการ ส่งเสริมสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย โภชนาการ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามหลัก แพทย์สากล และ สร้างหลักสุขภาพ และการสร้างสุขภาพด้วยศาสตร์ทางการแพทย์ทางเลือกและยังรวมถึงด้านภาพรวม มูลค่าทางการตลาดธุรกิจบริการสุขภาพ การพัฒนาระบบมารองรับแบบออนไลน์จึงเป็นส่วนสำคัญและ สามารถตอบโจทย์ทั้งฝ่ายผู้ให้บริการและผู้เข้าใช้บริการได้อย่างดี

เนื่องจากธุรกิจสปาและฟิตเนส เป็นที่นิยมชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสนใจเป็นอย่างมากแต่ ธุรกิจสปาขนาดกลางที่มีราคาเหมาะสมกับคนไทยนั้นยังขาดการควบคุมดูแลที่ดี เช่น การควบคุมในเรื่องของการบริการ หมายถึง การจัดการตารางเวลาการนวด การจัดการห้องนวด การจองเวลานวด และ การจัดการเวลาของ Therapist เพราะระบบที่ใช้อยู่เดิมนั้นเป็นการลงเวลาการจองนวด โดยการจด บันทึกเวลาไม่ตรงตามที่ลูกค้าต้องการในส่วนตารางเวลาของ Therapist นั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับการ จองเวลาการนวด เพราะลูกค้าอาจจะมีความต้องการในส่วนตารางเวลาของ Therapist ไม่ตรงกับ ตารางเวลาจองนวด ตารางฟิตเนส ตารางการใช้ห้องต่าง ๆ จะทำให้เกิดความไม่พอใจกับลูกค้าได้หากบริหารจัดการไม่ดีพอ

ธุรกิจสปาในประเทศไทยขยายตัวสูงกว่าระดับค่าเฉลี่ยทั่วโลก โดยเติบโตถึง 8% มีมูลค่าตลาดที่ 3.5 หมื่นล้านบาท ติดอันดับ 16 ของโลกและเป็นอันดับที่ 5 ของเอเชีย เป็นรองเพียงจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และอินเดียเท่านั้น ในประเทศไทยแบ่งกลุ่มธุรกิจสปาได้ 3 ลักษณะคือ 1. Day Spa เป็นการให้บริการในระยะเวลาสั้นๆไม่เกิน 3 ชั่วโมง มักจะเปิดในพื้นที่ชุมชน ห้างสรรพสินค้าและแหล่งที่ผู้คนพลุกพล่าน ส่วนใหญ่เป็นบริการทรีตเมนต์ 2. Destination Spa บริการแบบครบวงจร เป็นคอร์สตั้งแต่ 3-28 วัน โดยจะออกแบบบริการให้สอดคล้องกับความต้องการสุขภาพที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า มักจะเปิดบริการในพื้นที่ธรรมชาติที่มีทัศนียภาพสวยงาม และ 3. Hotel Spa เป็นการให้บริการสปาภายในโรงแรม ซึ่งถือว่ามีศักยภาพสูง เนื่องจากเป็นการสร้างรายได้เพิ่มจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักอาศัย จากการศึกษาของ CBRE พบว่า โรงแรมที่มีบริการสปาจะสามารถขายห้องพักได้ในราคาสูงกว่าโรงแรมที่ไม่มีบริการนี้ และ EIC แนะนำว่าธุรกิจโรงแรมควรเพิ่มบริการสปาเข้าไป หากไม่มีเงินทุนเพียงพออาจใช้วิธีจ้างธุรกิจสปาจากภายนอกเข้ามาให้บริการในพื้นที่โรงแรม เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุน ขณะที่เจ้าของแบรนด์ธุรกิจสปาก็ควรขยายตลาดเข้าไปในกลุ่มโรงแรม 4-

5 ดาว เพื่อสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ และถือเป็นจังหวะที่ดีที่ธุรกิจเวชสำอางและเครื่องหอมที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์รองรับการขยายตัวของ Hotel Spa ต่อไป

และในส่วนของธุรกิจฟิตเนสการออกกำลังกายเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากสถานการณ์โควิด 19 โดยจะเห็นได้จากตลอด 2 ปีที่ผ่านมา เทรนด์การออกกำลังกายได้มีการปรับเปลี่ยนไปจากเดิม ทั้งการเพิ่มโปรแกรมการออกกำลังกายผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมไปถึงการทำคลาสการออกกำลังกายเสมือนจริง ซึ่งนำมาสู่การออกกำลังกายแบบผสมผสานหรือ ‘ไฮบริดฟิตเนส’ คือการออกกำลังกายที่ฟิตเนสควบคู่ไปกับการเลือกออกกำลังกายได้จากที่บ้านผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้ระบบการด้านการจัดสรรเวลามีความรวดเร็ว
2. เพื่ออำนวยความสะดวกและประหยัดเวลาแก่ผู้บริโภค
3. เพื่อลดต้นทุนในการจ้างพนักงานหน้าร้าน
4. เพื่อลดความผิดพลาดในการจองสปาและฟิตเนส

การทบทวนวรรณกรรม

ปัจจุบันธุรกิจสปาและฟิตเนสเข้ามามีบทบาทในชีวิตคนเมืองที่รักสุขภาพและการผ่อนคลาย ซึ่งธุรกิจสปานั้น จากการศึกษาค้นคว้า เราสามารถแบ่งประเภทสปา ออกได้เป็น 7 ประเภท ดังนี้

- 1.Club spas (สปาสำหรับสมาชิก) เน้นการออกกำลังกาย ความแข็งแรงร่างกายให้บริการ นวด อบไอน้ำ อบซาวน่า การแช่น้ำร้อน-เย็น โยคะ (ไม่มีห้องพักบริการ)
- 2.Mineral spring spas (สปาในแหล่งน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อน) ใช้น้ำพุร้อน หรือน้ำแร่บำบัด
- 3.Destination spas (สปาบริการเฉพาะ) เน้นการพักผ่อนระยะยาว เพื่อกิจกรรมสุขภาพอย่างต่อเนื่อง มีการให้คำปรึกษาแนะนำการดูแลสุขภาพ
- 4.Hotel and resort spas (สปาในโรงแรมและรีสอร์ท) รีสอร์ทหรือโรงแรมบริการลูกค้าตัวเอง
- 5.Day spas (สปาทั่วไป) สปาที่ดำเนินตามอาคารพาณิชย์ ที่พักอาศัย ห้างสรรพสินค้า สนามบิน ลักษณะมีผู้ใช้บริการระยะสั้น 1-6 ชั่วโมง
- 6.Medical spas (สปาสถานพยาบาล) สปาที่เน้นการบำบัดสุขภาพ เน้นนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี ซึ่งอาจเป็นแพทย์ปัจจุบัน หรือ แพทย์ทางเลือกการให้บริการเน้นเชิงการแพทย์มากกว่า
- 7.Cruise Ship spa (สปาที่ให้บริการบนเรือสำราญ) เน้นการผ่อนคลายผลसानการออกกำลังกายและการจัดเตรียมอาหารเพื่อสุขภาพโภชนาการบำบัดความงาม การนวดหรือแม้แต่การจัดทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่ทำให้จิตใจสงบ

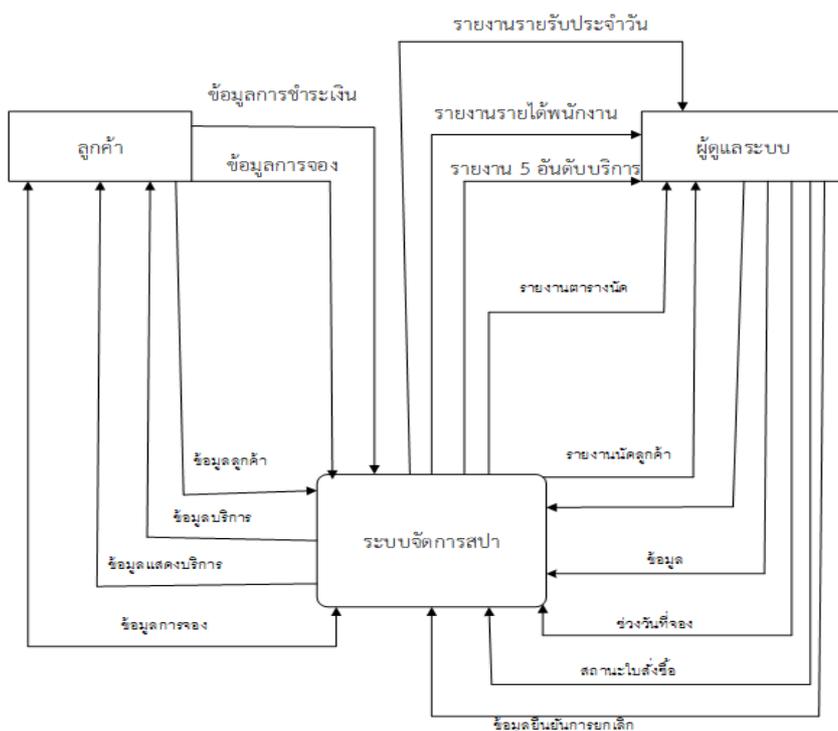
ในส่วนของธุรกิจฟิตเนส คาดการณ์ว่าธุรกิจฟิตเนสจะเป็นอีกธุรกิจที่เติบโตอย่างน่าสนใจ เนื่องจากคนหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น แม้ว่าธุรกิจนี้ จะเริ่มมีสภาวะในการแข่งขันสูง เนื่องจากผู้

เล่นทั้งไทยและต่างชาติที่พยายามเข้ามามีส่วนร่วมแบ่งในตลาดสุขภาพของไทย ที่มี สัดส่วนของคนออกกำลังยังคงอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศ หากผู้ประกอบการสามารถชักจูงให้คนมาออกกำลังกายมากขึ้น ตลาดนี้จะมีช่องว่างสำหรับผู้เล่นรายใหม่ให้สามารถเติบโตได้อีกมาก ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบของการให้บริการฟิตเนสได้เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่เน้นการให้บริการอุปกรณ์เครื่องเล่นออกกำลังกาย ได้เพิ่มรูปแบบในการออกกำลังกายให้หลากหลายขึ้น เช่น เพิ่มคลาสพิเศษสอนเต้น การปั่นเขา โยคะฟลาย เป็นต้น อีกทั้งยังมีฟิตเนสที่เน้นออกกำลังกายเฉพาะทาง เช่น การออกกำลังกายแบบมวยไทย และการออกกำลังกายบนแทรมโพลีน ด้วยความแปลกใหม่เหล่านี้ ช่วยให้ธุรกิจเจาะตลาดที่เฉพาะกลุ่มได้มากขึ้น ดึงดูดกลุ่มลูกค้าทุกเพศทุกวัย ให้สามารถค้นหาการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับตนเอง และคนไทยชอบ ออกกำลังกายกับเพื่อน การมีคลาสพิเศษ ก็เป็นอีกกลยุทธ์หลายๆฟิตเนสเลือกใช้ เพื่อจำนวนเพิ่มสมาชิกและความถี่ในการเข้าใช้ งานของลูกค้า

นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจ ของประเทศในระดับมหภาค ซึ่งธุรกิจสปาและฟิตเนสก็เป็นธุรกิจขนาดย่อมที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐและภาคเอกชนเองก็สนใจธุรกิจนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ เพื่อการพัฒนา และออกแบบระบบจัดการสปาและฟิตเนส ในด้านโปรแกรมการจัดการระบบดังกล่าว ในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร การกำหนดขั้นตอนการดำเนินการ และปฏิบัติตามขั้นตอนของวงจรการพัฒนา ระบบจัดการสปาและฟิตเนส โดยโปรแกรมจะจัดการส่วนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 ระบบสปาและฟิตเนส

ระเบียบวิธีการวิจัย

การจัดการระบบในรูปแบบเดิม พบปัญหาการผิดพลาดในข้อมูลลูกค้าได้เข้าจองใช้บริการ โดยไม่มีการจองล่วงหน้าทำให้เกิดปัญหาที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อจัดการ ซึ่งผู้ศึกษาสามารถวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการลงภาคสนามและศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ได้ดังนี้

ขอบเขตการดำเนินงานในการพัฒนาระบบจัดการธุรกิจสปาและฟิตเนส โดยมีการแบ่งขอบเขตการดำเนินงานออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของพนักงาน และส่วนของผู้ใช้ ซึ่งจะมีสิทธิ ในการเข้าใช้งานระบบที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. การเข้าใช้ในส่วนพนักงาน
 - 1.1. จัดการข้อมูลหลัก
 - 1.1.1. จัดการข้อมูลสมาชิก
 - 1.1.1.1. สามารถ เพิ่ม-ลบ-แก้ไข ข้อมูลสมาชิก
 - 1.1.2. จัดการข้อมูลพนักงาน
 - 1.1.2.1. สามารถ เพิ่ม-ลบ-แก้ไข ข้อมูลผู้พนักงาน
 - 1.1.3. จัดการข้อมูลบริการ
 - 1.1.3.1. สามารถ เพิ่ม-ลบ-แก้ไข ข้อมูลบริการ
 - 1.2. การชำระเงิน
 - 1.2.1. สามารถดู สถานะ การโอนเงิน-แก้ไข สถานะ
 - 1.3. พิมพ์รายงาน
 - 1.3.1. รายงานรายรับประจำวัน
 - 1.3.2. รายงานรายได้พนักงาน
 - 1.3.3. รายงาน 5 อันดับบริการ
 - 1.3.4. รายงานตารางนัดลูกค้า
 - 1.3.5. รายงานดูตารางนัด (สำหรับพนักงาน)
2. การเข้าใช้งานในส่วนผู้ใช้
 - 2.1. สามารถลงทะเบียนผู้ใช้
 - 2.2. เลือกบริการตามวันและเวลาที่ไปใช้บริการ
 - 2.3. สามารถดูรายละเอียดการจอง
 - 2.4. คำนวณอัตราค่าบริการ
 - 2.5. พิมพ์ใบจอง

ผลการวิจัย

ระบบการจองของระบบสปาและฟิตเนสนั้น สามารถทำการจองเวลาในการนัดลูกค้ามีความสะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงระบบจองห้องในการเข้าโปรแกรมการใช้ห้องการใช้ฟิตเนส ซึ่งในระบบจะประกอบไปด้วย ผู้ดูแลระบบ (Admin) และผู้ใช้งานระบบ (User) ซึ่งในส่วนของผู้ดูแล

ระบบจะสามารถ เพิ่ม/ลบ/แก้ไข ระบบหลังบ้านได้ เรียกดูตารางเวลาการจองของลูกค้า ส่วนของผู้ใช้ ระบบสามารถจองและเรียกดู เวลาที่ต้องการจะใช้งาน ได้

ผลการทดสอบระบบพบว่า User มีการใช้งานได้ปกติสะดวกและรวดเร็วขึ้นกว่าระบบการจัดการเดิม ซึ่งระบบอาจจะมีการล่าช้าไปบ้างขึ้นอยู่กับความเร็วของอินเทอร์เน็ตจึงทำให้ระบบการสั่ง การจอง และการออกใบเสร็จรับเงินอาจจะมีเวลาล่าช้าได้

ผลการทดสอบระบบจากลูกค้าพบว่าการมีระบบการจองโปรแกรมสปาและฟิตเนสทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการเลือกเวลา รวมไปถึงการจองล่วงหน้าอย่างเป็นระบบสะดวก และรวดเร็ว

อภิปรายผล

จากการจัดทำระบบธุรกิจสปาและฟิตเนสขึ้น พบปัญหาและข้อผิดพลาดในการจัดทำระบบงานนี้คือ แต่เดิมการจองระบบการจองสปาและฟิตเนสมีการจัดเก็บข้อมูล จำนวนมาก ซ้ำซ้อน และไม่มีรหัสในการจอง รวมไปถึงการจองแต่ละครั้งการอัปเดตข้อมูลไม่เป็นปัจจุบันจึงทำให้เกิดความซ้ำซ้อนและการทำให้เกิดความล่าช้าในการทำงาน จึงทำให้ต้องมีการเรียนรู้วิธีการทำงานระบบและค้นหาข้อมูลอื่นๆ แต่เมื่อได้จัดทำระบบธุรกิจสปาและฟิตเนสขึ้นมาช่วยในการบริหารจัดการแล้วนั้น ทำให้การจองระบบทั้งเรื่องของสปา และการใช้บริการในส่วนของฟิตเนสนั้นมีระบบ รวดเร็ว และเห็นภาพรวมทั้งหมดของปัญหา นำไปสู่การแก้ปัญหา ข้อผิดพลาดในการจองของลูกค้าได้เร็วขึ้น และยังได้เก็บสถิติการเข้าใช้งาน เพื่อนำไปปรับปรุงระบบอีกต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

จากการพัฒนาระบบธุรกิจสปาและฟิตเนสขึ้นมาเพื่อให้ผู้ใช้งานได้ทำการจองสปาและฟิตเนสได้อย่างสะดวกตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานได้แล้วนั้น ทางผู้พัฒนาระบบยังต้องทำการพัฒนาระบบให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นดังนี้

1. ควรพัฒนาระบบการเช็คเวลาเข้าทำงานของพนักงานและการจ่ายค่าตอบแทนของพนักงานหรือครูผู้สอนโปรแกรมฟิตเนสต่าง ๆ
2. ควรทำความเข้าใจและศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของผู้ดูแลระบบ (Admin)
3. ควรมีระบบประเมินความพึงพอใจลูกค้าที่มารับบริการในแต่ละครั้งและเก็บสถิติ เพื่อไปปรับปรุงระบบสปาและฟิตเนสต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- นิรนาม. (2556). PHP คืออะไร. [วันที่สืบค้น 28 กันยายน 2564]. แหล่งที่มา :
<http://www.rightsoftcorp.com/?name=news&file=readnews&id=11>.
- นิรนาม. (2556). phpMyAdmin คืออะไร. [วันที่สืบค้น 28 กันยายน 2564]. แหล่งที่มา :
<http://www.th.easyhostdomain.com/dedicated-servers/php-myadmin.html>.
- นิรนาม. (2561). เอกสารประกอบการสอนพื้นฐานภาษา PHP. [วันที่สืบค้น 28 กันยายน 2564].
แหล่งที่มา: <http://www.academy.rbru.ac.th/uploadfiles/books/1-2018-03-17-09-36-33.pdf>.
- นิรนาม. (2562). ลักษณะของ PHP. สืบค้น 28 กันยายน 2564]. แหล่งที่มา: ภาษาพีเอชพี - วิกีพีเดีย
(wikipedia.org) . [วันที่
- ภาณุพงศ์ ปัญญาดี. (2559). โปรแกรม MySQL. [วันที่สืบค้น 28 กันยายน 2564].แหล่งที่มา :
[http:// www.appserv.org/th](http://www.appserv.org/th).
- วิทยา ทองคำ (2559) . เริ่มต้นการเขียนโปรแกรมด้วย ภาษา PHP. [วันที่สืบค้น 28 กันยายน 2564].
แหล่งที่มา: https://monkeywebstudio.com/wp-content/uploads/2016/05/ebook_php_by_Monkeywebstudio.pdf.
- สาธิต ชัยวิวัฒน์ตระกูล (2547). เต็มเทคนิค MySQL ให้เต็มประสิทธิภาพ [วันที่สืบค้น 28 กันยายน
2564]. https://infgis.rid.go.th/_data/docs/Training_Manual/2017/PHP/ManualPHP.pdf.
- ศรัณย์พงษ์ เล็บขาว (2562). รายงานการถ่ายทอดองค์ความรู้หลังจากการฝึกอบรม
โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรการพัฒนาาระบบฐานข้อมูลเบื้องต้นด้วย PHP
ฝ่ายบริหารทั่วไป กองเงินและบัญชี.แหล่งที่มา.[http://person.rid.go.th/hrd_ksc/
images/2019/2019_1_4_%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%87%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%8D%E0%B8%8A%E0%B8%B5.pdf](http://person.rid.go.th/hrd_ksc/images/2019/2019_1_4_%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%87%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%8D%E0%B8%8A%E0%B8%B5.pdf). [วันที่สืบค้น 28 กันยายน 2564]. .
- Zend Server. (2556). Phpcloud. แหล่งที่มา: <http://www.phpcloud.com>. [วันที่สืบค้น
วันที่สืบค้น 28 กันยายน 2564].

รูปแบบการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจเครื่องประดับทองคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร

Model Marketing Performance of Gold Jewelry Business in Bangkok

กิตติวงศ์ สิงหเสมานนท์

Kittivong Singhasemanont

บริษัท อัลฟา รีเสิร์ช จำกัด

Alpha Research Co., Ltd

Consultant

e-mail: Kittivong.s@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจเครื่องประดับทองคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาคูณค่าแบรนต์ของลูกค้าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดกลุ่มธุรกิจเครื่องประดับทองคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มาซื้อขายแลกเปลี่ยนทองคำในร้านค้าทองคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 37 แห่ง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage-Sampling) ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิควิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการวิจัย พบว่า การจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพ การรับรู้คุณภาพการบริการ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาดได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ การรับรู้คุณภาพการบริการ และส่วนประสมทางการตลาดบริการ ผ่านคุณค่าแบรนต์ของลูกค้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับ สมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ค่าดัชนีความกลมกลืน ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าแบรนต์ของลูกค้าที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน กลุ่มธุรกิจเครื่องประดับทองคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ ค่าดัชนี $2/df = 1$, CFI = 1.00, GFI = 0.96, AGFI = 0.951, RMSEA = 0.030 และ SRMR = 0.019 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ ค่าดัชนี $2/df = 1$, CFI = 1.00, GFI = 0.97, AGFI = 0.961, RMSEA = 0.028 และ SRMR = 0.091

คำสำคัญ : คุณค่าแบรนต์ของลูกค้า ผลการดำเนินงาน ธุรกิจเครื่องประดับทองคำ

Abstract

The purpose of this research was 1) To study the causal factors influencing customer brand equity affecting performance of gold jewelry business group in Bangkok and metropolitan area. 2) To study customer brand equity that affect the marketing performance of gold jewelry business group in Bangkok and metropolitan area.

This research was a mixed method that quantitative research and quality research. The researcher determined the population for this study was consumers who trade gold in gold shop in Bangkok and metropolitan area were 37 places. The sample was 400 people. The researcher used the multi-stage sampling method. The researcher analyzed the data by using technique on structural equation modeling: SEM

The results showed that customer relationship management, perception of service quality and service marketing mix had a positive direct influence on marketing performance. And marketing performance had an indirectly influenced from customer relationship management. Perception of service quality and service marketing mix by customer brand equity that consistent with research hypothesis established. The harmony indexes, the causal factors influence on customer brand equity affecting performance. The gold jewelry business group in Bangkok and metropolitan area found that the model was harmonized with the empirical data by the overall 6 indexes was acceptance criteria. Index 2/df =1, CFI =1.00, GFI=0.96, AGFI=0.951, RMSEA=0.030 and SRMR=0.019. In conclusion, the structural equation modeling was suitable and harmonized with the empirical data. by the overall 6 indexes was acceptance criteria. Index 2/df =1, CFI =1.00, GFI=0.97, AGFI=0.961, RMSEA=0.028 and SRMR=0.091.

Keyword: customer brand equity, performance, gold jewelry business

บทนำ

ทองคำจัดได้ว่าเป็นหลักทรัพย์ที่ทุกคนนิยมสะสมเป็นสมบัติส่วนตัวเพราะนอกจากจะมีค่าแทนเงินแล้วทองรูปพรรณยังมีความสวยงาม มีศิลปะอันทรงคุณค่าอยู่ในตัวจากอดีตจนถึงปัจจุบันทองถูกใช้เป็นของกำนัลอันมีค่าที่มอบให้แก่กันในโอกาสพิเศษต่าง ๆ โดยในยุคแรกทองคำจะมีเปอร์เซ็นต์สูงถึง 99.99% หรือที่คนสมัยโบราณเรียกว่าทองโบราณ และมีชื่อทางการว่าทองสุโขทัย ซึ่งเป็นทองรูปพรรณรุ่นแรกของประเทศไทยที่จะผลิตและทำตามคำสั่งของลูกค้า โดยลูกค้าจะนำทองคำมาให้ช่างก็จะผลิตออกมาเป็นรูปพรรณตามที่ลูกค้าต้องการ อาทิ สร้อยคอ สร้อยข้อมือ กำไลแหวน ต่างหู เป็นต้น โดยจะไม่มีวางจำหน่ายเหมือนดังในปัจจุบัน ต่อมามูลค่าของทองคำสูงขึ้นลูกค้าไม่มีกำลังที่จะซื้อเนื่องจากมีราคาที่สูงจึงได้กำเนิดร้านทองตู้แดง ปัจจุบันมีการจดทะเบียน

ทางการค้าใหม่เข้ามาว่าห้างทอง โดยมีสมาคมผู้ค้าทองคำรูปพรรณแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำหนดราคาซื้อขายทองคำรูปพรรณ ซึ่งห้างทองรูปพรรณที่จดทะเบียนการค้าจะต้องขายและรับซื้อในราคาควบคุมที่สมาคมกำหนด โดยอ้างอิงจากตลาดโลก อุตสาหกรรมทองคำรูปพรรณจึงมีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างมากเพราะจัดเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ที่ได้จากการศึกษาจะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้ซื้อทองคำรูปพรรณและเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้ (ผ่องพรรณ นันทชัย, 2553)

สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันมีการบริโภคทองคำ สามารถจำแนกตามความต้องการของผู้บริโภคเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ (1) เป็นการบริโภคทองคำในรูปแบบสินค้าการบริโภคในรูปแบบที่ผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคทองคำในลักษณะของทองคำรูปพรรณอาทิ เครื่องประดับเครื่องใช้ต่าง ๆ ซึ่ง การตัดสินใจบริโภคในลักษณะดังกล่าวจะคล้ายคลึงกับการบริโภคสินค้าทั่วไปที่ต้องการอรรถประโยชน์จากสินค้าเป็นหลัก และ (2) เป็นการบริโภคทองคำในรูปแบบของการสะสมความมั่งคั่งเนื่องจากทองคำเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษคือเป็นสินค้าที่รักษาความมั่งคั่งหรือมีมูลค่าในตัวเองซึ่งทองคำมีสภาพคล่องสูง (liquidity) สามารถที่จะเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ทุกเวลาและเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ดังนั้น ทองคำจึงเป็นเสมือนหนึ่งเครื่องสะสมความมั่งคั่งให้กับบุคคลนั่นเอง (สิทธิพัฒน์ พิพิธกุล, 2550)

ในช่วงหลัง ร้านค้าทองหันมาให้ความสนใจกับการเปิดร้านจำหน่ายทองคำมากยิ่งขึ้นเนื่องจากธุรกิจเครื่องประดับทองคำซึ่งเป็นรูปแบบร้านค้าปลีกได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น การแข่งขันทวีความรุนแรงขึ้น (อานนท์ เศรษฐกรียงไกร, 2553) เนื่องจากมีร้านค้าทองเข้าเปิดหลายสาขา และมีผู้บริโภคให้ความสนใจและใช้บริการเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจร้านขายปลีกเครื่องประดับใน 2563 มีจำนวนทั้งสิ้น 236 ราย จัดอยู่ในลำดับที่ 4 ของธุรกิจที่มีจัดตั้งสูงที่สุด โดยธุรกิจประเภทนี้มีการจัดตั้งใน 4 เดือนแรกของปี 2563 (มกราคม - เมษายน) ถึง 1,575 ราย เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ที่มีจำนวน 33 ราย ถือว่ามีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (กองข้อมูลธุรกิจ, 2563) เพราะร้านจำหน่ายทองคำ กระจายตัวอยู่ตามแหล่งชุมชนทุกที่ ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการได้อย่างสะดวกสบาย อีกทั้งผู้ประกอบการร้านจำหน่ายทองคำต่างดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาดมากยิ่งขึ้น มีการใช้แคมเปญต่าง ๆ การขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook page หรือ Instagram เพื่อส่งเสริมการขาย เพื่อช่วยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้ผู้บริโภคบางส่วนยังนิยมไปลงทุนในหุ้นเหมืองทองคำก็ถือหรือซื้อหุ้นในบริษัทที่ทำเหมืองทองนั่นเอง ซึ่งอาจให้ผลตอบแทนได้สูงเพียงแต่ราคาหุ้นของบริษัทเหล่านี้จะได้รับผลกระทบบวก หรือลบเต็มๆ จากราคาทองคำในตลาดโลก

ซึ่งในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2563 เป็นอีกหนึ่งช่วงเวลาที่ต้องบันทึกและจดจำไปอีกแสนนาน เพราะผลพวงจากการแพร่ระบาดของไวรัส โควิด-19 ได้สร้างความปั่นป่วนไปทุกภาคส่วน ซึ่งธุรกิจค้าทองคำอาจจะดูว่าไม่น่าจะเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องมากนัก แต่ผู้วิจัยต้องยอมรับว่ายังไม่เคยเห็นความวุ่นวายในวงการค้าทองคำในลักษณะนี้มาก่อน เริ่มตั้งแต่การค้าปลีก ร้านค้าทองทั่วประเทศต้องมีการปรับตัวอย่างมาก เพื่อรองรับกับกฎระเบียบของภาครัฐที่ประกาศออกมาเพื่อใช้ป้องกัน

การแพร่ระบาด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการขอความร่วมมือร้านค้าให้จัดระเบียบการให้บริการ เพื่อไม่ให้เกิดความแออัด รวมทั้งการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในด้านต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องของการป้องกันเชื้อโรค การกำหนดระยะเวลาการให้บริการที่สั้นลง และลดสาขาการบริการ โดยจะเปิดเท่าที่จำเป็น ขณะที่ร้านค้าในต่างจังหวัดยังต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของแต่ละพื้นที่เรื่องการเดินทางเข้าออกพื้นที่ การปฏิบัติตาม พ.ร.ก. ฉุกเฉิน ทำให้มีปัญหามากในเรื่องการเดินทางมาติดต่อซื้อขายแลกเปลี่ยนทองคำกับร้านค้าส่งที่เยาวราช ในส่วนของกรมค้าส่ง หรือกลุ่มที่ต้องติดต่อกับค้าขายกับต่างประเทศ ยิ่งได้รับผลกระทบอย่างหนัก เพราะเมื่อเกิดการแพร่ระบาดอย่างหนักไปทั่วโลก จนมีผู้ติดเชื้อหลายล้านคน และเสียชีวิตหลายแสนคน ทำให้หลายประเทศต้องประกาศใช้มาตรการล็อกดาวน์ หยุดการเดินทางระหว่างประเทศ ส่งผลให้ไม่สามารถส่งออกทองได้เหมือนอย่างเช่นปกติ เพราะสายการบินต่างๆ ได้หยุดให้บริการ ขณะเดียวกันโรงงานรีไฟน์ทอง ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในธุรกิจค้าทองคำก็ต้องหยุดดำเนินการ อันเนื่องมาจากคำสั่งของรัฐบาล ประกอบกับตัวผู้ประกอบการและแรงงานก็หวั่นว่าจะติดเชื้อโรคนี้นี้จึงประกาศหยุดให้บริการ ทำให้ส่งผลกระทบต่อวงจรราคาทองคำโลก และได้เกิดเหตุการณ์อื่นๆ ตามมามากมาย ที่ทั้งเรื่องของการขาดสภาพคล่องเรื่องความปั่นป่วนของราคาทองคำในตลาดโลก ซึ่งทั้งสองเรื่องนี้สำคัญมาก

ส่วนเรื่องของสภาพคล่อง เมื่อผู้ส่งออกทองคำในประเทศไม่สามารถส่งออกไปได้ ทำให้ผู้ค้าทองคำในประเทศก็ไม่กล้ารับซื้อไว้ หรือจะรับซื้อเท่าที่จำเป็นเพราะต้องแบกรับความเสี่ยง เรื่องของการขึ้นลงของราคาเอาไว้อเอง ที่สำคัญเมื่อไม่สามารถส่งออกได้ ก็จะไม่มีการนำเงินกลับมาเพื่อทำให้ธุรกิจค้าทองคำไหลเวียน หรือหากส่งออกได้ ทางผู้ค้าต่างประเทศก็รออยู่ระยะเวลา การจ่ายเงินออกไป 10-20 วัน ทำให้ปริมาณเงินหมุนเวียนธุรกิจไม่เพียงพอ ผู้ค้าหลายรายต้องไปหาเงินจากแหล่งต่างๆ เพื่อมาเสริมสภาพคล่องในธุรกิจของตัวเอง ทำให้ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มขึ้น และผลกระทบที่เกิดขึ้นได้กระจายไปถึงร้านค้าปลีกทั่วประเทศด้วย นอกจากนี้ การหยุดให้บริการของสายการบินและโรงงานรีไฟน์ทอง ทำให้ต้นทุนค่าดำเนินการหรือค่าพรีเมียมสูงตามไปด้วย ซึ่งส่งผลกระทบต่อส่วนต่างระหว่างราคาซื้อกับราคาขายหรือสเปรด ที่ต้องขยับเพิ่มมากขึ้นตาม ทั้งนี้ ในช่วงเวลาราคาสเปรดของต่างประเทศได้เพิ่มขึ้นกว่า 10 เท่า ทำให้สมาคมค้าทองคำจำเป็นต้องขยับราคาส่วนต่างนี้เพิ่มขึ้นด้วย จากเดิมที่ติดอยู่บาทละ 100 บาท เพิ่มเป็น 300 บาท และเมื่อราคาลดลงสมาคมฯ ก็ได้ปรับลดลงให้เหลือบาทละ 200 บาท และในปัจจุบันทุกอย่างใกล้เข้าสู่สภาวะปกติสมาคมฯ ก็กลับมาใช้ในอัตราบาทละ 100 บาทเช่นเดิมแล้ว

ที่กล่าวมาข้างต้น คือ ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้ค้าทองคำ แต่สิ่งที่น่าเป็นห่วงอีกหนึ่งกลุ่มก็คือกลุ่มช่างผลิตที่ไม่มีงานทำมาระยะหนึ่งแล้ว เพราะก่อนหน้านี้จะเกิดปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เขาก็เจอกับปัญหาเรื่องสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ทำให้ความสามารถในการใช้จ่ายของผู้บริโภคลดน้อยลง ประกอบกับราคาทองคำได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้อุดขายทองรูปพรรณแทบจะหยุดนิ่ง ขณะนี้โรงงานผลิตทองรูปพรรณหลายแห่งได้ปิดตัวไปแล้ว ยิ่งมาในช่วงที่โควิดแพร่ระบาด ทำให้เศรษฐกิจโลกปั่นป่วนส่งผลให้ราคาทองคำปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้ตอนนี้มีแต่แรงขายออกมา ทั้งในกลุ่มทองคำแท่ง

และทองรูปพรรณ รวมถึงมีการเปลี่ยนสภาพจากการขายฝากเป็นขายขาด เพื่อทำกำไรจากราคาที่สูงขึ้น และเพื่อนำเงินไปใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน สิ่งที่เป็นกังวลก็คือ หลังจากนั้นจะมีแรงซื้อทองรูปพรรณกลับคืนไปหรือไม่ เพราะผลพวงจากโควิดต่อปัญหาเศรษฐกิจ คาดว่าต้องใช้เวลาในการแก้ปัญหาอีกนานพอควร และโควิดได้ทำให้หน้าตาของสังคมเปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจหลายอย่างต้องปรับตัว มีการลดคนงาน ทำให้เกิดปัญหาเรื่องการจ้างงาน และกำลังซื้อของประชาชน ที่สำคัญยังต้องจับตามองว่าปัญหาสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนจะทวีความรุนแรงขึ้น เพื่อมาซ้ำเติมสภาพเศรษฐกิจอีกหรือไม่ ต้องยอมรับว่าธุรกิจค้าทองคำได้รับผลกระทบอย่างแน่นอน ขณะนี้ยังไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาดูแล และให้ความช่วยเหลือกลุ่มช่างทำทอง ที่ถือเป็นกลุ่มช่างฝีมือแรงงานที่นับวันจะหายาก และหากช่างกลุ่มต้องเลิกไป การจะหาคนใหม่มาทดแทนไม่ใช่เรื่องง่าย และไม่สามารถใช้เครื่องจักรมาทำแทนได้ด้วย เพราะการผลิตทองคำด้วยเครื่องจักรผลิตได้ไม่ทุกรูปแบบ ทำให้ไม่เกิดความหลากหลาย จึงขยายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาให้ความช่วยเหลือด้วย (สมาคมค้าทองคำ, 2563)

ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 นั้น ได้สร้างปัญหาอย่างหนักทั่วโลก ทั้งปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภาคของการลงทุน เพราะจากมาตรการต่าง ๆ ที่ถูกนำออกมาใช้ทั้งนี้เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรค ทำให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจตามมามากมายและคาดว่าจะต้องใช้เวลาอีกนานกว่าจะเยียวยาเพื่อให้ทุกอย่างดีขึ้นแม้ว่าทองคำจะเป็นสินทรัพย์ การลงทุนเพียงประเภทเดียวที่ยังสามารถเติบโตไปได้ แต่การดำเนินธุรกิจต้องประสบกับปัญหาเช่นกัน ปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้นมาจากโควิด แม้ว่าจะมีการคาดการณ์ว่าจะใช้เวลาไม่นานในการควบคุมการแพร่ระบาดให้อยู่ในวงจำกัดได้ แต่จะต้องใช้เวลาเยียวานาน และจะเกิดวิถีใหม่ในสังคมมากมาย สินค้าและบริการหลาย ๆ อย่างที่ไม่จำเป็นก็จะสูญหายไป หรือจะมีการให้บริการหรือธุรกิจใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่ ซึ่งทั้งหมดนี้จะเอื้อต่อการเติบโตของทองคำเป็นอย่างมาก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าแบรนด์ของลูกค้าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ธุรกิจเครื่องประดับทองคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาคูณค่าแบรนด์ของลูกค้าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจเครื่องประดับทองคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

1. แบรินด์ หมายถึง คุณลักษณะโดยรวมของสินค้าและบริการที่อยู่ในหัวใจของลูกค้า แบรินด์คือ สินค้าและบริการที่เป็นองค์ประกอบและสร้างคุณค่าให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าจากคุณค่าของแบรินด์ และความน่าเชื่อถือ รวมไปถึงชื่อเสียงสัญลักษณ์ของแบรินด์ และการบริการรวมไปถึงสามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจได้ในระยะยาว

2. ลูกค้า (Customer) หมายถึง เป้าหมายของธุรกิจทุกประเภท พนักงานขายจึงมีหน้าที่และภารกิจที่ต้องดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า เป้าหมายอันจะนำไปสู่ความสำเร็จและรักษาลูกค้าเหล่านั้นไว้ได้

3. คุณค่าแบรนด์ของลูกค้า (Customer Based Brand Equity) หมายถึง คุณค่าของแบรนด์เกิดจากความภักดีของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์อย่างแท้จริง ซึ่งแบรนด์หมายถึงสินค้าและบริการ ความรู้สึก ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ประโยชน์ และคุณลักษณะของแบรนด์ ที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้ส่วนได้เสียที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ รวมไปถึงความไว้วางใจของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์และองค์กร

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's Marketing Mix)

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้า หรือบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ รวมถึงลักษณะที่อาจมองเห็นได้ของสิ่งนั้น ทั้งในด้านที่เป็นสิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือลักษณะประโยชน์และความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์รวมถึงคุณภาพการให้บริการที่สะดวกสบาย ราคาสินค้าบรรจุกัญชี รวมไปถึงมาตรฐานของสินค้า

4.2 ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าที่เป็นตัวเงินของสินค้าและบริการ ที่ผู้ประกอบการกำหนดขึ้น จากต้นทุน คู่แข่งและความต้องการของลูกค้า ราคาที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นราคาที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคและผู้ที่เกี่ยวข้อง ราคาคือสิ่งกำหนดจากรายได้ของกิจการ หรือผลกำไรของกิจการนั่นเอง ของลูกค้า

4.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กลไกที่เกี่ยวข้องกับการทำให้สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปถึงมือของผู้บริโภค ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงสถานที่ตั้ง (Location) ช่องทาง จัดจำหน่าย (Channel of Distribution) และประเภทชนิดของช่องทาง (Type of Outlet) ดังนั้น การที่อุตสาหกรรมจะประสบความสำเร็จได้นอกจากจะมีผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพ ที่จะสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้แล้ว ยังต้องมีการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ

4.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดใน การสื่อสารจากมหาวิทยาลัยไปยังผู้บริโภคผ่านประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotional Mix) ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) โดยการจัดกิจกรรมทางการตลาดผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ถึงชื่อเสียง ภาพลักษณ์ เป็นต้น

4.5 ด้านบุคลากร (People) หมายถึง บทบาทของบุคลากรสำหรับธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อม ๆ กัน ด้วยการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีส่วนจำเป็นอย่างมากสำหรับธุรกิจบริการ

4.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง เป็นการสร้างและนำเสนอ ลักษณะ ทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถมองเห็นและสัมผัสได้โดยตรง และการตกแต่งออกแบบ

บรรยากาศ สีสันความหรูหราของอุปกรณ์ และเทคโนโลยี รวมไปถึงการตกแต่งทั้งภายในภายนอกขององค์กรที่เป็นเอกลักษณ์ ทันสมัย และสะดวกสบาย สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดแรงดึงดูดและความสนใจ จากลูกค้า ตลอดจนจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือมารับบริการ

4.7 กระบวนการ (Process) หมายถึง กระบวนการในการส่งมอบบริการมีความสัมพันธ์ เช่นเดียวกันกับทรัพยากรบุคคล ซึ่งระบบการส่งมอบการให้บริการจะครอบคลุมถึงนโยบายและกระบวนการที่จะนำมาใช้ รวมไปถึงอำนาจในการตัดสินใจของพนักงาน และผู้บริหาร จะเห็นได้ กระบวนการส่งมอบคุณภาพในการบริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

5. การรับรู้คุณภาพการบริการ (Perception of Service Quality) หมายถึง คุณภาพที่รับรู้จากการได้รับบริการ อย่างแท้จริง ย่อมแสดงว่าสิ่งนั้นมีคุณภาพอย่างแท้จริง ซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าและ ความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า

6. การจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพ (Customer Relationship Management: CRM) หมายถึง การจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพมีพื้นฐานจากการปฏิบัติตามแนวคิดการตลาดสายสัมพันธ์ เพื่อการจำแนกลูกค้า ความเข้าใจลูกค้าและการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายด้วยกระบวนการดำเนินงานและผ่านช่องทางการติดต่อของลูกค้า แนวคิดการจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพกับแนวคิดการตลาดสายสัมพันธ์ เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นความร่วมมือระหว่างธุรกิจและลูกค้าในการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกัน

7. ผลการดำเนินงานทางการตลาด (Marketing Performance) หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภค ส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีผลต่อ ผลการดำเนินงานทางการตลาด

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษา ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าแบรนด์ของลูกค้า ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน กลุ่มธุรกิจเครื่องประดับทองคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

1. คุณค่าแบรนด์ของลูกค้า ประกอบด้วย การตระหนักรู้ต่อแบรนด์ ความเชื่อมโยงต่อแบรนด์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และความภักดีต่อแบรนด์
2. การจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพ ซึ่งประกอบด้วย มุ่งเน้นที่การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า มุ่งเน้นการรักษาความสัมพันธ์กับองค์กร และมุ่งเน้นสารสนเทศในการสร้างความสัมพันธ์
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ
4. การรับรู้คุณภาพการบริการ ซึ่งจะประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การตอบสนองของลูกค้า ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ความน่าเชื่อถือ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

5. ผลการดำเนินงานทางด้านการตลาด ประกอบด้วย ความพึงพอใจของลูกค้า พฤติกรรมความตั้งใจซื้อของลูกค้า และส่วนแบ่งทางการตลาด

ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภค จำนวน 158,400 คนต่อเดือนที่มาซื้อขายแลกเปลี่ยนทองคำในร้านค้าทองคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 37 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2563) โดยการสุ่ม แบบหลายขั้นตอน (Multi Stage) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์โดยทำการสัมภาษณ์ 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้บริหาร สมาคมค้าทองคำแห่งประเทศไทย จำนวน 2 คน 2) กลุ่มผู้บริหาร ศูนย์วิจัยทองคำ จำนวน 2 คน และ 3) กลุ่มผู้ประกอบการเครื่องประดับทองคำ 10 คน รวมทั้งสิ้น 14 คน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่

1.1 คุณค่าแบรนด์ของลูกค้า (Customer Based Brand Equity) ได้แก่

1.1.1 การตระหนักรู้ต่อแบรนด์

1.1.2 ความเชื่อมโยงต่อแบรนด์

1.1.3 ภาพลักษณ์ของแบรนด์

1.1.4 ความภักดีต่อแบรนด์

1.2 การจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพ (Customer Relation Management) ได้แก่

1.2.1 มุ่งเน้นการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า

1.2.2 มุ่งเน้นการรักษาความสัมพันธ์กับองค์กร

1.2.3 มุ่งเน้นสารสนเทศในการสร้างความสัมพันธ์

1.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7'Ps Mix Strategy) ได้แก่

1.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

1.3.2 ด้านราคา

1.3.3 ด้านสถานที่

1.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

1.3.5 ด้านบุคคล

1.3.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ

1.3.7 ด้านกระบวนการ

1.4 การรับรู้คุณภาพการบริการ (Perception of Service Quality) ได้แก่

1.4.1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

1.4.2 การตอบสนองของลูกค้า

1.4.3 ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้

1.4.4 ความน่าเชื่อถือ

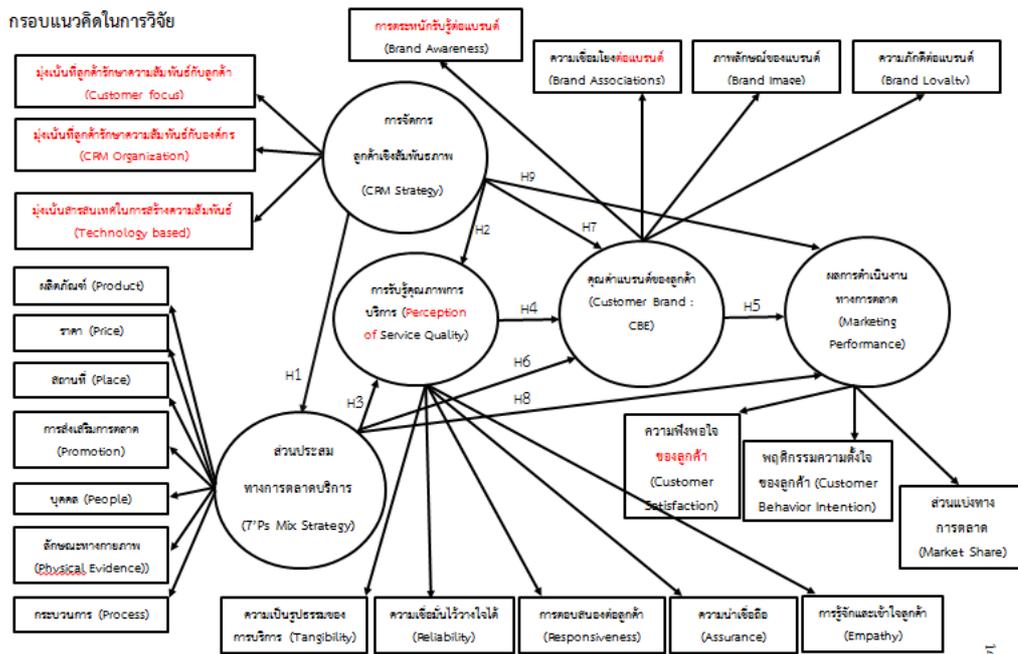
1.4.5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ผลการดำเนินงานทางการตลาด (Marketing Performance) มุ่งเป้าประกอบด้วย

2.1 ความพึงพอใจ

2.2 พฤติกรรมความตั้งใจซื้อของลูกค้า

2.3 ส่วนแบ่งทางการตลาด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบข้อค้นพบในเชิงวิชาการเกี่ยวกับการจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพและส่วนประสมทางการตลาดบริการ รวมไปถึงการรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อคุณค่าแบรนด์ของลูกค้าและผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจเครื่องประดับทองคำในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

2. งานวิจัยนี้ ทำให้ได้ศึกษาคุณค่าแบรนด์ของลูกค้าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดกลุ่มธุรกิจเครื่องประดับทองคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจเครื่องประดับทองคำและสำหรับผู้สนใจสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นข้อมูลในการพิจารณาปรับใช้ในการพัฒนาการสร้างคุณค่าแบรนด์ของลูกค้า

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภค จำนวน 158,400 คนต่อเดือน ที่มาซื้อขายแลกเปลี่ยนทองคำในร้านค้าทองคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 37 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2563) โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ทั้งนี้เพื่อความเพียงพอของจำนวนที่เพียงพอและมากกว่าขนาดกลุ่มข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ขั้นต้นที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) ใช้ขนาดกลุ่มของตัวอย่างหรือประชากร 10 - 20 คนต่อตัวแปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร (Schumacker & Lomax, 1996; Hair et al., 1998 อ้างใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) อัตราส่วนระหว่างขนาดกลุ่มตัวอย่าง ต่อจำนวนค่าสัมประสิทธิ์ที่ต้องประมาณค่า (N:q) ในกรณีที่ดีที่สุดก็คือ 20:1 (Jackson, 2003) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลองจำนวน 22 ตัวแปร ความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย $20 \times 22 = 440$ ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้ทำการประมาณ อัตราการตอบกลับเป็น $440 + (440 \times 0.4) = 616$ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต้นที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM)

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์โดยทำการสัมภาษณ์ 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้บริหาร สมาคมค้าทองคำแห่งประเทศไทย จำนวน 2 คน 2) กลุ่มผู้บริหาร ศูนย์วิจัยทองคำ จำนวน 2 คน และ 3) กลุ่มผู้ประกอบการเครื่องประดับทองคำ 10 คน รวมทั้งสิ้น 14 คน

ผลการวิจัย

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ตามลำดับโดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 - 45 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมา มีอายุ 46 - 50 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และมีอายุต่ำกว่า 25 ปีขึ้นไป จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ ด้านการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา มีการศึกษาใน

ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6/ปวช. หรือต่ำกว่า จำนวน 122 คน คิดเป็น ร้อยละ 30.5 และมีการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 พนักงาน/บริษัทเอกชน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และมีอาชีพเป็นข้าราชการ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

อภิปรายผล

นโยบายการค้าของรัฐบาลและของสมาคมค้าทองแห่งประเทศไทยนั้นก็เป็นอุปสรรคเช่นเดียวกัน เนื่องจากร้านทองต้องอยู่ภายใต้ข้อกำหนดของรัฐบาลและสมาคมค้าทองแห่งประเทศไทยซึ่งต้องทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังมีเรื่องของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเป็นกรอบแนวทางในการปฏิบัติที่ร้านยึดถือปฏิบัติตาม สอดคล้องกับผลการดำเนินงานทางการตลาดซึ่งผลวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sae (2013) ที่พบว่า การจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์เป็นคุณค่าแบรนด์ของลูกค้า พบว่า ปัจจัยทางด้านทัศนคติของลูกค้าที่มีผลต่อการรับถึงแบรนด์มีนัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณค่าแบรนด์ และปัจจัยทางด้านทัศนคติของลูกค้าในแบรนด์ ส่งผลต่อคุณค่าแบรนด์ของลูกค้าและปัจจัยทางด้านสารสนเทศในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร มีนัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการตระหนักรู้ถึงแบรนด์และความเชื่อมโยงแบรนด์ ในความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาวส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน Sirikada (2013) กลยุทธ์ในการมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งในระยะยาวและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการเป็นรายบุคคล และเพิ่มความพึงพอใจ ความจงรักภักดีของลูกค้าความสามารถรักษาลูกค้าเก่า ซึ่งนำไปสู่ความสามารถในการทำกำไร การปรับปรุงผลการดำเนินงานทางการตลาดที่ดีของธุรกิจ และการสร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับงานวิจัย Keokiticai (2010) พบว่า การจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้ามุ่งเน้นรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า และความสามารถในการทำกำไรและส่งผลต่อการดำเนินงานทางการตลาด สอดคล้องกับ Srikada (2013) พบว่า การนำแนวคิดการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ซึ่งเป็นปัจจัยเหตุ ที่ส่งผลต่อความสามารถการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่นำไปสู่การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันด้วยการมีผลการดำเนินงานด้านการตลาดที่ดีของธุรกิจเครื่องประดับทองคำ อาจกล่าวได้ว่า การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ต่อบัณฑิตผู้ประสงค์ของการวิจัยพบว่า การจัดการลูกค้าสัมพันธ์มีความสำคัญอย่างมากในการนำมาใช้ประโยชน์ในทางด้านการสร้างความสัมพันธ์กับของลูกค้า ด้านมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นสำคัญ สร้างความสัมพันธ์ด้านองค์กร และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มธุรกิจเครื่องประดับทองคำส่งผลต่อ ผลการดำเนินงานทางการตลาดได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป ดังรายละเอียด ดังนี้

(1) การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อศึกษาและค้นหาปัจจัยเหตุที่ผู้บริหารหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้ความสำคัญในการพัฒนาและใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับคุณค่าแบรนด์ของลูกค้ำที่มีผลต่อกลุ่มธุรกิจเครื่องประดับทองคำ

(2) การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเปรียบเทียบคุณค่าแบรนด์ของลูกค้ำ ในธุรกิจอื่น ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในประเทศและต่างประเทศและพัฒนามาตรฐานให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). การใช้ PSSfor Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (ม.ป.ป.). บทสรุปโครงการศึกษาวิจัยการพัฒนาระบบ Supply chain (โซ่อุปทาน) ธุรกิจการค้าปลีก. แหล่งที่มา [www.dbd.go.th/mainsite/fileadmin/contents/research/development Supply%20Chain.doc](http://www.dbd.go.th/mainsite/fileadmin/contents/research/development%20Supply%20Chain.doc). (21 สิงหาคม 2560).

กระทรวงพาณิชย์, กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2562). โครงการศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ: กระทรวงฯ.

กรานต์เลิศ สหายวงศ์. (2560). ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองในประเทศไทย, วิทยานิพนธ์, เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะเศรษฐศาสตร์, ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์. (2556). การวิจัยโครงการศึกษาวิเคราะห์แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อรองรับการที่เงินเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกและการจัดทำเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน (อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์.

รูปแบบการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย

Model Marketing Performance of Information technology and communication in Thailand

เรืองศักดิ์ มีเปี่ยม

Roengsak Meepiem

ซัมมิท โอโตซีท อินดัสตรี จำกัด

Summit Auto Seat Industry co: ltd

Program Management Department

e-mail: Roensak.m@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัย รูปแบบการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการจัดการองค์ความรู้ความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยและเพื่อสังเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการจัดการองค์ความรู้ความสามารถทางนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ชาติในประเทศไทยการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมวิธีได้แก่ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลในทางบวกต่อการจัดการองค์ความรู้ความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรการจัดการความรู้มีอิทธิพลในทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรการจัดการความรู้มีอิทธิพลในทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรและความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลในทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

คำสำคัญ: ผลการดำเนินงาน, ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ

Abstract

The research Model Marketing Performance of Information technology and communication in Thailand aims to study the influence of factors of leadership changes in knowledge management innovation ability towards the performance of the company. information and communication technologies in the countries of

Thailand and to synthesize the subject leadership structure, the equation changes to knowledge management capabilities to innovations that influence financial results. The company's operations, information technology and media. The courts in the country of Thailand, this research uses research methods, integrated approach include: Qualitative research methodology consisting of in-depth interviews and quantitative research methodology using query data from a sample group of business executives, information and communications technology in the country, Thailand.

The Hypothesis test results found that leadership changes are influenced in a positive way towards knowledge management capabilities, innovation and performance of enterprise knowledge management influence in a positive way towards innovation ability of enterprise knowledge management influence in a positive way towards the performance of the enterprise and innovation capabilities, influence positive social effects of the operations of the organization.

Keyword: performance, Information technology and communication

บทนำ

สำหรับประเทศไทยในการสร้างโมเดล Thailand 4.0 หรือ "ประเทศไทย 4.0" หรือ "ไทยแลนด์ 4.0" ที่เป็น Value-based Economy นั้น ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิต เน้นการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ซึ่ง นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี ได้กล่าวถึง นโยบายของรัฐบาลในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศตามวิสัยทัศน์ไทยแลนด์ 4.0 ที่มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยพัฒนาต่อยอดดำเนินธุรกิจมุ่งเน้นการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เปลี่ยนถ่ายรูปแบบการทำธุรกิจเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมสู่เศรษฐกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบริการที่มีมูลค่าสูง ลดกระบวนการผลิตแบบทำมากได้ผลน้อยเป็นทำน้อยได้ผลมาก รัฐบาลจึงได้วางรากฐานโดยกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนประเทศให้เข้าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy) หรือเศรษฐกิจดิจิทัลด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (Hard Infrastructure) ที่ครอบคลุมทุกพื้นที่และใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างความมั่นคงในการทำธุรกรรมของผู้ประกอบการ (ศูนย์ข่าวกระทรวงพาณิชย์, กระทรวงพาณิชย์, 2559)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของผลการดำเนินงานของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของผลการดำเนินงานของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

คำว่า นวัตกรรม (Innovation) ในเชิงเศรษฐศาสตร์หมายถึง การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบ ใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือหมายถึง การทำ ในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวให้กลายมาเป็นโอกาส (Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

ภาวะผู้นำภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) หมายถึง รูปแบบของผู้นำที่แสดงออกโดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและสมมุติฐานของสมาชิกในองค์การ และสร้างความผูกพันในการเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ขององค์การ โดยการเปลี่ยนสภาพหรือเปลี่ยนแปลงความพยายามของผู้ร่วมงานให้สูงขึ้นกว่าความพยายามที่คาดหวังพัฒนาความสามารถของผู้ร่วมงานไปสู่ระดับที่สูงขึ้นและมีศักยภาพมากขึ้น (รัตติกรณ จงวิศาล, 2552 อ้างใน จำรุงญ ชำนาญไพร, 2558)

องค์กรธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในประเทศไทย หมายถึง องค์กรธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในประเทศไทยที่ผลิต จำหน่าย ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์และทำหน้าที่ให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับอิทธิพลเชิงสาเหตุ ระหว่าง ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการองค์ความรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม ที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในประเทศไทย

ขอบเขตด้านระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาตัวแบบสมการโครงสร้าง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการองค์ความรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม และ ผลการดำเนินงาน ของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงผสมวิธี (Mixed methodology) ซึ่งเป็นการนำ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มาใช้ร่วมกัน เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

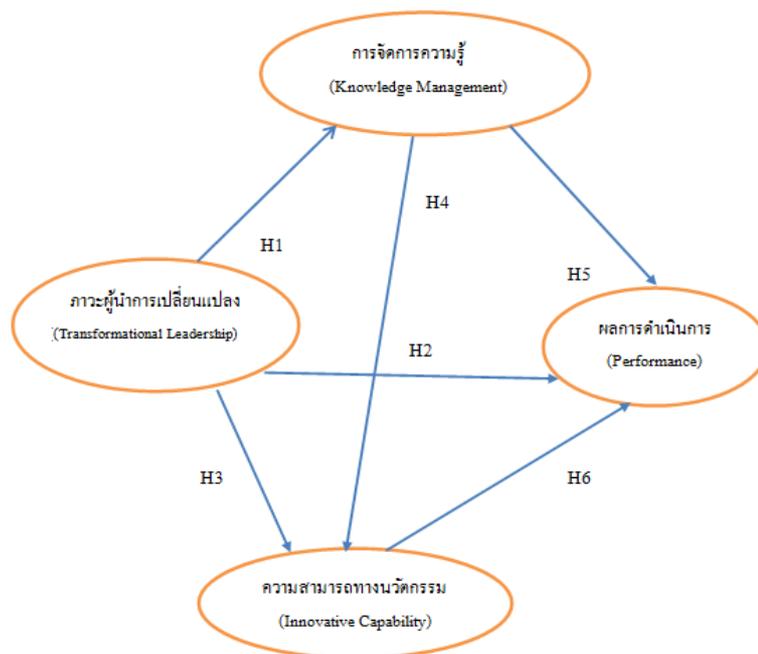
การศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous variables) ได้แก่ ปัจจัยภาวะผู้นำ (Leadership) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบคือ

1.1 การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence)

1.2 การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation)

- 1.3 การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation)
- 1.4 การตระหนักถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualize Consideration)
- 2. ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous variables) ได้แก่
 - 2.1 การจัดการองค์ความรู้ (Knowledge management) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ
 - การแสวงหาความรู้ (Knowledge acquisition)
 - การแปลงองค์ความรู้ (Knowledge conversion)
 - การนำความรู้มาใช้ประโยชน์ (Application) และ
 - การปกป้ององค์ความรู้ (Knowledge protection)
 - 2.2 ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovation capability) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ
 - ความสามารถในการพัฒนาเทคโนโลยี (Technology development capability)
 - ความสามารถทางการผลิต (Production capability)
 - ความสามารถในการจัดการ (Management capability)
 - ความสามารถในการลดต้นทุนการส่งผ่านสินค้า (Transaction capability)
 - 2.3. ผลการดำเนินงาน ประกอบด้วย 5 มิติคือ
 - มิติด้านการเงิน (Financial perspective)
 - มิติด้านลูกค้า (Customer perspective)
 - มิติด้านการตลาด (Marketing perspective)
 - มิติด้านพนักงาน (Employee perspective)
 - มิติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility perspective)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเชิงวิจัย (Research Contribution)

1.1 ทำให้ทราบถึงองค์ประกอบของดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย

1.2 ทำให้ทราบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย

2. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเชิงการประยุกต์ใช้ในการจัดการ (Managerial Contribution)

2.1 ผลการศึกษาทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาวะผู้นำและมีการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงให้แก่ผู้บริหารเพื่อให้เป็นผู้ที่ให้การสนับสนุนการจัดการความรู้ภายในองค์กร

2.2 ผลการศึกษาทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ เพื่อส่งเสริมให้เกิดความสามารถทางนวัตกรรม

2.3 ผลการศึกษาทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจ และช่วยส่งเสริมให้มีการวิจัย และพัฒนานวัตกรรมต่างๆภายในองค์กร ที่จะส่งผล สนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับภูมิภาค และในระดับโลกต่อไป

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวแบบสมการโครงสร้าง ภาวะผู้นำ การจัดการองค์ความรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน ของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงผสมวิธี (Mixed method research) ประกอบด้วย ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research approach) และ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research approach)

การวิจัยเชิงปริมาณ

1) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ในประเทศไทยที่เป็นสมาชิก สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศไทย (The Association of Thai ICT Industries) จำนวน 110 บริษัท และ บริษัทให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจำนวน 90 บริษัทรวม 200 บริษัท

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ด้วยสถิติโมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อที่จะให้เกิดความมั่นใจว่าโมเดลการวิจัยจะสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยที่ Comrey and Lee (1992) ได้เสนอขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

ผลการวิจัย

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.0 มีอายุระหว่าง 30-40 ปี ร้อยละ 50.5 มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 10-19 ปี ร้อยละ 43.3

2) ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรในการวิจัย ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรในการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารขององค์กรอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 4.07 รายด้าน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน โดยด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.12 รองลงมา การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล 4.07 การกระตุ้นทางปัญญา 4.06 และน้อยที่สุด การสร้างแรงบันดาลใจ 4.04

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารขององค์กรด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 4.12 รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดยข้อ “ผู้นำองค์กรสามารถกระตุ้นให้พนักงานทุ่มเทความรู้ ความสามารถ ให้กับการทำงาน” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.08 รองลงมา “ผู้นำองค์กรสามารถกระตุ้นให้พนักงานทำงานอย่างมีชีวิตชีวา” 4.07 และน้อยที่สุด “ผู้นำองค์กรสามารถส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร” 4.00

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารขององค์กรด้านการสร้างแรงบันดาลใจอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 4.04 รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดยข้อ “ผู้นำองค์กรมีศีลธรรมและจริยธรรมสูงสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีแก่พนักงาน” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.20 รองลงมา “ผู้นำองค์กรคำนึงถึงความต้องการและประโยชน์ของส่วนรวมเหนือความต้องการของตนเอง” 4.15 และน้อยที่สุด “ผู้นำองค์กร สามารถควบคุมสติอารมณ์ได้ในสถานการณ์วิกฤตและตัดสินใจในสิ่งที่ถูกต้อง” 4.01

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารขององค์กรด้านการกระตุ้นทางปัญญาอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 4.06 รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดยข้อ “ผู้นำองค์กรสามารถกระตุ้นให้พนักงานเชื่อมั่นว่า ปัญหาทุกอย่างมีทางแก้ไข” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.09 รองลงมา “ผู้นำองค์กรสามารถกระตุ้นให้ผู้ตามมีความต้องการหาแนวทางใหม่ๆ มาแก้ปัญหาในหน่วยงาน” เท่ากับ “ผู้นำองค์กรสามารถกระตุ้นให้พนักงานมีความคิดริเริ่มในการแก้ไขปัญหา” 4.07 และน้อยที่สุด “ผู้นำองค์กรสามารถกระตุ้นผู้ตามให้ตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในหน่วยงาน” 4.03

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารขององค์กรด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 4.07 รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดยข้อ ผู้นำองค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานแต่ละคนได้แสดงความสามารถพิเศษได้อย่างเต็มที่” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.14 รองลงมา “ผู้นำองค์กรสนับสนุนการพัฒนาตนเองให้

สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานแต่ละคน” 4.12 และน้อยที่สุด “ผู้นำองค์กร สามารถควบคุม สติอารมณ์ได้ในสถานการณ์วิกฤตและตัดสินใจในสิ่งที่ถูกต้อง” 3.95

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการจัดการความรู้ภายในองค์กรอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 4.02 รายด้าน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน โดยด้านการแสวงหา ความรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.08 รองลงมา การนำความรู้มาใช้ประโยชน์ 4.04 การแปลงองค์ความรู้ 3.99 และน้อยที่สุด การปกป้ององค์ความรู้ 3.98

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการจัดการความรู้ภายในองค์กรด้านการแสวงหาความรู้ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 4.08 รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดยข้อ “องค์กรมีการสนับสนุนให้พนักงานมีการเรียนรู้ใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.19 รองลงมา “องค์กรมีสิ่งอำนวยความสะดวกและเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานสามารถหาความรู้ได้อย่างรวดเร็ว และสะดวกสบาย” 4.11 และน้อยที่สุด “องค์กรมีการจัดการประชุม/การเสวนาทางวิชาการเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กรอยู่เสมอ” 3.99

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการจัดการความรู้ภายในองค์กรด้านการแปลงองค์ความรู้ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.99 รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดย ข้อ “องค์กรมีการนำความรู้ที่ได้มาถ่วงกรอง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการเชื่อถือได้” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.11 รองลงมา “องค์กรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการแปลงความรู้ เพื่อให้พนักงานสามารถนำมาใช้ ประโยชน์ได้สูงสุด” 4.03 และน้อยที่สุด “องค์กรมีการนำความรู้ที่คัดเลือกแล้ว มาจัดเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ค้นหาง่าย” 3.84

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการจัดการความรู้ภายในองค์กรด้านการนำความรู้มาใช้ ประโยชน์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 4.04 รายข้อ ข้อ “องค์กรมีการนำความรู้จากแหล่งข้อมูลของ องค์กรไปใช้ในการพัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ใน ระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.23 รองลงมา “องค์กรมีการนำความรู้จากแหล่งข้อมูลของ องค์กรไปใช้เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการตลาด” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย มาก 4.12 และน้อยที่สุด “องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เก็บไว้ได้อย่างเท่าเทียม กัน” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.77

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการจัดการความรู้ภายในองค์กรด้านการปกป้ององค์ความรู้ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.98 รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดย ข้อ “องค์กรมีการจำกัดการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นความลับสำหรับผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น” มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.04 รองลงมา “องค์กรมีการกำหนดรหัสผ่าน เพื่อให้เฉพาะพนักงาน และผู้ที่ได้รับ อนุญาตสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้” เท่ากับ “องค์กรมีการตรวจสอบเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้เกิดการ รั่วไหลของความลับขององค์กรทุกครั้ง” 4.02 และน้อยที่สุด “องค์กรมีซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการป้องกันการ แพร่กระจายของไวรัสคอมพิวเตอร์” 3.89

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความสามารถทางนวัตกรรมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.84 รายด้าน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน โดยด้านความสามารถในการ

จัดการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.03 รองลงมา ความสามารถในการพัฒนาเทคโนโลยี 3.94 ความสามารถในการลดต้นทุน 3.71 และน้อยที่สุด ความสามารถทางการผลิตขององค์กร 3.68

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความสามารถทางนวัตกรรมด้านความสามารถในการพัฒนาเทคโนโลยีอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.94 รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดยข้อ “องค์กรมีองค์ความรู้ที่เพียงพอในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.13 รองลงมา “องค์กรมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต” 4.00 และน้อยที่สุด “องค์กรเป็นผู้นำในด้านการพัฒนาเทคโนโลยี” 3.75

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความสามารถทางนวัตกรรมด้านความสามารถทางการผลิตขององค์กรอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.68 รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดยข้อ “องค์กรมีการดูแลรักษาเครื่องจักร อุปกรณ์การผลิตให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.82 รองลงมา “องค์กรมีกำลังการผลิตสำรองหากความต้องการสินค้าของตลาดเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว” 3.76 และน้อยที่สุด “องค์กรมีเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย” เท่ากับ “องค์กรมีกำลังการผลิตที่เพียงพอ” 3.57

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความสามารถทางนวัตกรรมด้านความสามารถในการจัดการอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 4.03 รายข้อ ข้อ “ผู้นำองค์กรสามารถกระตุ้นให้พนักงานเชื่อมั่นว่าปัญหาทุกอย่างมีทางแก้ไข” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.27 รองลงมา “องค์กรมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 4.05 และน้อยที่สุด “องค์กรมีการนำความรู้ที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารจัดการ” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.86

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความสามารถทางนวัตกรรมด้านการคำนึงถึงความสามารถในการลดต้นทุนอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.71 รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดยข้อ “องค์กรสามารถลดต้นทุนโลจิสติกส์ของสินค้าโดยไม่ทำให้ประสิทธิภาพในการขนย้ายสินค้าลดลง” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.74 รองลงมา องค์กรมีการศึกษาต้นทุนโลจิสติกส์ของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ” 3.73 และน้อยที่สุด “องค์กรสามารถลดต้นทุนการผลิตได้โดยไม่ทำให้คุณภาพสินค้าลดลง” 3.68

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.82 รายด้าน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน โดยด้านมิติด้านลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.95 รองลงมา มิติด้านการตลาด 3.86 มิติด้านการเงิน 3.85 มิติด้านพนักงาน 3.79 และน้อยที่สุด มิติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 3.63

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อผลการดำเนินงานขององค์กรด้านมิติด้านการเงินอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.85 รายข้อ โดยข้อ “องค์กรมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นทุกปี” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.22 รองลงมา “องค์กรมีกำไรสุทธิอย่างต่อเนื่อง” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.69 และน้อยที่สุด “องค์กรมีกำไรจากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.65

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อผลการดำเนินงานขององค์กรด้านมิติด้านลูกค้าอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.95 รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดยข้อ “ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้าและการให้บริการขององค์กร” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.08 รองลงมา องค์กรมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง” 3.96 และน้อยที่สุด “องค์กรสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้” 3.79

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อผลการดำเนินงานขององค์กรด้านมิติทางการตลาดอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3.86 รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดยข้อ “องค์กรมีการบุกเบิกตลาดใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา “องค์กรมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง” และน้อยที่สุด “องค์กรเป็นผู้นำด้านส่วนแบ่งทางการตลาดในธุรกิจ”

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อผลการดำเนินงานขององค์กรด้านมิติด้านพนักงาน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดยข้อ “พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา “พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี” และน้อยที่สุด พนักงานมีอัตราการลาออกน้อย”

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อผลการดำเนินงานขององค์กรด้านมิติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก รายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกข้อ โดยข้อ “องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา องค์กรเป็นผู้นำทางด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง” และน้อยที่สุด “องค์กรมีกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง”

3) ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า แบบจำลอง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการองค์ความรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม ที่มีอิทธิพลต่อ ผลการดำเนินงานของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4) ผลการวิเคราะห์อิทธิทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแบบสมการโครงสร้าง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการองค์ความรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม ต่อ ผลการดำเนินงานของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย

5) ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 Transformational leadership มีอิทธิพลในทางบวกต่อ Knowledge sharing ภายในองค์กร

สมมติฐานข้อที่ 2 Transformational leadership มีอิทธิพลในทางบวกต่อ Innovation capacity ขององค์กร

สมมติฐานข้อที่ 3 Transformational leadership มีอิทธิพลในทางบวกต่อ Performance ขององค์กร

สมมติฐานข้อที่ 4 Knowledge sharing มีอิทธิพลในทางบวกต่อ Innovation capacity ขององค์กร

สมมติฐานข้อที่ 5 Knowledge sharing มีอิทธิพลในทางบวกต่อ Performance ขององค์กร

สมมติฐานข้อที่ 6 Innovation capacity มีอิทธิพลในทางบวกต่อ Performance ขององค์กร

อภิปรายผล

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Overall (2015) ทำการศึกษาเรื่อง กรอบแนวความคิดของนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำ คุณภาพความสัมพันธ์ และ การจัดการความรู้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรม และ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยมีภาวะผู้นำ คุณภาพความสัมพันธ์ และ การจัดการความรู้ เป็นปัจจัยสาเหตุ (Causal variables) ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากพนักงานของบริษัทเอกชนจำนวน 189 แห่งในประเทศคานาดา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลการศึกษพบว่า คุณภาพความสัมพันธ์ และ การจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อ ผลผลิตด้านนวัตกรรม และ ผลผลิตด้านนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และ ภาวะผู้นำมีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Rawung ,Wuryaningrat and Elvinita (2015) ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน และผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการจัดการความรู้: กรณีศึกษาธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางในประเทศอินโดนีเซีย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และบ่งชี้คุณลักษณะของภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางจะสามารถนำไปใช้เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดสุลาเวสี ประเทศอินเดียนจำนวน 176 คน การวิเคราะห์ทำโดยใช้สถิติ Variant-based structural equation model หรือ Partially Least Square (PLS-SEM) ผลการวิเคราะห์พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะองค์ประกอบด้านการสร้างแรงบันดาลใจ และ การให้ความใส่ใจเป็นรายบุคคล มีผลในเชิงบวกต่อการจัดการความรู้ภายในองค์กร และ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Bejan David Analoui et al.(2013;4-17) ได้วิจัยเรื่องภาวะผู้นำและการจัดการความรู้ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสหราชอาณาจักร การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำและการจัดการความรู้ในองค์กร กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้จัดการจากหน่วยงานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสหราชอาณาจักร จำนวน 111 คน ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจัดการความรู้

ข้อเสนอแนะ

- 1) ผู้บริหารระดับกรรมการบริหารบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ควรส่งเสริมให้ผู้บริหารระดับต่าง ๆ ได้พัฒนาพฤติกรรมเชิงรุกในด้านการบริหารจัดการโดยมุ่งเน้นการสื่อสารเป็นรายบุคคลให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน
- 2) ผู้บริหารระดับกรรมการบริหารบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารผู้บริหารควรช่วยเหลือ รับฟัง ปัญหาที่เจ้าหน้าที่ต้องพบในการทำงาน เสนอแนะแนวทางที่เจ้าหน้าที่มั่นใจว่าจะสามารถทำได้อย่างแน่นอน

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ (2559). ระบบสารสนเทศในเชิงเศรษฐกิจ. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2559,
จาก <http://www.bangkokbiznews.com/economic>

ช่อทิพย์ ศรีธัญรัตน์ (2554) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจศูนย์บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ในอำเภอเมือง
จังหวัดอุบลราชธานี. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ชาคริต มาณพ. (2550). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของนักเรียน
เตรียมทหาร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย

Food Consumption Patterns in The New Normal of High School Students in Prakhonongpittayalai School

วนฤดี แสงอันประเสริฐ¹, ชญาภัทร์ กี่อาริโอ²

Wanarudee Sangunprasert¹, Chayapat Kee-ariyo²

¹นักศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

¹Master student, Home Economics, Faculty of Home Economics Technology,
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจำหลักสูตร สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

²Assistant professor Course Doctor Home Economics, Faculty of Home Economics Technology,
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

*Corresponding Author e-mail: imwasowiie@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัวกับรูปแบบการบริโภคอาหารตามแนววิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 300 คนจากการสุ่มแบบชั้นภูมิโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test f-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 18 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีรายได้ระหว่าง 100-150 บาทต่อวัน ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นทาวน์เฮ้าส์ อพาร์ทเมนท์และแฟลต สมาชิกในครอบครัวมากกว่า 3 คน การศึกษาของบิดามารดาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ย 15,000 – 30,000 บาทต่อเดือน ด้านรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการรับรู้การบริโภคอาหารวิถีใหม่ รองลงมาคือด้านลักษณะการบริโภคอาหารวิถีใหม่ ส่วนด้านประเภทอาหารวิถีใหม่ที่เลือกบริโภคมีค่าน้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ พบว่า เพศ อายุ ระดับชั้น การศึกษา รายรับที่ได้จากผู้ปกครอง ลักษณะที่อยู่อาศัย อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวและการศึกษาของบิดาและมารดาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากการวิจัยครั้งนี้สถานศึกษาควรให้คำแนะนำนักเรียนในเรื่องประเภทของอาหารที่เลือกบริโภคว่าควรเลือกประเภทที่เหมาะสมกับสภาวะของวิถีใหม่และตามสภาพเศรษฐกิจของครอบครัว

คำสำคัญ: รูปแบบการบริโภคอาหาร, วิถีใหม่, นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

Abstract

The purposes of this research were to study and to compare personal factors, family factors and food consumption patterns according to the new normal of high school students at Prakhonngpittayalai School. The sample was obtained by random sampling of 300 high school students and using online questionnaires as a research tool. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and f-test and one-way ANOVA analysis of variance. The results revealed that most of the samples are female, age 18 years old, studying in Mathayom 6, earning between 100-150 baht per day. The housing types are townhouse, apartment, or flat. The number of family members is more than 3 people. The education level of their parents is lower than a Bachelor's degree and work as employees with an average family income of 15,000 – 30,000 baht per month. For the food consumption patterns according to the new normal found that the overall level was at a high level. When considering each aspect, it was found that the aspect with the highest mean was the perception of food consumption according to the new normal, followed by the aspect of food consumption characteristics of family, and the least aspect was the food type selection. When comparing food consumption patterns according to the new normal classified by personal factors and family factors, there were found that gender, age, educational level, parental income per day, housing characteristics, occupations of parents and the average family income per month were significantly differed in opinions on consumption patterns at the .05 level, except for the number of family members and their parents' education were not statistically different at the .05 level. Based on this research, educational establishments should advise students on the types of food they choose to eat that are appropriate for the new normal conditions and the family's economic situation.

Keywords: food consumption patterns, New normal, High school students

บทนำ

จากสถานการณ์โลกปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 พบผู้ป่วยจำนวนมากมีไข้ ไอแห้ง หายใจลำบาก และมีอาการปอดอักเสบโดยไม่ทราบสาเหตุ ซึ่งการแพร่เชื้อของไวรัสชนิดนี้สามารถแพร่กระจายจากคนสู่คนผ่านการไอ จาม หรือสัมผัสกับสารคัดหลั่งของผู้ป่วย (สุรียา หมายานานะ, โสภณ เอี่ยมศิริถาวร และสุนนมาลย์ อุทุมมกุล, 2563) ต่อมาองค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ประกาศตั้งชื่อของไวรัสอย่างเป็นทางการโดยใช้ชื่อว่า Covid-19 ย่อมาจาก “coronavirus disease starting in 2019” หรือโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาที่เริ่มต้นในปี 2019 (WHO, 2020) และประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of International Concern : PHEIC) (ประชาชาติธุรกิจ, 2563) ที่ต้องมีการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคอย่างเข้มงวด ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคมทั้งเศรษฐกิจ การศึกษา และสุขภาพของประชากรทั่วโลก

โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ เปิดสอนในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ส่งผลให้นักเรียนมีพฤติกรรมกระตือรือร้นชีวิตเปลี่ยนแปลงไป ความเปลี่ยนแปลงที่เริ่มกลับสู่สภาวะปกติ แต่เป็นภาวะปกติแบบใหม่หรือที่เรียกว่า “New Normal” หรือความปกติใหม่ หมายถึง สถานการณ์ พฤติกรรมการปฏิบัติต่างๆ ที่ไม่คุ้นเคย หรือเคยเป็นสิ่งที่ผิดปกติก่อนหน้านี้ แต่กลายมาเป็นมาตรฐานปกติในปัจจุบัน (จันทน์ เจริญศรี, 2563) เมื่อสถานศึกษาจัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ (Online) สลับกับการเรียนแบบปกติ (On-site) จะเห็นการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมของโรงเรียนที่ต้องเป็นไปตามมาตรการทางสาธารณสุข และตามบริบททางการศึกษา ได้แก่ สวมใส่หน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยตลอดเวลา กำหนดการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1-2 เมตร ล้างมือด้วยสบู่ พกเจลแอลกอฮอล์ หลีกเลียงสถานที่แออัด กลุ่มเสี่ยงหรือผู้ที่มีอาการป่วย เป็นพื้นฐานสำคัญในการออกแบบชีวิตวิถีใหม่ และเกิดเป็นพฤติกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดจากการปรับตัวตามสถานการณ์อยู่ตลอดเวลา มีการนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมช่วยในการสื่อสารและการใช้ชีวิตจนกลายเป็นรูปแบบวิถีชีวิตใหม่เพื่อลดการปฏิสัมพันธ์ หลีกเลียงการออกไปนอกบ้าน ซึ่งอาจเสี่ยงต่อการสัมผัสกับเชื้อโรคที่แฝงตัวอยู่ทั่วไป ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการบริโภคอาหาร โดยช่วงอายุที่พบว่ามีควมน่ากังวลในการบริโภคอาหาร คือ กลุ่มนักเรียนและนักศึกษา เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีการเติบโตออกสู่วัยทำงาน หากมีพฤติกรรมบริโภคอาหารที่มีความเสี่ยงอาจก่อเกิดการสะสมของสารอาหารเข้าสู่ร่างกายที่ไม่เหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพได้ (ทิพย์ภรณ์ ไชยชนะแสง, 2560)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษารูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ทั้งในภาพรวมและความแตกต่างเพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมและองค์ความรู้ในการบริโภคอาหารวิถีใหม่ และเปรียบเทียบรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนอื่นๆ รวมทั้งเป็นแนวทางในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของนักเรียนในการบริโภคอาหารวิถีใหม่ที่ดีต่อสุขภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย
2. เพื่อศึกษารูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัวกับรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่กำลังศึกษาใน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,075 คน (ฝ่ายวิชาการโรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2564) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนของกลุ่ม

ตัวอย่างที่ระดับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 292 คน ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น จำนวน 300 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่อง รูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 รูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบมาตราวัดประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตราวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) มีเกณฑ์การประเมินทั้งหมด 5 ระดับ ดังนี้ 5 คะแนน = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 4 คะแนน = ระดับความคิดเห็นมาก, 3 คะแนน = ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 2 คะแนน = ระดับความคิดเห็นน้อย และ 1 คะแนน = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Questionnaires) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีดังนี้

3.1 ศึกษาและรวบรวมเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามของแบบสอบถาม ให้มีความครอบคลุมวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดของงานวิจัย

3.2 นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) ความครอบคลุมเนื้อหาและความถูกต้องในการใช้ภาษา

3.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขและผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) นำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างย่อยซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จริง จำนวน 60 คน

3.4 วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามดังกล่าว

3.5 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ Google Form กับนักเรียนโรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย ตามจำนวนที่กำหนด 300 คน โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 – 30 กันยายน 2564

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัยโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

5.2 การวิเคราะห์รูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

5.3 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัวกับรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย สำหรับความแตกต่าง 2 ตัวแปร ใช้การทดสอบค่าที (t-test) ส่วนความแตกต่างตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 2 ตัวแปร ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีที่ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.00 อายุ 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.33 กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 35.00 รายรับที่นักเรียนได้จากผู้ปกครอง 100 – 150 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นทาวน์เฮ้าส์ อพาร์ทเมนท์ แฟลต คิดเป็นร้อยละ 52.00 ปัจจัยด้านครอบครัว พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 การศึกษาของบิดาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.67 และการศึกษาของมารดาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.33 บิดาประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 27.67 และมารดาประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 25.00 มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัว 15,000 – 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.67

2. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการบริโภค อาหารวิถีใหม่ โดยรวม

(n = 300)

รูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ โดยรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านประเภทอาหารวิถีใหม่ที่เลือกบริโภค	3.76	0.45	มาก
2. ด้านลักษณะการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของครอบครัว	4.14	0.45	มาก
3. ด้านค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารวิถีใหม่ต่อมื้อ	3.86	0.50	มาก
4. ด้านสถานที่เลือกซื้ออาหารวิถีใหม่	3.87	0.60	มาก
5. ด้านข้อมูลการบริโภคอาหารวิถีใหม่	4.01	0.48	มาก
6. ด้านการรับรู้การบริโภคอาหารวิถีใหม่	4.22	0.55	มาก
รวม	3.98	0.31	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย มีความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน เรียงจากมากไปหาน้อย ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการรับรู้การบริโภคอาหารวิถีใหม่ รองลงมาคือ ด้านลักษณะการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของครอบครัว และด้านประเภทอาหารวิถีใหม่ที่เลือกบริโภค มีค่าน้อยที่สุด

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัวกับรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย พบดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

รูปแบบการบริโภคอาหาร วิถีใหม่	ปัจจัยส่วนบุคคล									
	เพศ		อายุ		ระดับชั้นการศึกษา		รายได้จากผู้ปกครองต่อวัน		ลักษณะที่อยู่อาศัย	
	t	P-value	F	P-value	F	P-value	F	P-value	t	P-value
ประเภทอาหารวิถีใหม่ที่เลือกบริโภค	2.427*	.061	14.219	.000*	2.814	.000*	4.230	.015*	.950	.343
ลักษณะการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของครอบครัว	.884	.377	2.115	.112	2.198	.113	1.376	.254	.985	.325
ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารวิถีใหม่ต่อมื้อ	1.307	.192	.065	.937	.258	.773	1.207	.301	.533	.549
สถานที่เลือกซื้ออาหารวิถีใหม่	1.005	.292	8.360	.000*	8.995	.000*	4.556	.011*	1.176*	.241
ข้อมูลการบริโภคอาหารวิถีใหม่	.438	.662	.536	.585	.955	.386	.322	.725	.463	.644
การรับรู้การบริโภคอาหารวิถีใหม่	.544	.587	3.230	.041*	3.428	.034*	1.444	.238	.137	.891

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

- 1) เพศ พบว่า ความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามเพศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 2) อายุ พบว่า ความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- 3) ระดับชั้นการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) รายรับที่ได้จากผู้ปกครองต่อวัน พบว่า ความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามรายรับจากผู้ปกครอง ต่อวันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า ความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามปัจจัยด้านครอบครัว

รูปแบบ การบริโภคอาหารวิถีใหม่	ปัจจัยด้านครอบครัว											
	จำนวนสมาชิกในครอบครัว		ระดับการศึกษาของบิดา		ระดับการศึกษาของมารดา		อาชีพของบิดา		อาชีพของมารดา		รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน	
	t	P-value	t	P-value	t	P-value	F	P-value	F	P-value	F	P-value
ประเภทอาหาร วิถีใหม่ที่เลือกบริโภค	.128	.899	1.422	.156	.120	.905	2.295	.059	1.252	.289	4.771	.003*
ลักษณะการบริโภคอาหาร วิถีใหม่ของครอบครัว	1.019	.309	1.449	.148	1.675	.095	2.971	.020*	3.196	.014*	3.047	.029*
ค่าใช้จ่ายในการบริโภค อาหารวิถีใหม่ต่อมื้อ	.040	.968	.004	.997	.738	.461	1.524	.195	2.703	.031*	.449	.718
สถานที่ เลือกซื้ออาหารวิถีใหม่	.018	.986	.362	.718	1.082	.280	2.143	.076	1.116	.349	3.533	.015*
ข้อมูลการบริโภค อาหารวิถีใหม่	.582	.561	1.260	.209	.960	.338	.678	.608	.201	.938	1.532	.206
การรับรู้การบริโภคอาหาร วิถีใหม่	1.330	.184	.098	.922	.967	.330	.403	.807	.297	.880	1.886	.132

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามปัจจัยด้านครอบครัว พบว่า

1) จำนวนสมาชิกในครอบครัว พบว่า ความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) การศึกษาของบิดาและมารดา พบว่า ความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามการศึกษาของบิดาและมารดา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) อาชีพของบิดาและมารดา พบว่า ความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามอาชีพของบิดาและมารดาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย จำแนกตามรายได้ของครอบครัว ต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย

จากข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีรายได้จากผู้ปกครอง 100–150 บาทต่อวัน ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นทาวน์เฮ้าส์/อพาร์ทเมนท์/แฟลต ปัจจัยด้านครอบครัว พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 3 คน การศึกษาของบิดาและมารดาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยของครอบครัว 15,000 – 30,000 บาทต่อเดือน

2. รูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย

2.1 ด้านประเภทอาหารวิถีใหม่ที่เลือกบริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารบุฟเฟต์ เช่น ปิ้งย่าง สุกี้ ชาบู หมูกระทะ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ ปวีณภัทร นิรัตน์ดิวัฒน์ และ วรารัตนา อุดมทรัพย์ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่นไทย ผลกระทบและแนวทางแก้ไข พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษาในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากเป็นเพราะสภาพสังคมวัฒนธรรมและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้น ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิต

2.2 ด้านลักษณะการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของครอบครัวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่คำนึงถึงวัตถุดิบและคุณภาพของอาหาร เช่น สภาพอาหารสมบูรณ์ ความสดใหม่ ไม่เน่าเสีย และเลือกรับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่ การรับประทานอาหารที่บ้านมากกว่าร้านอาหาร เพราะมั่นใจในความสะอาดของอาหารที่ปรุงเองมากกว่าการซื้อหรือการรับประทานอาหารข้างนอกบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับ ญาณิศา มงคลพิทักษ์สุข (2556) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกบริโภคร้านอาหารตามสั่งของประชาชนในพื้นที่ตลาดวงเวียนใหญ่ ถนนตากสิน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเลือกบริโภคร้านอาหารตามสั่งของประชาชนในพื้นที่ตลาดวงเวียนใหญ่ถนนตากสิน เขตธนบุรี กรุงเทพฯ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร

2.3 ด้านค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารต่อมื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อมื้อ 50 – 100 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภสิษฐ์ วราศิลป์ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง รูปแบบการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า รูปแบบการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เหตุผลในการเลือกบริโภคอาหารกลางวันมักจะคำนึงถึงราคาอาหารที่ไม่แพงจนเกินไป ส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารจานเดียว ได้แก่ ผัดกะเพรา แกงจืด หมูทอด และ ก๋วยเตี๋ยวหรือ บะหมี่ สำหรับอาหารจานด่วนนั้น นักศึกษานิยมบริโภคไส้กรอก ส่วนอาหารว่าง นักศึกษาเลือกบริโภค ส้มตำ ประเภทเครื่องดื่มนักศึกษาเลือกดื่มน้ำเปล่าเป็นส่วนใหญ่ ด้านราคาอาหารที่บริโภคต่อมื้อ คือ 51 – 100 บาท

2.4 ด้านสถานที่เลือกซื้ออาหารวิถีใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ (Food delivery) เช่น Grab Food/ Food Panda/ Line Man/ Robinhood เพื่อลดการสัมผัสในช่วงสถานการณ์ Covid-19 ด้วยการสั่งซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฏฐกร เฉลิมแดน (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เคยสั่งอาหารแบบดีลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ 2019 (Covid-19) ผลการวิจัยพบว่า แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ LINEMAN รองลงไป ได้แก่ Grab food และ Food Panda ตามลำดับ โดยที่วัย Gen X สั่งอาหารในจำนวนเงินที่มากกว่าวัยอื่น ๆ

2.5 ด้านข้อมูลการบริโภคอาหารวิถีใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่คำนึงถึงการบริโภคอาหารวิถีใหม่โดยการสั่งอาหาร Food Delivery และล้างมืออย่างถูกวิธีทุกครั้งหลังรับอาหารที่สั่ง เนื่องจาก Covid-19 สามารถติดต่อผ่านทางลมหายใจ สารคัดหลั่ง และการสัมผัสกับเชื้อโดยตรง ทำให้นักเรียนต้องปฏิบัติตามคำแนะนำเพื่อลดความวิตกกังวลเมื่อต้องใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริศกัญ เทพจิต (2563) ให้ความหมาย Covid-19 ไว้ว่า เป็นโรคอุบัติใหม่ (Emerging disease) ที่มีอาการทางคลินิกเฉพาะตัว มีระยะฟักตัวเชื้อในร่างกายมนุษย์ ติดต่อผ่านทางลมหายใจ สารคัดหลั่ง และการสัมผัสกับเชื้อโดยตรง

2.6 ด้านการรับรู้การบริโภคอาหารวิถีใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลมาจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook/Line/Tiktok/Twitter/Youtube/หมอบรรยากาศ/หมอบรรยากาศ เป็นต้น จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำให้นักเรียนใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น เพื่อเว้นระยะห่างทางสังคม และลดการสัมผัส สอดคล้องกับ วิวัฒน์ โรจนพิทยากร (2563) ที่พบว่าในชีวิตประจำวันมีประชาชนส่วนหนึ่งที่ติดตามข่าวคราวทางสุขภาพทางสื่อต่าง ๆ และสอดคล้องกับ อวาทิพย์ แว (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ Covid-19 กับการเรียนรู้สู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในวันนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพ เพื่อให้ประชาชนสามารถป้องกันตนเองไม่ให้สัมผัสเชื้อมากเกินไป

3. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัวกับรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย

1) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย พบว่า เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา รายรับที่ได้จากผู้ปกครอง ลักษณะที่อยู่อาศัย แตกต่างกันไป มีความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่อายุ 18 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีรายได้ระหว่าง 100 – 150 บาทต่อวัน ซึ่งอยู่ในวัยที่มีความต้องการที่จะบริโภคอาหารวิถีใหม่ที่ต่างไปจากเดิมตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือ Covid-19 และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้นจากวิถีชีวิตที่เคยรับประทานอาหารพร้อมหน้ากันทั้งครอบครัว ในบ้านก็เปลี่ยนเป็นการเลือกรับประทานอาหารนอกบ้านรับประทานอาหารจานด่วน (fast food) และสั่งซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์มากขึ้นเพื่อลดการสัมผัสในช่วงสถานการณ์ Covid-19 สอดคล้องกับ ณัฏฐกร เฉลิมแดน (2563) พบว่า แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ LINEMAN รองลงไป ได้แก่ Grab food และ Food Panda ตามลำดับ สำหรับประเภทอาหารที่สั่งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ฟาสต์ฟู้ด รองลงไป คือ อาหารตามสั่ง และเครื่องดื่ม ตามลำดับ ทำการสั่งอาหารในช่วงเวลา 12.01 –14.00 น. โดยที่วัย

Gen X สั่งอาหารในจำนวนเงินที่มากกว่าวัยอื่น ๆ ส่งผลให้รูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายแตกต่างกัน รวมไปถึงลักษณะที่อยู่อาศัยของนักเรียนอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ ทั้งนี้ประสบการณ์การเลี้ยงดูของผู้ปกครองจะช่วยเสริมสร้างความรู้ ความคิด และพฤติกรรมต่าง ๆ ในการบริโภคอาหารวิถีใหม่ให้เป็นที่ไปในแนวทางที่ถูกต้อง

2) เปรียบเทียบปัจจัยด้านครอบครัวกับรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย พบว่า อาชีพของบิดาและมารดา และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ เพราะในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือ Covid-19 มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิต สอดคล้องกับ บดินทร์ ชาศะเวที (2563) พบว่า ความปรกติใหม่ หรือ New Normal เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต กำลังจะกลายเป็นวิวัฒนาการใหม่ของสังคมมนุษย์ และระบบสังคมใหม่ของโลกส่งผลต่อด้านครอบครัว เศรษฐกิจ สังคม ได้แก่ ความเครียดเมื่อทราบข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส สถานะทางการเงินของครอบครัว สถานการณ์การตกงานส่งผลให้รูปแบบการบริโภคอาหารเปลี่ยนไปจากเดิม แต่จำนวนสมาชิกในครอบครัวและการศึกษาของบิดาและมารดาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ทำให้นักเรียนมีความกังวลและตื่นตัวเกี่ยวกับสุขอนามัย มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตอย่างระมัดระวัง มีรูปแบบการบริโภคอาหารที่เปลี่ยนไปจากเดิม ส่วนใหญ่จะใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารมากขึ้นเพื่อเว้นระยะห่างทางสังคม และลดการสัมผัส โดยการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ ใช้แอปพลิเคชันในการสั่งซื้ออาหาร ทำให้บางครั้งนักเรียนใช้จ่ายเงินที่จำกัด ส่งผลต่อสถานะทางการเงินของครอบครัว และอิทธิพลจากการโฆษณาสื่อ ทำให้นักเรียนไม่ตระหนักในการเลือกบริโภคอาหาร ส่งผลต่อสุขภาพและการเจริญเติบโตของร่างกาย ดังนั้น ควรถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารวิถีใหม่ ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ให้ถูกต้องเพื่อก่อให้เกิดการตระหนักถึงการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนสถาบันอื่น หรือประชากรกลุ่มอื่น ๆ
2. ควรศึกษาวิจัยเปรียบเทียบระหว่างความรู้กับรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ของนักเรียนสถาบันอื่น เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงด้านการบริโภคอาหารให้ถูกต้องตามหลักโภชนาการ
3. ควรศึกษาวิจัยด้านรายการอาหารที่ตรงกับความต้องการของนักเรียนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพต่อไป

สรุป

จากการศึกษารูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย มีรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ ด้านประเภทอาหารวิถีใหม่ที่เลือกบริโภคน้อยที่สุด

สถานศึกษาหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความรู้และคำแนะนำนักเรียนในเรื่องประเภทของอาหารที่เลือกบริโภคว่าควรเลือกประเภทที่เหมาะสมกับสภาวะของวิถีใหม่และตามสภาพเศรษฐกิจของครอบครัวในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงด้านการบริโภคอาหารวิถีใหม่ให้ถูกต้องต่อไป จากการเปรียบเทียบรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัวของนักเรียนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น สถานศึกษาหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลในการศึกษารูปแบบการบริโภคอาหารวิถีใหม่ที่เหมาะสมกับนักเรียนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสCovid-19

เอกสารอ้างอิง

- จันทน์ เจริญศรี. (2563). **ข้อมูลพฤติกรรมชีวิตวิถีใหม่**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2564. จาก <https://thailand-propertynews.knightfrank.co.th/2020/05/07/7-new-normal->
- ญาณิศ มงคลพิทักษ์สุข. (2556). **พฤติกรรมทางเลือกบริโภคร้านอาหารตามสั่งของประชาชนในพื้นที่ตลาดวงเวียนใหญ่ ถนนตากสินเขตธนบุรี กรุงเทพฯ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- ณัฏฐิธร เฉลิมแดน. (2563). **พฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบาย แอปพลิเคชันช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ในเขต กรุงเทพมหานคร**. [ออนไลน์]. วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม. 2(1). สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2564. จาก <https://so03.tci-thaijo.org>
- ทิพย์ภารัตน์ ไชยชนะแสง. (2560). **พฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่นในเขตเทศบาลเมืองและอำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด**. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.11(1), 109-112.
- บดีนทร์ ชาดะเวที. (2563). **พฤติกรรมกับชีวิตวิถีใหม่: New Normal**. [ออนไลน์]. บทความทั่วไป. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.ttmed.psu.ac.th/blog.php?p=258>.
- ปวีณภัทร นิธิตันติวัฒน์ และวรางคณา อุดมทรัพย์. (2560). **พฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่นไทย ผลกระทบและแนวทางการแก้ไข**.วารสารวิทยาลัยพยาบาลพระปกเกล้า จันทบุรี. 28(1), 122-128
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563). **ภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2564. จาก <https://www.prachachat.net/dlife/news-416434>.
- ฝ่ายวิชาการและงานทะเบียนโรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย. (2564). **โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2564. จาก <http://www.prakanong.ac.th/>
- วิวัฒน์ ไรจนพิทยากร. (2563). **ภาคการศึกษากับความรอบรู้ทางสุขภาพ**. [ออนไลน์]. วารสารวิชาการสาธารณสุข.29(4), 575-577. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2564. จาก <https://thaidj.org/index.php/JHS/article/view/9296?>
- ศิริศักดิ์ เทพจิต. (2563). **COVID-19 Pandemicการตอบสนองเชิงนโยบายสาธารณสุขในการรับมือกับปัญหา** พยศ.[ออนไลน์]. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2564. จาก www.setthasarn.econ.tu.ac.th

ศุภสิทธิ์ วราศิลป์. (2562). รูปแบบการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลพระนคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

สุริยยา หนานมานะ, โสภณ เอี่ยมศิริถาวร และสุนนมาลย์ อุทัยมกุล. (2563). โรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 (COVID-19). [ออนไลน์]. วารสารสถาบันบาราศนราดรุร. 14(2),124-133. จาก <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/bamrasjournal>

อวาทิพย์ แว. (2563). COVID-19 กักการเรียนรู้สู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในวันนี้. [ออนไลน์]. วารสารสมาคมวิชาชีพสุขศึกษา. 35(1), 24-29. จาก <https://cutt.ly/0gMvAaE>

Yamane, T. (1967). Statistics. An Introductory Analysis. New York: Harper & Row.

รูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลตลาลยา จั้หวัดนครปฐม

The new government management model of Salaya Municipality Nakhon Pathom Province

สมภพ ศรีสัมพันธ์, ชูชีพ สุขหมื่น, มุทิตา มากวิจิตร,
อำไพพรรณ ชาวสว่าง และอาจยูทร เนติธนากุล

Somphop Srisamphan, Chucheeep Sukmuen, Mutita Makwichit,
Ampaipan Kaosawang and Attyuth Netithanakul

สาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์, โทร 0816352536

Branch: Public Administration Faculty of Political Science Tell. 0816352536

e-mail: Somphop@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เพื่อศึกษา 1) ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลตลาลยา จั้หวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลตลาลยา จั้หวัดนครปฐม 3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลตลาลยา จั้หวัดนครปฐม ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็น บุคลากร เทศบาลตลาลยา จั้หวัดนครปฐม จำนวน 120 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม จำแนกเป็นแบบตรวจสอบรายการ และแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลตลาลยา จั้หวัดนครปฐม มี 5 ด้าน ได้แก่ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริหารจัดการแบบมืออาชีพ สมรรถนะ การกระจายอำนาจ การประเมินผลการปฏิบัติงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

คำสำคัญ: รูปแบบการบริหาร, จัดการภาครัฐแนวใหม่

Abstract

This research is to study 1) 1) to study the new style of government management of Salaya Municipality, province. Nakhon Pathom 2) to study the problems and obstacles in the new government management model of Salaya Municipality Nakhon Pathom Province 3) to study the recommendations for the new government management approach of Salaya Municipality Nakhon Pathom Province The population used in the study were 120 personnel of Salaya Municipality, Nakhon Pathom Province. The instrument used to collect data was a questionnaire. Classified as a checklist and a

5-level estimation scale. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. The results showed that The new government management model of Salaya Municipality Nakhon Pathom Province has 5 areas: focusing on achievements Professional management, competence, decentralization. performance appraisal The respondents had a high level of overall opinion as well.

Keywords: Management style, new government management

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ เป็นการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภาครัฐ โดยนำหลักการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบราชการและการแสวงหาประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ โดยการนำเอาแนวทางหรือวิธีการบริหารงานของภาคเอกชนมาปรับใช้กับการบริหารงานภาครัฐ เพื่อให้มีการบริหารงานแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ การบริหารงานแบบมีอาชีพ การคำนึงถึงหลักความคุ้มค่า การจัดการโครงสร้างที่กะทัดรัดและแนวราบ การเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาแข่งขัน การให้บริการสาธารณะ การให้ความสำคัญต่อค่านิยม จรรยาบรรณวิชาชีพ คุณธรรมและจริยธรรม ตลอดจนการมุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนโดยคำนึงถึงคุณภาพเป็นสำคัญ (สถาบันพระปกเกล้า)

องค์ประกอบหลักของการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (ทิพาวดี เมฆสุวรรณ, 2541: 45-46 อ้างใน สำนักงานคณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ, 2541) ดังนี้

1. การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน
2. การลดการควบคุมจากส่วนกลางและเพิ่มอิสระในการบริหารให้แก่หน่วยงาน
3. การกำหนด วัตถุประสงค์ และให้รางวัลแก่ผลการดำเนินงานทั้งในระดับองค์กรและในระดับบุคคล
4. การสร้างระบบสนับสนุนทั้งในด้านบุคลากร (เช่น การฝึกอบรม ระบบค่าตอบแทนและระบบคุณธรรม) และเทคโนโลยี (เช่น ระบบข้อมูลสารสนเทศ) เพื่อช่วยให้หน่วยงานสามารถทำงานได้บรรลุวัตถุประสงค์
5. การเปิดกว้างต่อแนวคิดการแข่งขัน ทั้งการแข่งขันระหว่างหน่วยงานของรัฐด้วยกันเองและระหว่างหน่วยงานของรัฐกับหน่วยงานของภาคเอกชน ในขณะที่เดียวกันภาครัฐก็หันมาทบทวนตัวเองว่าสิ่งใดควรทำ และสิ่งใดควรปล่อยให้เอกชนทำ

ถึงแม้ว่าการจัดการภาครัฐแนวใหม่จะถือได้ว่าเป็นกระแสหลักของการปฏิรูประบบราชการทั่วโลกในปัจจุบัน แต่ในการนำแนวคิดมาปรับใช้ ควรพิจารณาถึงการนำไปปฏิบัติอย่างละเอียด เพื่อให้มีความเหมาะสมกับความต้องการ ค่านิยมและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศลักษณะเด่นของการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ จึงอยู่ที่ความพยายามแก้ปัญหาของระบบราชการแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงในด้านประสิทธิภาพและการให้บริการประชาชน อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่แยกไม่ออกจากบริบทของวิกฤตการณ์ที่ร้ายแรง เพราะวิกฤตการณ์เป็นต้นเหตุสำคัญที่ทำให้

ให้เกิดการปฏิรูประบบราชการตามแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ อีกทั้งการปฏิรูประบบราชการยังเป็นหัวใจของการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ เนื่องจากเหตุผล 4 ประการคือ (เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ, 2545: 56-57 อ้างอิงหนังสือการจัดการภาครัฐแนวใหม่)

1. ระบบราชการเป็นกลไกหลักที่จะทำให้รัฐเล็กลง ซึ่งจะช่วยให้การขาดดุลการคลังลดลง
2. การทำให้ระบบราชการมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เป็นวิธีการสำคัญที่จะทำให้ผู้บริหารสามารถบริหารงานได้สำเร็จ
3. การวัดผลงานเป็นหลักในการคิดและวิเคราะห์ของการจัดการภาครัฐแนวใหม่ ดังนั้นการทำงานของระบบราชการใหม่ จะเปลี่ยนไปอยู่ภายใต้สัญญาการทำงานตามผลงาน ซึ่งจะต้องสามารถวัดผลงานที่ให้แก่ประชาชนได้ ส่วนความรับผิดชอบก็ต้องระบุเอาไว้อย่างชัดเจนและเป็นที่ยอมรับตรงกันทั้งฝ่ายผู้บริหารและพนักงาน จะต้องไม่กำหนดไว้กว้าง ๆ เหมือนเมื่อก่อน
4. ประเด็นทางการเมือง ที่เกิดจากการนำการจัดการภาครัฐแนวใหม่ไปปฏิบัติ กลับปรากฏว่า ปัญหาไม่ได้อยู่ที่การต่อต้านของฝ่ายการเมือง แต่ปัญหาอยู่ที่การต่อต้านของระบบราชการเอง โดยเฉพาะการต่อต้านการลดขนาดองค์กร และการต่อต้านสิ่งที่จะมาทำลายความมั่นคงในการทำงานของข้าราชการ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลศาลายา จังหวัดนครปฐม จึงได้นำหลักการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่มาประยุกต์ใช้ในหน่วยงานเพื่อปรับปรุงการบริหารงานภาครัฐให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน ในรูปแบบการบริหารงานที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ มุ่งสู่ความเป็นธรรมาภิบาล ยึดหลักธรรมาภิบาล หลักนิติธรรม ความโปร่งใส การมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบ ความคุ้มค่าและหลักคุณธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลศาลายา จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลศาลายา จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลศาลายา จังหวัดนครปฐม

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

การบริหาร หมายถึง ศิลปะในการทำให้สิ่งต่างๆได้รับการกระทำจนเป็นผลสำเร็จกล่าวคือผู้บริหารไม่ใช่เป็นปฏิบัติแต่เป็นผู้ใช้ศิลปะ (บรรยายหลักสูตรการบริหารงาน, หน้าการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่, 2560, ออนไลน์) ทำให้ผู้ปฏิบัติทำงานจนสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่ผู้บริหารตัดสินใจเลือกแล้ว

การบริหารคือกระบวนการทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

การบริหารคือคือการทำงานของคนะบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่ร่วมปฏิบัติการให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

การบริหารเป็นกระบวนการทางสังคมที่สามารถมองเห็นได้ 3 ทางคือ

1. ทางโครงสร้างเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาตามลำดับขั้นตอนของสายการบังคับบัญชา
2. ทางหน้าที่เป็นขั้นตอนของหน่วยงานที่ระบุหน้าที่ที่บทบาทความรับผิดชอบและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเพื่อให้สำเร็จเป้าหมาย
3. ทางปฏิบัติเป็นกระบวนการที่บุคคลและบุคคลต้องการ (Getzals&Guba) ร่วมทำปฏิกริยาซึ่งกันและกัน

ลักษณะเด่นที่เป็นสากลของการบริหารคือ

1. การบริหารต้องมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย
2. ต้องอาศัยปัจจัยบุคคลเป็นองค์ประกอบสำคัญ
3. ต้องใช้ทรัพยากรบริหารเป็นองค์ประกอบพื้นฐาน
4. ต้องมีลักษณะการดำเนินการเป็นกระบวนการทางสังคม
5. ต้องเป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่างกลุ่มบุคคล 2 คนขึ้นไป
6. ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจเพื่อให้ภารกิจบรรลุวัตถุประสงค์
7. เป็นการร่วมมือดำเนินการอย่างมีเหตุผล
8. มีลักษณะเป็นการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
9. การบริหารไม่มีตัวตนแต่มีอิทธิพลต่อความเป็นอยู่ของมนุษย์

โดยสรุปการบริหารหมายถึงการทำงานของคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่ร่วมปฏิบัติการให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ในการบริหารราชการส่วนภูมิภาค รัฐบาลมีความปรารถนาที่จะให้มีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพเกิดผลจากการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมโดยยึดเอา "ประชาชนเป็นศูนย์กลางในการบริหาร" และเน้นให้จังหวัดมีฐานะเสมือนหน่วยธุรกิจเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Business Unit - SBU) ที่สามารถวินิจฉัยข้อมูลปัญหาอุปสรรคกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหาและดำเนินการให้เป็นไปตามที่ตัดสินใจได้อย่างครบวงจรภายในจังหวัดโดยการปรับเปลี่ยนบทบาทและอำนาจหน้าที่ของข้าราชการจังหวัดให้เป็นผู้บริหารสูงสุดของจังหวัด (Chief Executive Officer, หน้า CEO) สามารถบังคับบัญชาสั่งการให้การดำเนินการในจังหวัดเป็นไปด้วยความรวดเร็วตรงตามนโยบายรัฐและสนองตอบต่อความต้องการและข้อเท็จจริงของแต่ละจังหวัดได้โดยตรงการบริหารงานในระบบราชการปัจจุบันมีหน่วยงานราชการจำนวนมากการทำงานของแต่ละหน่วยก็มีเป้าหมายวัตถุประสงค์แตกต่างกันมีลักษณะที่เป็นอาณาจักรของตนเองเกิดปัญหาในการทำงานร่วมกันเกิดการขัดแย้งระหว่างองค์กรและหน่วยงานต่างๆการปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรเป็นไปด้วยความไม่จริงใจและจริงจังเป้าหมาย

องค์กรต่างกันจึงทำให้ต่างคนต่างทำสิ้นเปลืองสูญเสียงบประมาณไร้ประสิทธิภาพประเทศชาติและประชาชนไม่ได้รับประโยชน์อย่างที่คุณคนตั้งใจทรัพยากรในการบริหารจัดการทรัพยากรหรือปัจจัยที่นักบริหารต้องให้ความสนใจ (การบริหารจัดการ, 2550, ออนไลน์) เพื่อให้การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์การประสบความสำเร็จซึ่งประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้คือ

คน (Man) คือทรัพยากรบุคคลที่เป็นหัวใจขององค์การซึ่งมีผลต่อความสำเร็จในการจัดการ

เงิน (Money) คือปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมต่างๆขององค์การดำเนินการต่อไปได้

วัสดุ (Materials) คือวัตถุดิบซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญไม่แพ้ปัจจัยอื่นจำเป็นต้องมีคุณภาพและมีต้นทุนที่ต่ำเพราะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต

เครื่องจักร (Machine) เครื่องจักรอุปกรณ์ที่มีศักยภาพที่ดีจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการผลิตเช่นกัน

วิธีการบริหารหรือวิธีการปฏิบัติ (Management Method) การจัดการหรือการบริหารในองค์กรธุรกิจประกอบด้วยระบบการผลิตหรือระบบการให้บริการต่างๆหากมีระบบที่ชัดเจนตลอดจนมีระเบียบขั้นตอนวิธีการต่างๆในการทำงานย่อมส่งผลให้องค์การประสบความสำเร็จได้ดี

แนวคิดทางการบริหารและการจัดการ

ในอดีตที่ผ่านมา ระบบการจัดการของการผลิตและกิจกรรมต่างๆก็ดีขึ้นทางเศรษฐกิจทางการตลาดมิได้มีความสลับซับซ้อนมากนักและไม่ต้องอาศัยระบบของการจัดการเช่นในปัจจุบันนี้กระทั่งเมื่อมีการปฏิวัติอุตสาหกรรมเกิดขึ้นในโลก (ประมาณปีค.ศ. 1880 เป็นต้นมา) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างมากอันมีผลทำให้เศรษฐกิจสังคมการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากตลอดจนมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วและแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเริ่มเป็นที่ยอมรับและขยายตัวมากขึ้นมีการพัฒนามากขึ้นเป็นลำดับ

สำหรับแนวคิดทางการบริหารจัดการได้วิวัฒนาการเรื่อยมาเป็นลำดับซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 4 แนวคือ

แนวคิดก่อนยุคการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ (Pre- Scientific Management) ในยุคนี้เป็นยุคก่อนปีค.ศ. 1880 ซึ่งการบริหารในยุคนี้อาศัยอำนาจหรือการบังคับให้คนงานทำงานซึ่งวิธีการบังคับอาจใช้การลงโทษการใช้แสร้งการทำงานในยุคนี้เปรียบเสมือนทาสคนในยุคนี้จึงต้องทำงานเพราะกลัวการลงโทษ

แนวคิดการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ (Scientific Management) แนวคิดนี้เริ่มในช่วงของการปฏิวัติอุตสาหกรรมคือประมาณปีค.ศ. 1888 เป็นต้นมาจนถึงปี 1930 ในยุคนี้ได้ใช้หลักวิธีการจัดการแบบวิทยาศาสตร์มาช่วยในการบริหารจัดการทำให้ระบบบริหารจัดการแบบโบราณได้เปลี่ยนแปลงไปมากซึ่งบุคคลที่มีชื่อเสียงในการบริหารในยุคนี้มี 2 ท่านคือเฟร็ดเดอริชดับบลิว.เทย์เลอร์ (Frederich W, Taylor) และเฮนรีเจ. ฟาโยล์ (Henri J, Fayol)

เฟร็ดเดอริชดับบลิว.เทย์เลอร์ (Frederich W, Taylor) ได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งการจัดการแบบวิทยาศาสตร์หรือบิดาของวิธีการจัดการที่มีหลักเกณฑ์โดยได้ศึกษาหาวิธีเพิ่ม

ประสิทธิภาพการทำงานของคนงานในโรงงานอุตสาหกรรมโดยเทย์เลอร์ (Taylor) ได้เข้าทำงานครั้งแรกในโรงงานที่เพนซิลวาเนียเมื่อปีค.ศ.1878 ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำมากการบริหารงานขาดประสิทธิภาพไม่มีมาตรฐานในการประเมินผลงานของคนงานการแบ่งงานไม่เหมาะสมการตัดสินใจขาดหลักการและเหตุผล

เทย์เลอร์ (Taylor) ได้คัดค้านการบริหารงานแบบเก่าที่ใช้อำนาจ (Power) ว่าเป็นการบริหารที่ใช้ไม่ได้และมีความเชื่อว่าการบริหารที่ดีต้องมีหลักเกณฑ์การทำงานไม่ได้เป็นไปตามยะถากรรม

เทย์เลอร์ (Taylor) จึงได้ศึกษาและวิเคราะห์เวลาการเคลื่อนไหวในขณะทำงาน (Time and Motion) เพื่อดูการทำงานและการเคลื่อนไหวของคนงานในขณะทำงานโดยได้คิดค้นและกำหนดวิธีการทำงานที่ดีที่สุด (One Best Way) สำหรับงานแต่ละอย่างที่ได้มอบหมายให้คนงานทำดังนั้นผู้บริหารการจัดการจึงต้องเน้นและปฏิบัติดังนี้

1. กำหนดวิธีการทำงานด้วยหลักเกณฑ์ที่ได้มีการทดลองแล้วว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุด
2. การคัดเลือกบุคลากรและการบริหารบุคลากรต้องทำอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้บุคลากรที่เหมาะสม

เหมาะสม

3. ต้องมีการประสานร่วมมือระหว่างผู้บริหารกับคนงาน
4. ผู้บริหารต้องพิจารณาอย่างรอบคอบในด้านการวางแผนและมีการมอบหมายงานตามความถนัดด้วย

ความถนัดด้วย

สำหรับการศึกษาที่ใช้หลักวิทยาศาสตร์ (The Scientific Approach) มีส่วนประกอบสำคัญ 3ลักษณะคือ

1. มีแนวคิดที่ชัดเจน (Clear Concept) แนวความคิดต้องชัดเจนแน่นอนในสิ่งที่จะวิเคราะห์

2. วิธีทางวิทยาศาสตร์ (Scientific) สาขาพิจารณาข้อเท็จจริงได้ทางวิทยาศาสตร์หรือสังเกตได้แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการทดสอบความถูกต้องถ้าเป็นจริงก็คือหลักเกณฑ์ (Principles)

3. ทฤษฎี (Theory) หมายถึงการจัดระบบความคิดและหลักเกณฑ์มารวมกันเพื่อได้ความรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่ง

เฮนรีเจฟาโยล์ (Henri J, Fayol) เป็นวิศวกรเหมืองแร่ชาวฝรั่งเศสได้สร้างผลงานทางแนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารซึ่งมุ่งที่ผู้บริหารระดับสูงโดยศึกษากฎเกณฑ์ที่เป็นสากลและได้เขียนหนังสือ Industrial General Management เสนอแนวคิดและกำหนดหลักเกณฑ์ในการบริหารของผู้บริหารดังนี้

1. หน้าที่ของนักบริหาร (Management Functions) มีดังนี้

1.1 การวางแผน (Planning) หมายถึงการที่ผู้บริหารจะต้องเตรียมการวางแผนการทำงานขององค์การไว้ล่วงหน้า

1.2 การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึงการที่ผู้บริหารจะต้องเตรียมจัดโครงสร้างขององค์การให้เหมาะสมกับทรัพยากรทางการบริหาร

1.3 การสั่งการ (Directing) หมายถึงการที่ผู้บริหารจะต้องมีการวินิจฉัยสั่งการที่ดีเพื่อให้การดำเนินงานขององค์การดำเนินการไปตามเป้าหมาย

1.4 การประสานงาน (Co-ordinating) หมายถึงการที่มีผู้บริหารมีหน้าที่เชื่อมโยงต่างๆขององค์การให้ดำเนินไปอย่างสอดคล้องต้องกัน

1.5 การควบคุม (Controlling) หมายถึงการที่ผู้บริหารคอยควบคุมและกำกับกิจกรรมต่างๆภายในองค์การให้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้

2. หลักการบริหาร (Management Principle) Fayol ได้วางหลักพื้นฐานทางการบริหารไว้ 14 ประการดังนี้

2.1 การแบ่งงานกันทำ (Division of Work) การแบ่งงานกันทำจะทำให้คนเกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง (Specialization) อันเป็นหลักการใช้ประโยชน์ของคนและกลุ่มคนให้ทำงานเกิดประโยชน์สูงสุด

2.2 อำนาจหน้าที่ (Authority) เป็นเครื่องมือที่จะทำให้ผู้บริหารมีสิทธิที่จะสั่งให้ผู้อื่นปฏิบัติงานที่ต้องการได้โดยจะมีความรับผิดชอบ (Responsibility) เกิดขึ้นตามมาด้วยซึ่งจะมีความสมดุลซึ่งกันและกัน

2.3 ความมีระเบียบวินัย (Discipline) บุคคลในองค์การจะต้องเคารพเชื่อฟังและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์กติกาและข้อบังคับต่างๆที่องค์การกำหนดไว้ความมีระเบียบวินัยจะมาจากความเป็นผู้นำที่ดี

2.4 เอกภาพในการบังคับบัญชา (Unity of Command) ในการทำงานใต้บังคับบัญชาควรได้รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียวเท่านั้นไม่เช่นนั้นจะเกิดการโต้แย้งสับสน

2.5 เอกภาพในการสั่งการ (Unity of Direction) ควรอยู่ภายใต้การจัดการหรือการสั่งการโดยผู้บังคับบัญชาคนหนึ่งคนใด

2.6 ผลประโยชน์ขององค์การมาก่อนผลประโยชน์ส่วนบุคคล (Subordination of Individual Interest to the General Interest) คำนี้ถึงผลประโยชน์ขององค์การเป็นอันดับแรก

2.7 ผลตอบแทนที่ได้รับ (Remuneration of Personnel) ต้องยุติธรรมและเกิดความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย

2.8 การรวมอำนาจ (Centralization) ควรรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางเพื่อให้สามารถควบคุมได้

2.9 สายการบังคับบัญชา (Scalar Chain) การติดต่อสื่อสารควรเป็นไปตามสายงาน

2.10 ความมีระเบียบเรียบร้อย (Order) ผู้บริหารต้องกำหนดลักษณะและขอบเขตของงานเพื่อประสิทธิภาพในการจัดระเบียบการทำงาน

2.11 ความเสมอภาค (Equity) ยุติธรรมและความเป็นกันเองเพื่อให้เกิดความจงรักภักดี

2.12 ความมั่นคงในการทำงาน (Stability of Tenure of Personnel) การหมุนเวียนคนงานตลอดจนการเรียนรู้และความมั่นคงในการจ้างงาน

2.13 ความคิดริเริ่ม (Initiative) เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นให้แสดงออกถึงความคิดริเริ่ม

2.14 ความสามัคคี (Esprit de Corps) หลีกเลี่ยงการแบ่งพรรคแบ่งพวกในองค์กร

3. แนวคิดการจัดการยุคมนุษย์สัมพันธ์ (Human Relation) แนวคิดมนุษย์สัมพันธ์เป็นแนวคิดที่ขัดแย้งกับแนวคิดการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ที่เน้นประสิทธิภาพของการทำงานและมองข้ามความสำคัญของคนเห็นว่ามนุษย์ไม่มีชีวิตจิตใจไม่มีความต้องการมากนักก็มีพฤติกรรมที่ถ่ายทอดความเข้าใจโดยอาศัยโครงสร้างขององค์การมาเป็นตัวกำหนดและควบคุมให้มนุษย์ทำงานให้บรรลุผลสำเร็จซึ่งยุคมนุษย์สัมพันธ์นั้นเป็นแนวคิดที่อยู่ในช่วงระหว่างปีค.ศ. 1930 – 1950 เนื่องจากเล็งเห็นว่าการจัดการใดๆจะบรรลุผลสำเร็จได้นั้นจะต้องอาศัยคนเป็นหลักดังนั้นแนวคิดมนุษย์สัมพันธ์จึงได้ให้ความสำคัญในเรื่องราวความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relations) จึงทำให้เรื่องราวของมนุษย์สัมพันธ์ (Human Relation) กลับมามีบทบาทสำคัญมากขึ้นนักวิชาการสำคัญที่ทำให้การสนับสนุนและศึกษาแนวคิดนี้คือจอร์จเอลตันมาโย (George Elton Mayo) ได้ทำการทดลองวิจัยที่เรียกว่า “Hawthorne Experiment” เมื่อปีค.ศ. 1924 – 1927 ณ Western Electric Company ในเมืองชิคาโกมลรัฐอิลลินอยส์ซึ่งจุดประสงค์ก็ต้องการเข้าใจพฤติกรรมของคนในหน้าที่งานที่จัดไว้ให้ปรากฏว่าคนทำงานมิใช่ทำงานเพื่อหวังผลตอบแทนด้วยตัวเงินเพียงอย่างเดียวแต่คนงานต้องการด้านสังคมภายในกลุ่มที่เกิดขึ้นอย่างไม่เป็นทางการที่เป็นเรื่องของจิตใจตลอดจนความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างคนงานด้วยกันการศึกษาวิจัยดังกล่าวได้ศึกษาทดลองออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆคือ

1. การศึกษาทดลองภายในห้อง (Room Studies) ได้ทำการทดลองเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของแสงสว่างภายในห้องทำงานเพื่อสังเกตประสิทธิภาพของการทำงานว่าเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

2. การศึกษาโดยการสัมภาษณ์ (Interviewing Studies) การทดลองนี้ก็เพื่อค้นหาความเปลี่ยนแปลงในการทำงานเกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมของการทำงานและการบังคับบัญชา

3. การศึกษาโดยการสังเกต (Observation Studies) เป็นการสังเกตการทำงานของคนและปัจจัยอื่นๆจากการทดลองนี้ได้ประโยชน์หลายประการคือ

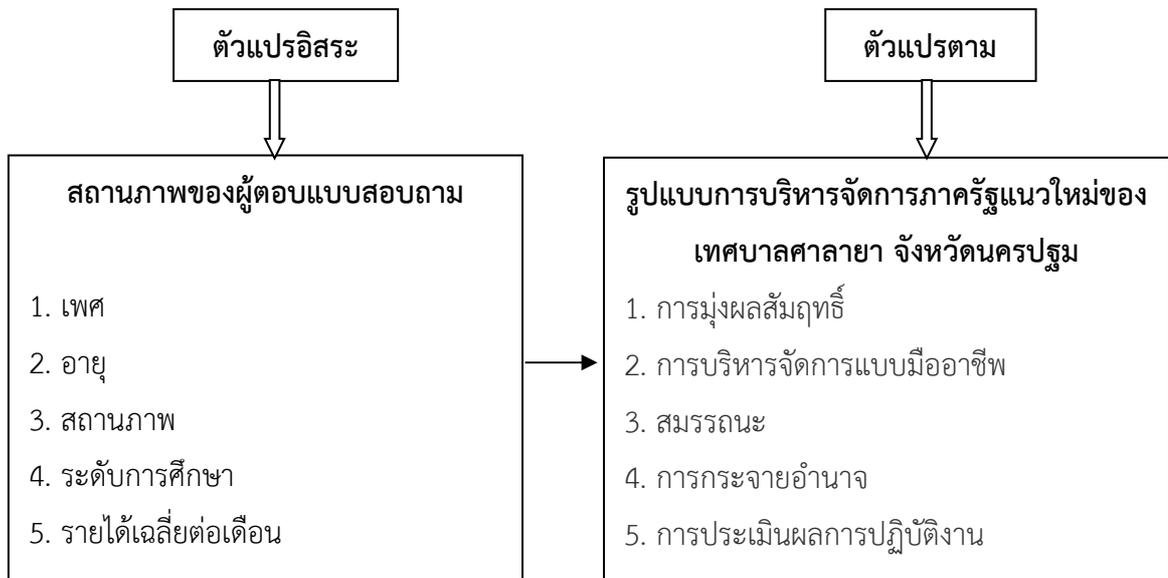
3.1 คนมิใช่วัตถุสิ่งของคนมีชีวิตจิตใจจะซื้อด้วยเงินอย่างเดียวมิได้

3.2 การแบ่งงานกันทำตามลักษณะเฉพาะตัวมิใช่มีประสิทธิภาพสูงสุดเสมอ

3.3 เจ้าหน้าที่ระดับสูงการจูงใจด้วยจิตใจมีความสำคัญและมีความหมายมากกว่าการจูงใจด้วยเงินตรา

3.4 ประสิทธิภาพการทำงานหาได้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมเพียงอย่างเดียวไม่ยังขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ภายในองค์กรด้วย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรเทศบาลศลาايا จังหวัดนครปฐม จำนวน 120 คน ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามระดับการดำเนินงาน เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลศลาايا จังหวัดนครปฐม แบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับสถานภาพบุคลากรผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหาร มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลศลาايا จังหวัดนครปฐม จำนวน 5 ด้าน 2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือโดยใช้แบบสอบถาม ตามลำดับดังนี้ 1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลศลาايا จังหวัดนครปฐม มี 5 ด้าน ได้แก่ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริหารจัดการแบบมืออาชีพ สมรรถนะ การกระจายอำนาจ การประเมินผลการปฏิบัติงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลศลาايا จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การจัดการภาครัฐแนวใหม่ เป็นวิธีการที่สามารถปรับใช้กับองค์กรภาครัฐเพื่อให้หน่วยงาน ภาครัฐมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการจัดการในยุคปัจจุบัน โดยเน้นการให้ความสำคัญต่อบริการ ประชาชน การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน ระบบสารสนเทศที่ดี การมีธรรมาภิบาล มีแนวทาง การให้บริการที่ชัดเจน การมีส่วนร่วมของประชาชน และ

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป้าหมายสูงสุดคือ การมีระบบราชการที่มีประสิทธิภาพ และ ประสิทธิภาพให้ได้มาตรฐานของ องค์กรที่ได้ตั้งไว้ เพื่อสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างทั่วถึง และเท่าเทียมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณปรียา อ้นประวัตติ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารภาครัฐแนวใหม่ในงานบริการ ประชาชนด้านทะเบียนที่ดินของสำนักงานที่ดินจังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพใน การนำการบริหารภาครัฐแนวใหม่ไปใช้ในงานบริการประชาชนด้าน ทะเบียนที่ดินของสำนักงานที่ดินจังหวัดสุโขทัยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชินวัฒน์ สุพัฒน์จันทร์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการจัดการเทศบาลตามการจัดการ ภาครัฐแนว ใหม่: กรณีศึกษา เทศบาลตำบลบ้านฉาง ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนเกี่ยวกับการ จัดการการจัดการ เทศบาลตำบลบ้านฉาง ตามการจัดการภาครัฐแนวใหม่เทศบาล มีการรับรู้อยู่ใน ระดับปานกลาง ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของโกวิทช์ นาเมืองรักษ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การ ประเมินการจัดการ ภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลตำบลกำแพง อำเภอละพูน จังหวัดสตูล ผลการศึกษา พบว่า การจัดการ ภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลตำบลกำแพง ด้านการสร้างการบริการที่มีคุณภาพแก่ ประชาชน อยู่ใน ระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรมิตร เพ็ชรสิงห์ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัญหาและ อุปสรรคการปฏิบัติตามการจัดการภาครัฐแนวใหม่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในทัศนคติของ พนักงานส่วนตำบลในอำเภอนาหวี จังหวัดสงขลา พบว่า การปฏิบัติตามการจัดการ ภาครัฐแนวใหม่ของ องค์การบริหารส่วนตำบลในทัศนคติของพนักงานส่วนตำบลในอำเภอนาหวี จังหวัดสงขลา ด้านการ เสริมสร้างวินัยการใช้จ่ายงบประมาณ อยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลสาละยา จังหวัด นครปฐม เพื่อเป็นตัวชี้วัดว่า จังหวัดมีการจัดการภาครัฐ แนวใหม่อยู่ในระดับใด
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจการจัดการภาครัฐแนวใหม่ ของบุคลากรในหน่วยงานอื่นๆ
3. ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการนำการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้กับสำนักงาน ส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

- ก่อ สวัสดิพิพาณิชย์. (2550). **ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา**. กรุงเทพฯ: บุ๊คพอยท์.
- กุลวัชร หงส์คู่. (2553). **การจัดการภาครัฐแนวใหม่กับการจัดการจัดการองค์การปกครองส่วน ท้องถิ่น กรณีศึกษาเทศบาลนครสมุทรสาคร**. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- เกษม วัฒนชัย. (2546). **ธรรมาภิบาลกับบทบาทของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน**. กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายและแผนการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.

- โกวิทย์ นาเมืองรักษ์. (2553). การประเมินการจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลตำบลกำแพง
อำเภอละงู จังหวัดสตูล. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- นิพนธ์ อำพัน. (2546). เอกสารวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง การพัฒนาคุณภาพการให้บริการหน่วยงาน
ของรัฐ: กรณีศึกษาเปรียบเทียบสถานีตำรวจตามโครงการพัฒนาสถานีตำรวจเพื่อ
ประชาชน. กรุงเทพมหานคร.
- บุญเกียรติ การระเวกพันธุ์ และคณะ.(2559). “การบริหารงานภาครัฐแนวใหม่”, สถาบัน
พระปกเกล้า.
- ปธาน สุวรรณมงคล.(2559). “การบริหารงานภาครัฐกับการสร้างธรรมาภิบาล”. สถาบัน
พระปกเกล้า.
- พิชามญช์ คงเนียม. (2563). การนำบริหารภาครัฐแนวใหม่ไปใช้ในการบริการจัดส่งอาหารในพื้นที่
จังหวัดนครปฐม : กรณีศึกษา บริษัทฟู้ดแพนด้า (ประเทศไทย) จำกัด สาขานครปฐม.
สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อวัตถุมงคล ของผู้บริโภคในประเทศไทย

The Factors of Causal Relationship which Influence to Order a sacred object of Worship for Customer in Thailand

สุชาติ ปรัชยานนท์^{1*}, ธัญญกร เหมทานนท์², วันดี ยูโส³,
สุนันทา สิงห์ราช⁴ และสุวิทย์ น้ำแก้ว⁵

Suchart Prakthayanon¹, Tanyakorn Hemtanon², Wandee Yoso³,
Sunanta Singhatawat⁴ and Suwit Namkaew⁵

¹⁻² สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

¹⁻² Faculty of Business Administration, Bangkok Thonburi University

³⁻⁵ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

³⁻⁵ Faculty of Business Administration (Management), Bangkok Thonburi University

*e-mail: suchat.prak@bkkthon.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อวัตถุมงคลของผู้บริโภคในประเทศไทย เพื่อพัฒนารูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ที่มีต่อความตั้งใจสั่งวัตถุมงคลบูชาของผู้บริโภคในประเทศไทย และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ที่มีต่อความตั้งใจสั่งวัตถุมงคลบูชาของผู้บริโภคในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิคการวิจัยแบบผสม โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิ และใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสั่งวัตถุมงคลบูชาของผู้บริโภคในประเทศไทย จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 คน วิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และจากการวิจัยเชิงปริมาณด้วย ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การใช้สมการเชิงโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกทางตรง ต่อความไว้วางใจ การบอกต่อแบบปากต่อปาก และการตั้งใจซื้อเข้าวัตถุมงคล ความไว้วางใจมีอิทธิพลทางตรงมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อการบอกต่อแบบปากต่อปาก การตั้งใจสั่งวัตถุมงคล การบอกต่อแบบปากต่อปากมีอิทธิพลทางตรงมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อการตั้งใจสั่งวัตถุมงคล โดยมีค่าดัชนีความกลมมนของโมเดล $\chi^2 = 67.10$, $df = 52$, $p\text{-value} = 0.07753$, $GFI = 0.98$, $AGFI = 0.97$, $SRMR = 0.016$, $RMSEA = 0.022$, $CN = 694.69$

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพล, การสั่งซื้อวัตถุมงคล

Abstract

The purpose of this research is to study any factors that have direct and / or indirect influence on the intention to order sacred objects for worship of consumers in Thailand. In order to develop a form of online marketing communication strategy with the intention to order sacred objects for worship of consumers in Thailand And to check the consistency of the online marketing communication strategy model on the intention of ordering sacred objects for worship of consumers in Thailand Research using merge research techniques By using qualitative research such as in-depth interview with experts And using quantitative research using questionnaires as a tool to survey opinions about factors influencing the intention to order sacred objects for worship of consumers in Thailand From a sample of 350 people, analyzed data from qualitative research with content analysis And also from quantitative research descriptive statistics including percentage, mean, standard deviation and inferential statistics including structural equation model.

The research found that Online marketing communication strategies have a direct positive influence. Continue to trust Word-of-mouth And intention to buy a sacred object Trust has direct influence, positive influence, direct to word-of-mouth. Deciding to rent a sacred object Word-of-mouth telling has a direct influence, a positive influence on the decision to rent a sacred object. The model was: $\chi^2 = 67.10$, $df = 52$, $p\text{-value} = 0.07753$, $GFI = 0.98$, $AGFI = 0.97$, $SRMR = 0.016$, $RMSEA = 0.022$, $CN = 694.69$

Keywords: Factors affecting, Order a sacred object of Worship

บทนำ

ธุรกิจ “วัดอุ้มงคล” เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยม ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากถึงแม้เทคโนโลยีจะถูกพัฒนาให้ก้าวหน้าไปเพียงใด แต่สิ่งหนึ่งที่อยู่กับชาวโลกทุกชาติศาสนาก็ยังหนีไม่พ้นเรื่องของ “ความเชื่อ” และ “ความศรัทธา” ที่ผู้คนมีต่อผู้นำทางศาสนาหรือลัทธิต่างๆ นั่นเอง ความเชื่อและความศรัทธาเหล่านี้เป็นสิ่งที่ไม่สามารถที่จะหาเหตุผลทางวิทยาศาสตร์มาพิสูจน์ว่าเป็นจริงหรือไม่ อย่างไรก็ตามในแง่ของจิตใจนั้น ความเชื่อและศรัทธาสามารถสร้าง “ความรู้สึกที่ดี ด้านจิตใจ” ให้แก่ผู้คนได้อย่างแน่นอน ภายหลังเมื่อศาสดาของแต่ละศาสนาหรือลัทธิได้จากไปแล้ว มนุษย์ได้ยึดถือวัตถุหรือสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นตัวแทนของศาสดา หรือ ลัทธิ ความเชื่อของเขาเหล่านั้นไว้ โดยเชื่อว่าสิ่งเหล่านั้น จะปกป้อง คุ้มครอง และบันดาลให้เขาได้ในสิ่งที่ต้องการ นอกจากนี้ยังมีความเชื่อและศรัทธาที่ว่าใครได้ครอบครองสิ่งเหล่านี้ก็จะนำมาซึ่งความสุขความเจริญ เกิดสิริมงคลขึ้นแก่ตนเองและครอบครัว อันเป็นที่มาของคำว่า “วัดอุ้มงคล” ในประเทศไทยนั่นเอง (ณัฐพล อยู่รุ่งเรืองศักดิ์, 2558: 7)

“วัดถมุงคล” หมายถึง วัดถุที่เป็นตัวแทนหรือสัญลักษณ์ตามความศรัทธาทางศาสนาหรือลัทธิที่เชื่อว่าจะนำความสุขความเจริญ หรือป้องกันภัยอันตรายต่าง ๆ ให้แก่ผู้ครอบครอง และบูชา วัดถมุงคลมีมาตั้งแต่โบราณกาลมีหลักฐานที่พบเป็นวัดถมุงคลที่สร้างขึ้นมีอายุเก่าแก่เกือบ 2,000 ปี ในประเทศไทยมีวัดถมุงคลมากมาย อาทิเช่น พระเครื่อง, พระกริ่ง, ปลัดขิก, ผ้ายันต์, ตะกรุด, มีดหมอ, องค์เทพที่เป็นทางศาสนาอื่น ๆ เช่น พระพรหม, พระตรีมูรติ, พระราหู เป็นต้น (ศุภชัยวิชัยกสิกรไทย, 2559)

ด้วยความเชื่อและความศรัทธาอย่างไม่เสื่อมคลายต่อวัดถมุงคลส่งผลให้ เกิดธุรกิจการให้เช่าบูชาวัดถมุงคลต่าง ๆ ขึ้นเป็นจำนวนมาก ในภาพรวมแล้วธุรกิจดังกล่าวนับเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าทางการตลาดสูง อันอาจเนื่องมาจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้คนต้องการที่พึ่งทางจิตใจเพิ่มมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2557 ธุรกิจพระเครื่องและเครื่องรางของขลังมีมูลค่าทางการตลาดสูงถึงกว่า 4 หมื่นล้านบาท (ศุภชัยวิชัยกสิกรไทย, 2557) และในปี พ.ศ. 2558 มูลค่าดังกล่าวได้เพิ่มสูงถึง 80,000 ล้านบาท อีกทั้งยังมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (ศุภกรใหม่คามิ และ กนกอร บุญมี, 2559: 451)

การขยายตัวของธุรกิจดังกล่าวส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจวัดถมุงคลทวีความรุนแรงขึ้น ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์มือถือ (mobile phone) ในยุคดิจิทัลได้ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารจาก สื่อดั้งเดิม (Traditional media) อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ทีวี วิทยุ เป็นจำนวนมาก ปัจจุบันผู้บริโภคได้หันมาเปิดรับสื่อสมัยใหม่ (modern media) ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ (online media) อาทิเช่น เว็บไซต์ (website) บล็อก (blog) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (online social network) ออนไลน์วิดีโอ (online video) ผ่านทางคอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์มือถือ (mobile phone) มากขึ้นตามลำดับ (Popa, 2017:1270)

การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจต่างๆไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง นับเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบธุรกิจรวมถึง ผู้ประกอบธุรกิจวัดถมุงคลที่จะต้องเรียนรู้กลยุทธ์การใช้การสื่อสารทางการตลาดสมัยใหม่ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้บริโภคเกิดความไว้วางใจ จนทำให้เกิดการบอกต่อแบบปากต่อปาก และทำให้เกิดการตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการในที่สุด อย่างไรก็ตามการที่การตลาดออนไลน์ยังเป็นเรื่องที่ใหม่สำหรับการตลาดในประเทศไทย การศึกษาที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์จึงยังมีจำนวนน้อยทำให้องค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวยังมีพอเพียง ด้วยความสำคัญและปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์จะทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสั่งซื้อวัดถมุงคลของผู้บริโภคในประเทศไทย” เพื่อเป็นการเติมเต็มช่องว่างองค์ความรู้ดังกล่าวให้แก่นักวิจัยและผู้ประกอบธุรกิจวัดถมุงคลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสั่งวัดถมุงคลเพื่อบูชาของผู้บริโภคในประเทศไทย

2. เพื่อพัฒนารูปแบบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสั่งวัตถุมงคลเพื่อบูชาของผู้บริโภคในประเทศ
3. เพื่อตรวจสอบอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสั่งวัตถุมงคลเพื่อบูชาของผู้บริโภคของผู้บริโภคในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

เสรี เสริฐสุนิต (2540 : 38) กล่าวว่า คำจำกัดความและความหมายของวัตถุมงคล คำว่า วัตถุมงคลที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ส่วนหนึ่ง หมายถึง พระเครื่อง เพราะเห็นว่าเป็นคำที่ไพเราะเหมาะสม (พระมหาเชิด เจริญรัมย์. 2541 : 124) และถือว่าการเกิดพระเครื่องเป็นการนำเอาสิ่งที่เป็นพุทธคุณเข้าผสมผสานกับความเชื่อที่เป็นไสยขาว ทำให้กลายเป็นวัตถุสำเร็จรูปที่รวมของบรรดาของคลังทั้งหมดให้อยู่ในวัตถุเดียวกัน

สุธน ศรีศิริ (2549 : 17) อธิบายว่า วัตถุมงคลเป็นศัพท์ที่บัญญัติขึ้นใหม่ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2500 ลงมา เพราะตรวจดูตามหนังสือที่พิมพ์ก่อนปี พ.ศ. 2500 จะไม่พบคำว่าวัตถุมงคลเลย จะมีแต่คำว่าเครื่องรางของคลัง สิ่งศักดิ์สิทธิ์ พระพิมพ์ หรือคำว่ามงคลเฉย ๆ จะพบคำว่าวัตถุมงคลในสิ่งพิมพ์ ระหว่างในช่วง ปี พ.ศ. 2519 จนถึงปัจจุบันเป็นจำนวนมากโดยจะให้ความหมายทั้งที่เป็นคำเรียกแทนพระเครื่องอย่างเดียว และในความหมายรวมถึงเครื่องรางของคลังทุกชนิดที่มีอยู่

ศักดิ์ สุริยัน (2545 : 57-58) ให้ความหมายของคำที่เกี่ยวข้องกับวัตถุมงคล เครื่องรางพระเครื่อง หมายถึง พระพุทธรูปองค์เล็ก ๆ ที่ถือเป็นเครื่องคุ้มครองป้องกันอันตรายเดิมเรียกว่าพระพิมพ์ โดยจะหมายรวมถึง เหรียญพระเกี้ยวจารย์ต่าง ๆ ผู้มีวัตรปฏิบัติเป็นที่เคารพศรัทธาของคนทั่วไปที่จัดสร้างด้วยวัสดุต่าง ๆ เช่น ชินผง และว่าน เป็นต้น โดยการสร้างอาจมีจุดประสงค์ต่าง ๆ กันออกไป เครื่องราง หมายถึง ของที่นับถือว่าป้องกันอันตราย เป็นของที่มนุษย์สร้างขึ้นและเชื่อว่ามีฤทธิ์ปาฏิหาริย์ สามารถลดอันตรายให้เกิดสิ่งที่ต้องการได้ เช่น ความอยู่ยงคงกระพันมีเสน่ห์มีโชคลาภแคล้วคลาด เป็นต้น โดยบางครั้งจะหมายรวมถึงของศักดิ์สิทธิ์ที่ห่อแล้วนำไปวางตรงปากท่อยามสงฆ์ น้ำพระสงฆ์ แต่มีบางท่านหมายรวมเอาวัตถุต่าง ๆ ที่หายาก นิยมกันว่าเป็นของกายสิทธิ์ เช่น เหล็กไหล ไช้ทองแดง เป็นต้นว่า เป็นเครื่องรางด้วย (ราชบัณฑิตยสถาน.2525 : 570)

พระราชวรมณี (2528 : 402) ให้ความหมายของวัตถุมงคลไว้ว่า “วัตถุมงคล” (Mangalavattu) amulet, talisman ; fetish ; luck piece ; charm ; goodluck charm วัตถุมงคลได้แก่ เครื่องราง และ/หรือยันต์, สิ่งทีตนนับถือโดยปราศจากเหตุผล, เหรียญนำโชค, เครื่องรางของคลัง และสิ่งทีนำโชคตีมาให้ ดังนั้น วัตถุมงคลในความหมายของพระราชวรมณี จึงมีความหมายที่ครอบคลุมทั้ง พระเครื่อง และเครื่องรางของคลังทุกชนิด อย่างไรก็ตามในวงการพระเครื่องซึ่งประกอบด้วยศูนย์พระเครื่องต่าง ๆ และบุคคล ผู้นิยมสะสมพระเครื่องต่างเข้าใจตรงกันว่าวัตถุมงคลหมายรวมถึงพระเครื่องและเครื่องราง ของคลังทุกชนิด ทั้งที่เป็นของเกิดขึ้นเองมีเองโดยธรรมชาติของโบราณแก่แก่ที่มีผู้สร้างบรรจุไว้ตามกรุต่าง ๆ และของทีสร้างปลุกเสกขึ้นใหม่เพื่อเป็นของขำร่วยสมนาคุณแลกเปลี่ยนซื้อขายตามที่ปรากฏทางสื่อมวลชนและศูนย์พระเครื่องทั่วไปในความหมายที่

แท้จริง ของสิ่งคมพระเครื่องปัจจุบันจะเรียกพระเครื่องเฉพาะ ประติมากรรมรูปเปรียบขนาดจิวของบุคคล เช่น พระพุทธเจ้า พระสงฆ์และเทพเจ้าองค์ใดองค์หนึ่งเท่านั้นส่วนรูปแบบอย่างอื่นจะเรียกว่าของคลังทั้งสิ้น

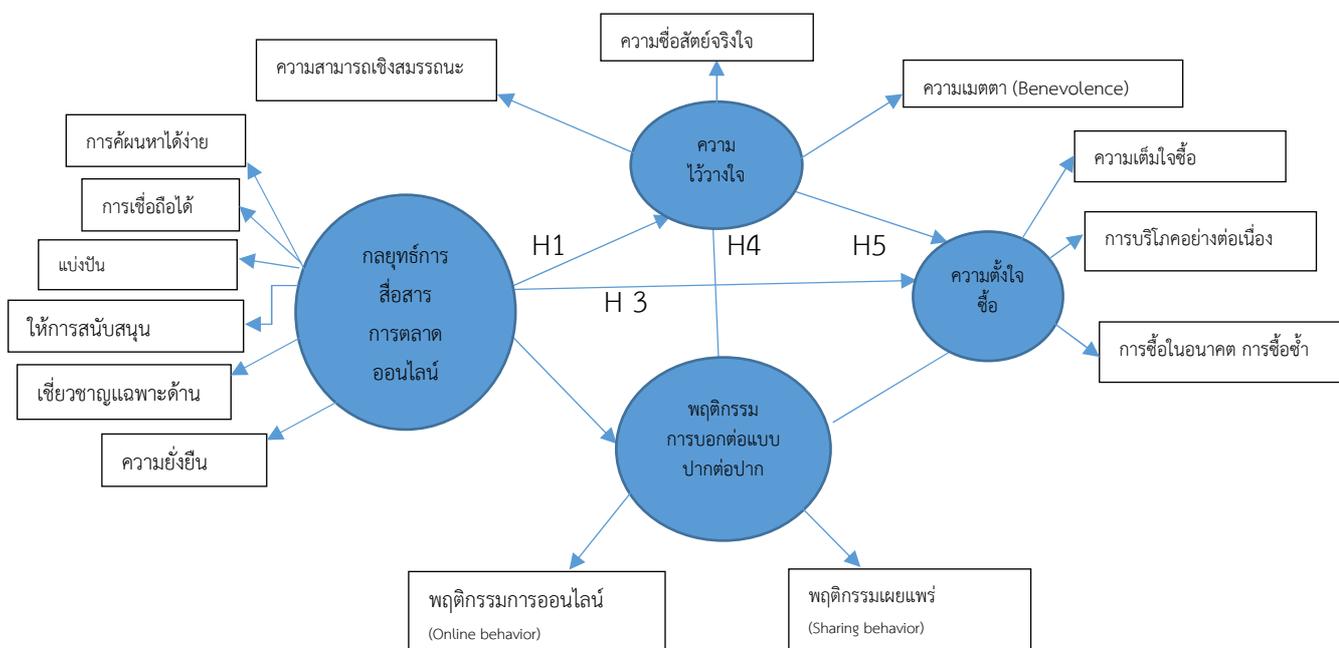
ดังนั้น คำว่าวัตถุมงคล หมายถึง สิ่งของทั้งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและสิ่งของที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นตามความเชื่อว่าจะเป็นเหตุนำมาซึ่งความสุขความเจริญ ความเป็นสิริมงคล โชคลาภหรือเป็นเครื่องป้องกันอันตรายต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ พระเครื่อง เครื่องรางและของคลังชนิดต่าง ๆ

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างจากแฟนเพจ (Fan page) ของเฟสบุคเพจ (Facebook page) ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุมงคล และสมาชิกของกลุ่มเฟสบุค (Facebook groups) ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุมงคลที่เป็นร้านค้าและมีสมาชิกไม่ต่ำกว่า 2,500 คน ซึ่งเป็นประชากรจากทั่วประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างสะท้อนความเป็นจริง โดยการใช้เครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thump) ตามข้อเสนอของ Schumacker & Lomax. (2010) คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 350 คน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบธุรกิจวัตถุดิบที่ใช้การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ ในการเข้าถึงผู้บริโภค สามารถนำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ไปประยุกต์ใช้ได้
2. ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบธุรกิจวัตถุดิบที่ต้องการเปลี่ยนแปลงแผนการตลาดจากการตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional marketing or brick and mortar marketing) มาเป็นการตลาดแบบออนไลน์
3. ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่มีความสนใจจะประกอบธุรกิจวัตถุดิบในอนาคต
4. ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่ ผู้ที่สนใจจะศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจวัตถุดิบในอนาคต

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยนำระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของรูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ที่สังเคราะห์ขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

2. ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach)

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทดสอบความสอดคล้องของรูปแบบฯ กับข้อมูลเชิงปริมาณ และทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแฟนเพจ (Fan page) ของ เฟสบุ๊คเพจ (Facebook Page) และกลุ่มเฟสบุ๊ค (Facebook group) ที่เกี่ยวกับการให้เข้าบูชานักวัตถุดิบ ซึ่งมีสมาชิกไม่ต่ำกว่า 2,500 คนขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

ในการกำหนดขนาดของตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้กำหนดตามหลักเกณฑ์ของ Hair et al.(2014:100) ที่กำหนดให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่ใช้ในการวิเคราะห์โดยใช้สถิติสมการเชิงโครงสร้าง (SEM) เท่ากับ 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ ในการศึกษาครั้งนี้มี ตัวแปรสังเกตได้จำนวน 14 ตัวแปร ดังนั้นจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงเท่ากับ $20 * 14 = 280$ คน และเพื่อให้ครอบคลุมและป้องกันความผิดพลาดในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงแจกแบบสอบถามให้มากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 70 ชุด (ร้อยละ 25) รวมจำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 350 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

1) การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ดังนี้

(1) พัฒนาแบบสัมภาษณ์ (Interview script) โดยใช้ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม ภายใต้อกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ของการวิจัย

(2) นำเสนอ(ร่าง) แบบสัมภาษณ์ ดังกล่าวแก่ ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบ ความถูกต้อง ความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และให้คำแนะนำปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาภาษาที่ ใช้ในแบบสัมภาษณ์

(3) ทำการปรับปรุง(ร่าง) แบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อน นำไปใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2) โครงสร้างของแบบสัมภาษณ์ (Structure of the interview script) โครงสร้างของ แบบสัมภาษณ์ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลต่อองค์ประกอบของรูปแบบกล ยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจวัดมุงคง

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลต่อองค์ประกอบและรูปแบบกล ยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพล ทางบวกต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

2. แบบสอบถาม

3. โครงสร้างของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในส่วนของระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ คือแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) โดยมีโครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อรูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารทาง การตลาดออนไลน์ เป็นข้อคำถามมีลักษณะเป็นมาตราประเมินค่า แบบ “Likert Scale” กำหนดเป็น 5 ระดับสำหรับการให้น้ำหนักคะแนนของแต่ละข้อดังนี้

ระดับ 5	=	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	=	เห็นด้วยมาก
ระดับ 3	=	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	=	ไม่เห็นด้วย
ระดับ 1	=	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ “ความไว้วางใจ” ต่อการส่งวัตถุมงคลบูชาผ่านทางออนไลน์ เป็นข้อคำถามมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า แบบ “Likert Scale” กำหนดเป็น 5 ระดับสำหรับการให้น้ำหนักคะแนนของแต่ละข้อดังนี้

- ระดับ 5 = มากที่สุด
- ระดับ 4 = มาก
- ระดับ 3 = ปานกลาง
- ระดับ 2 = น้อย
- ระดับ 1 = น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับ “พฤติกรรมการบอกต่อแบบปากต่อปาก” เป็นข้อคำถามมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า แบบ “Likert Scale” กำหนดเป็น 5 ระดับสำหรับการให้น้ำหนักคะแนนของแต่ละข้อดังนี้

- ระดับ 5 = มากที่สุด
- ระดับ 4 = มาก
- ระดับ 3 = ปานกลาง
- ระดับ 2 = น้อย
- ระดับ 1 = น้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับ “ความตั้งใจส่งวัตถุมงคลเพื่อบูชา” ผ่านทางออนไลน์ เป็นข้อคำถามมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า แบบ “Likert Scale” กำหนดเป็น 5 ระดับสำหรับการให้น้ำหนักคะแนนของแต่ละข้อดังนี้

- ระดับ 5 = มากที่สุด
- ระดับ 4 = มาก
- ระดับ 3 = ปานกลาง
- ระดับ 2 = น้อย
- ระดับ 1 = น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ตลาดวัตถุมงคลจะมีอยู่ต่อไป เนื่องจากคนไทยมีความเชื่อ ความศรัทธาต่อวัตถุมงคลมาตั้งแต่โบราณ และจะยังคงมีโอกาสเจริญเติบโตได้อีก โดยใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจวัตถุมงคล จะต้องมีการปรับตัวโดยการแสวงหาความรู้ และพัฒนาตนเองให้ก้าวทันเทคโนโลยีใหม่ๆที่เกี่ยวข้องกับการทำการตลาดออนไลน์ อยู่เสมอ จากผลการสัมภาษณ์ข้างต้น แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกับโมเดลของการวิจัยในครั้งนี้

อภิปรายผล

1. อิทธิพลของรูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ต่อการตั้งใจซื้อ การศึกษาของ Areeba Toor et al. (2017:167-199) ได้วิจัยเรื่องผลกระทบของการตลาดบนเครือข่ายสังคมต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าในปากีสถาน: ความผูกพันต่อลูกค้าเป็นตัวแปรกลาง (The Impact of Social Network Marketing on Consumer Purchase Intention in Pakistan: Consumer Engagement as a Mediator). ผลการวิจัยพบว่า การตลาดบนเครือข่ายสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อ

2. อิทธิพลของความไว้วางใจต่อการตั้งใจซื้อ การศึกษาของ Jumin Lee et al.(2011:187-206) ได้วิจัยเรื่อง ผลกระทบที่แตกต่างของการทบทวนของลูกค้าต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าบนความไว้วางใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ :มุมมองในระดับสูง (The different effects of online consumer reviews on consumers' purchase intentions depending on trust in online shopping malls :An advertising perspective). การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มวัยรุ่นจำนวน 2,000 คนที่ใช้ ในประเทศเกาหลี ผลการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อ

3. อิทธิพลของการบอกต่อแบบปากต่อปากต่อการตั้งใจซื้อ การศึกษาของ Mohammad & Reza Jalilvand (2012:460-476) ได้วิจัยเรื่องผลของการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าและความตั้งใจซื้อ:การศึกษาเชิงประจักษ์ในอุตสาหกรรมรถยนต์ในอิหร่าน (The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention . An empirical study in the automobile industry in Iran). การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มที่ซื้อรถยนต์ในประเทศอิหร่านจำนวน 341คน ผลการวิจัยพบว่า การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อ

เอกสารอ้างอิง

- จำรัส เพชรทับ.(2545). **ความเชื่อเกี่ยวกับเครื่องรางของขลังของชาวบ้าน อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาไทยคดีศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ฉันทิชย์ กระแสสินธุ์.(2514).**พระเครื่อง. พระนคร** : กองการพิมพ์สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
- ณัฐพล อยู่รุ่งเรืองศักดิ์. (2558). **คติความเชื่อและพุทธพาณิชย์ประวัติศาสตร์ผ่านพระเครื่อง** ปีที่ 1/2555. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ตรีรัมย์ปวย.(2496). **“พระเครื่องทางโบราณคดีตอนที่ 3 สนิมของพระเครื่องชนิดโลหะ (ต่อ).”** ศิลปากร 6,10 : 90 – 95
- เทพย์ สาริกบุตร.(2509). **พุทธาภิเษกพิธี พิธีกรรมปลุกเสกพระเครื่องรางของขลัง**. พระนคร: ศิลปบรรณาการ.
- ประชุม กาญจนวัฒน์. (25246). **พระเครื่องเรื่องของขลัง**. กรุงเทพฯ : อักษรสัมพันธ์.

- ประชุม กาญจนวัฒน์. (2546). **ภาพพระเครื่องเล่ม 1-2**. กรุงเทพฯ : ประยูรวงศ์.
- พรทิพย์ เกษรานนท์. (2552). **ความไว้วางใจนั้นสำคัญไฉน**. จุลสารสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2559, จาก: www.stou.ac.th/Schools/Shs/booklet/1_2552/Relax.htm
- พระมหามนตรี วลโลภ. (2542). **อิทธิพลของวัตถุมงคลที่มีต่อสังคมไทยในปัจจุบัน**. พระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สุน ศรีหิรัญ. (2519). “หลวงพ่อสนิท,” **จักรวาลพระเครื่อง**. 2(17) : 25-27
- อรรคเดช กฤษณะติลก.(2546). **ปทานุกรมพระเครื่องชุดเบญจภาคี**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว
- Brown, J., Broderick, A. J., & Lee, N. (2007). Word of mouth communication within online communities: Conceptualizing the online social network. **Journal of Interactive Marketing**, 21(3), 2-20.
- Browne, J. A. & Howarth, E. (1977). **A Comprehensive factor analysis of personality questionnaire items: A test of twenty putative factor hypotheses**. *Multivariate Behavioral Research*, 12(4), 339-427.
- Caldwell, C. & Clapham, S. E. (2003). Organizational trustworthiness: An international perspective. **Journal of Business Ethics**, 47(4), 349 – 364.

ภาคผนวก

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน
โครงการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย



คำสั่งมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
ที่ 120/2564

การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 10 และระดับนานาชาติครั้งที่ 5
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

The Tenth National Symposium and the Fifth International Symposium
Bangkokthonburi University

“การวิจัย สร้างสรรค์ นวัตกรรม สังคม และสุขภาวะในยุคโควิด -19”

Creativity, Innovations, Social Order and Wellbeing in Times of COVID- 19 Pandemic
(CISOWCOP)

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีกำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 10 และนานาชาติ
ครั้งที่ 5 มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี “การวิจัย สร้างสรรค์ นวัตกรรม สังคม และสุขภาวะในยุคโควิด -19” ประกอบด้วย

1. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (Humanities and Social Sciences)
2. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)
3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ (Health Sciences)

กำหนดจัดงานประชุมวิชาการผ่านระบบออนไลน์ ในวันอาทิตย์ที่ 8 พฤษภาคม 2565 เวลา 08.30 – 16.00 น.
เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติดังกล่าว เป็นไปด้วยความเรียบร้อย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จึงแต่งตั้งคณะกรรมการจัดประชุมวิชาการฝ่ายต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. คณะกรรมการที่ปรึกษา

- | | | |
|--|---|-----------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.บังอร เบ็ญจาธิกุล อธิการบดี | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี | ประธาน |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา รุ่งเรือง | รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
คณบดีคณะดุริยางคศาสตร์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี | รองประธาน |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.สถิตย์ นิยมญาติ | รองอธิการบดี ฝ่ายวิจัยและ
บริการวิชาการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี | ที่ปรึกษา |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เบ็ญจาธิกุล | รองอธิการบดี ฝ่ายบริหาร
คณบดีคณะนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี | ที่ปรึกษา |
| 5. อาจารย์ชัยสิน สุขวิบูลย์ | รองอธิการบดีฝ่ายงบประมาณ
และการเงิน มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี | ที่ปรึกษา |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.พิสิษฐ์ ศิริรักษ์ | อธิการบดี วิทยาลัยเทคโนโลยี | ที่ปรึกษา |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.อุดมทิพย์ ไชยสกุลเกียรติ | อธิการบดี มหาวิทยาลัย | ที่ปรึกษา |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ราเชนทร์ เหมือนชอบ | เทคโนโลยีราชมงclairตันโกสินทร์
อธิการบดี มหาวิทยาลัย | ที่ปรึกษา |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลธนี ศิริรักษ์ | ราชภัฏจันทรเกษม
รองอธิการบดี ฝ่ายบริหาร | ที่ปรึกษา |
| 10. นางสาววิภารัตน์ ตีอ่อง | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
ผู้อำนวยการสำนักงาน | ที่ปรึกษา |
| 11. นายก้องศักดิ์ ยอดมณี | การวิจัยแห่งชาติ
ผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทย | ที่ปรึกษา |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

มีหน้าที่ให้คำปรึกษา ให้การสนับสนุนแก่คณะกรรมการทุกฝ่าย

2. คณะกรรมการอำนวยการ

- | | | |
|---|---|-----------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สถิตย์ นิยมญาติ | รองอธิการบดี ฝ่ายวิจัยและ
บริการวิชาการ | ประธาน |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา รุ่งเรือง | รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
คณบดีคณะดุริยางคศาสตร์ | รองประธาน |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิทยา เบ็ญจาธิกุล | รองอธิการบดี ฝ่ายบริหาร
รักษาการคณบดีคณะนิติศาสตร์ | กรรมการ |
| 4. ศาสตราจารย์ นพ.สารเนตร์ ไวคกุล | คณบดีคณะแพทยศาสตร์ | กรรมการ |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา บุรณเดชาชัย | คณบดีคณะนิติศาสตร์ | กรรมการ |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.กมลพร กัลยามิตร | คณบดีคณะรัฐศาสตร์ | กรรมการ |

7. รองศาสตราจารย์ ทพ.ทองนารถ คำใจ	คณบดีคณะทันตแพทยศาสตร์	กรรมการ
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กมลมาลย์ ไชยศิริธัญญา	คณบดีคณะศึกษาศาสตร์	กรรมการ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อุทัย อึ้งเจริญ	คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์	กรรมการ
10. ดร.วรางคณา โพธิ์รักษ์	คณบดีคณะสาธารณสุขศาสตร์	กรรมการ
11. ดร.สุพัตรา จันทนะศิริ	คณบดีคณะบริหารธุรกิจ	กรรมการ
12. ดร.ประทีป ปัญญา	คณบดีคณะพยาบาลศาสตร์	กรรมการ
13. ดร.ประกิต หงษ์แสนยาธรรม	คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีการกีฬา	กรรมการ
14. ดร.สุธาสินี วิทยาภรณ์	คณบดีคณะศิลปศาสตร์	กรรมการ
15. ดร.สุนทร แสงเพชร	รักษาการคณบดีวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	กรรมการ
16. ดร.ชลิตา ลีนจี้	คณบดีคณะบัญชี	กรรมการ
17. ดร.ฉัตรปวีณ อ่ำภา	ผู้อำนวยการสถาบันภาษา ต่างประเทศ	กรรมการ
18. อาจารย์เมธาสิทธิ์ อัดดก	คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์	กรรมการ
19. ดร.ณัชชา กริมใจ	รักษาการผู้อำนวยการ สำนักวิจัย	กรรมการและ เลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. ให้การสนับสนุนการดำเนินงานและประสานงานติดตามคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ
2. กำหนดรูปแบบวิธีการจัดงาน ระหว่างมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี หน่วยงานภาคีร่วมจัดงานประชุม ตลอดจน
การเชิญคณะกรรมการจัดงานประชุม เพื่อสรุปความก้าวหน้าการดำเนินงานตลอดช่วงการจัดเตรียมการจัดการ
ประชุม
3. ให้การเสนอแนะระบบการจัดประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย
4. เสนอกรอบแนวคิดในการประชุมวิชาการ
5. เสนอแนะการจัดตั้งคณะกรรมการชุดต่างๆ คณะกรรมการดำเนินงาน คณะกรรมการติดตามและประเมินผลงาน
6. เสนอแนะแนวทางการประชาสัมพันธ์งานการประชุม
7. วางแผนและเตรียมการจัดงานการประชุมให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์
8. ติดตามผลและประเมินการดำเนินงาน

3. คณะกรรมการจัดการประชุม

3.1. คณะกรรมการดำเนินงานประสานงานและพิธีการ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ประไพศรี โหล้ยอง	หัวหน้าสาขาภาษาอังกฤษ	ประธาน
2. ดร.ณัชชา กริมใจ	รักษาการผู้อำนวยการสำนักวิจัย	รองประธาน
3. ดร.โอฬาร กาญจนากาศ	ผู้อำนวยการสำนักการศึกษานานาชาติ	กรรมการ
4. ดร.สุธาสินี วิทยาภรณ์	คณบดีคณะศิลปศาสตร์	กรรมการ
5. นายอาลี เส็มเกอ	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักวิจัย	กรรมการ

- | | | |
|------------------------------|----------------------------|-------------------------|
| 6. นายอัศวพงษ์ บุญแท้ | เจ้าหน้าที่ประจำสำนักวิจัย | กรรมการ |
| 7. นางสาวกันตินันท์ จิตระออน | เจ้าหน้าที่ประจำสำนักวิจัย | กรรมการและ
เลขานุการ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. สรรหาผู้บรรยายต่างๆ อาทิ ผู้บรรยายนำ และผู้บรรยายรับเชิญ
2. จัดโปรแกรมการขึ้นบรรยาย
3. วางแผนและเตรียมการประชุมให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์
4. จัดทำกำหนดการ พิธีการของงานประชุม
5. เสนอขออนุมัติโครงการ ติดต่อประสานงานเพื่อเรียนเชิญวิทยากร วิทยากรบรรยายพิเศษ วิทยากรแสดงปาฐกถาพิเศษ ผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาบทความวิชาการ
6. ออกหนังสือเชิญกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมนำเสนอทั้งภาคบรรยาย ไปสเตอร์ตลอดจนตอบข้อซักถามทั่วไปและตอบรับการพิจารณาบทความ
7. จัดหาของที่ระลึกให้วิทยากรบรรยายพิเศษ และประธานที่มาเปิดงาน
8. จัดหาของที่ระลึกให้ผู้ร่วมงาน (กระเป๋าคาด)
9. จัดทำวุฒิบัตรผู้นำเสนอผลงานทุกคน จัดลำดับผู้เข้ารับวุฒิบัตร
10. ทำหนังสือเชิญอธิการบดีกล่าวรายงานและเปิดงาน
11. ประสานงานฝ่ายต่างๆ
12. ติดตามทวงถามบทความจากผู้นำเสนอบทความ
13. สรุปผลโครงการเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

3.2. คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์และเว็บไซต์

- | | | |
|--|---------------------------------------|-------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา บุรณเดชาชัย | คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ | ประธาน |
| 2. ดร.ศิริชญาณ์ การะเวก | ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยี
สารสนเทศ | กรรมการ |
| 3. อาจารย์วรินทร์ แจ้งโรจน์ | อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ | กรรมการ |
| 4. อาจารย์ เกษม จันวดี | อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ | กรรมการ |
| 5. อาจารย์ ณ์ฐิณี ชูช่วย | อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ | กรรมการ |
| 6. อาจารย์ รัตติพร ณ นคร | อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ | กรรมการ |
| 7. อาจารย์ ณ์ฐิวิโรจน์ มหายศ | อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ | กรรมการ |
| 8. อาจารย์กฤติญา กวีจารุกรณ์ | ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ | กรรมการและ
เลขานุการ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. ออกแบบโปสเตอร์และไวนิล แผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์
2. ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งเว็บไซต์ วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียงคลื่นต่าง ๆ
3. จัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่การประชุม และจัดทำระบบลงทะเบียนเข้าร่วมส่งผลงานออนไลน์

4. บันทึกภาพและวิดีโอการจัดประชุมวิชาการ
5. ทำหนังสือเชิญผู้สื่อข่าวมาทำข่าวการจัดงานประชุมวิชาการ
6. ดูแลต้อนรับสื่อมวลชนในการประชุม
7. จัดทำเอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แก่สื่อมวลชนวันประชุม (Press Release)
8. ส่งภาพข่าวพิธีเปิดการประชุมเผยแพร่แก่สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ
9. จัดเตรียมของที่ระลึกแก่สื่อมวลชน
10. ออกแบบป้าย แผ่นพับ และ ป้ายหน้างาน ป้ายบอกทาง
11. งานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย

3.3 คณะกรรมการฝ่ายศิลปกรรมและจัดนิทรรศการ

- | | | |
|----------------------------------|-------------------------------|---------|
| 1. อาจารย์เมธาสิทธิ์ อัดตก | คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ | ประธาน |
| 2. อาจารย์นพอนันต์ บาลิสี | อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์ | กรรมการ |
| 3. อาจารย์ปราเมศวร์ กลางหมื่นไวย | อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์ | กรรมการ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. ออกแบบแบบครอปและตกแต่งฉากบนเวที
2. ออกแบบการจัดตำแหน่งวางบอร์ด ติดตั้งและรื้อถอนโปสเตอร์
3. ติดโปสเตอร์ผลงานของผู้นำเสนอผลงาน
4. ดูแลการจัดวางและตกแต่งสถานที่
5. ออกแบบปก Proceeding และ ปก CD Proceeding
6. ออกแบบกระถัก (กระเป่าผ้า)

3.4 คณะกรรมการฝ่ายอาคารสถานที่และรักษาความปลอดภัย

- | | | |
|------------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| 1. อาจารย์สมภพ ศรีสัมพันธ์ | ผู้อำนวยการฝ่ายอาคารสถานที่ | ประธาน |
| 2. นายพิชัย สันโตษ | เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย | กรรมการ |
| 3. นายเอก แซ่กั้ง | เจ้าหน้าที่สำนักกิจการนักศึกษา | กรรมการ |
| 4. นางสาวเอกอนงค์ เพ็ชรขุนทด | เจ้าหน้าที่สำนักประธาน | กรรมการและ
เลขานุการ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. ติดโปสเตอร์ป้ายบอกทาง ประชาสัมพันธ์งานประชุม
2. จัดตกแต่งห้องประชุมเล็ก และห้องประชุมใหญ่ ดูแลความสะอาดและความพร้อมของสถานที่ตลอดงาน
3. ติดตั้ง ทดสอบระบบเครื่องเสียงบริเวณภายในงาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย
4. จัดทำแผนด้านรักษาความปลอดภัยและงานจราจร

3.5.คณะกรรมการฝ่ายเอกสาร

- | | | |
|--------------------------------|--|---------|
| 1. อาจารย์สิทธิพร โพธิระหง | ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาตำรา
และสื่อทางวิชาการ | ประธาน |
| 2. นายอาลี เสมอ | เจ้าหน้าที่ประจำสำนักวิจัย | กรรมการ |
| 3. นายอัศวพงศ์ บุญแท้ | เจ้าหน้าที่ประจำสำนักวิจัย | กรรมการ |
| 4. นางสาว กันตินันท์ จิตรระออน | เจ้าหน้าที่ประจำสำนักวิจัย | กรรมการ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. จัดทำ Proceeding เผยแพร่บทความวิชาการ ทั้งภาคบรรยายและโปสเตอร์

3.6 คณะกรรมการฝ่ายบริการด้านการปฐมพยาบาล

- | | | |
|--------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| 1. ดร.ประทีป ปัญญา | คณบดีคณะพยาบาลศาสตร์ | ประธาน |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุลี ทองวิเชียร | อาจารย์ประจำคณะพยาบาลศาสตร์ | กรรมการ |
| 3. ดร.สุวิมล แสนเวียงจันทร์ | อาจารย์ประจำคณะพยาบาลศาสตร์ | กรรมการและ
เลขานุการ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. มีหน้าที่จัดเตรียมบุคลากร อุปกรณ์เครื่องใช้และยาสำหรับการปฐมพยาบาล
2. กำหนดสถานที่ตั้งหน่วยปฐมพยาบาลให้เหมาะสม สะดวกรวดเร็วต่อการให้บริการ

3.7 คณะกรรมการฝ่ายปฏิคมต้อนรับ และจัดเตรียมอาหาร

- | | | |
|---------------------------------------|--|---------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ประไพศรี ให้อภัย | อาจารย์ประจำสถาบันภาษาต่างประเทศ | ประธาน |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทริยา รวยสำราญ | อาจารย์ประจำสถาบันภาษาต่างประเทศ | กรรมการ |
| 3. ดร.โอฬาร กาญจนภาค | ผู้อำนวยการสำนักการศึกษานานาชาติ | กรรมการ |
| 4. ดร.ฉัตรปวีณ อัมภา | ผู้อำนวยการสถาบันภาษาต่างประเทศ | กรรมการ |
| 5. อาจารย์พลโทชูชีพ สุขหมื่น | อาจารย์ประจำสถาบันภาษาต่างประเทศ | กรรมการ |
| 6. อาจารย์วิชสุดา ร้อยพิลา | หัวหน้าสาขาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ | กรรมการ |
| 7. อาจารย์กิตติคุณ เกร็งกำจรกิจ | อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว
คณะศิลปศาสตร์ | กรรมการ |
| 8. อาจารย์ปัญญาณีนรินทร์ อังศุธีรกุล | อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว
คณะศิลปศาสตร์ | กรรมการ |
| 9. อาจารย์พรรณพรพพร จันทร์ฉาย | อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว
คณะศิลปศาสตร์ | กรรมการ |
| 10. อาจารย์ณัฐกร เดชา | อาจารย์ประจำสาขาธุรกิจระหว่างประเทศ | กรรมการ |
| 11. อาจารย์กานต์สิริ ผ่านาคธรรมรัตน์ | อาจารย์ประจำสาขาภาษาอังกฤษ
คณะศิลปศาสตร์ | กรรมการ |
| 12. อาจารย์วิลาวัลย์ ดีเลิศ | หัวหน้าสาขาภาษาไทย | กรรมการ |

13. อาจารย์ดาราวรรณ เกตวัลย์	อาจารย์ประจำสาขาภาษาไทย	กรรมการ
14. อาจารย์วิภาพ คัญทัพ	อาจารย์ประจำสาขาภาษาไทย	กรรมการ
15. นางสาวฮายาดี สาหะ	เจ้าหน้าที่สถาบันภาษาต่างประเทศ	กรรมการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. ต้อนรับ ดูแลวิทยากร ผู้นำเสนอผลงาน และผู้เข้าร่วมสัมมนาเข้าที่ประชุม
2. รับลงทะเบียนแจกเอกสารและของที่ระลึกในการประชุม
3. จัดเตรียมดอกไม้ อาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้นำเสนอผลงาน
4. งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย(ตามความเหมาะสม)
5. จัดโต๊ะรับลงทะเบียน ติดผ้าประดับเวที

4. กองบรรณาธิการ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา รุ่งเรือง	รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ คณบดีคณะดุริยางคศาสตร์	ประธาน
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สถิตย์ นิยมญาติ	รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและ บริการวิชาการ	กรรมการ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เบ็ญจาทิกุล	รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร คณบดีคณะนิติศาสตร์	กรรมการ
4. ศาสตราจารย์ นพ.สารเนตร์ ไวกกุล	คณบดีคณะแพทยศาสตร์	กรรมการ
5. รองศาสตราจารย์ ดร.กมลพร กัลยาณมิตร	คณบดีคณะรัฐศาสตร์	กรรมการ
6. รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา บุรณเดชาชัย	คณบดีคณะนิเทศศาสตร์	กรรมการ
7. รองศาสตราจารย์.ทพ.ทองนารถ คำใจ	คณบดีคณะทันตแพทยศาสตร์	กรรมการ
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลมาลย์ ไชยศิริธัญญา	คณบดีคณะศึกษาศาสตร์	กรรมการ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อุทัย อึ้งเจริญ	คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์	กรรมการ
10. ดร.วรางคณา โพธิ์รักษ์	คณบดีคณะสาธารณสุขศาสตร์	กรรมการ
11. ดร.ประทีป ปัญญา	คณบดีคณะพยาบาลศาสตร์	กรรมการ
12. ดร.สุพัตรา จันทนะศิริ	คณบดีคณะบริหารธุรกิจ	กรรมการ
13. ดร.ประกิต หงษ์แสนยธรรม	คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีการกีฬา	กรรมการ
14. ดร.สุธาสินี วิทยาภรณ์	คณบดีคณะศิลปศาสตร์	กรรมการ
15. ดร.สุนทร แสงเพ็ชร	รักษาการคณบดีคณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	กรรมการ
16. ดร.ชลิตา ลีนจี่	คณบดีคณะบัญชี	กรรมการ
17. ดร.ฉัตรปวีณ อัมภา	ผู้อำนวยการสถาบัน ภาษาต่างประเทศ	กรรมการ
18. อาจารย์เมธาสิทธิ์ อัดตก	คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์	กรรมการ
19. ดร.ณัชชา กริมใจ	รักษาการผู้อำนวยการสำนักวิจัย	กรรมการและ เลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. กำหนดรูปแบบ วิธีการรับลงทะเบียน
2. จัดทำหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยาย และภาคโปสเตอร์
3. คัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินผลงานวิจัย
4. ติดตามผลและประเมินการดำเนินงาน

4.1 คณะอนุกรรมการพิจารณาผลงาน

4.1.1 คณะอนุกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาผลงาน กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา รุ่งเรือง	รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ คณบดีคณะดุริยางคศาสตร์	ประธาน
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สถิตย์ นิยมญาติ	รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและ บริการวิชาการ	รองประธาน
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เบ็ญจาธิกุล	รองอธิการบดีฝ่ายบริหารวิชาการ คณบดีคณะนิติศาสตร์	รองประธาน
4. รองศาสตราจารย์ พลโท ดร.วีระ วงศ์สรรค์	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
5. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ อ่วมเจริญ	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
6. รองศาสตราจารย์ ดร.พีรพงศ์ ทิพนาค	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
7. รองศาสตราจารย์ ดร.กมลพร กัลยานมิตร	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
8. รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนีย์ ลักษณะานิชินชัย	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
9. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวัฒน์ สิริพรวุฒิ	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
10. รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา บุรณเดชาชัย	คณบดีคณะนิเทศศาสตร์	อนุกรรมการ
11. รองศาสตราจารย์ ปกรณ์ รอดช้างเผื่อน	คณะดุริยางคศาสตร์	อนุกรรมการ
12. รองศาสตราจารย์ ศิริพร สัจจามันท์	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
13. รองศาสตราจารย์ สชน โรจนตระกูล	คณะดุริยางคศาสตร์	อนุกรรมการ
14. รองศาสตราจารย์ อวรรรณ บรรจงศิลป์	คณะดุริยางคศาสตร์	อนุกรรมการ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑาศิริ ยอดวิเศษ	คณะดุริยางคศาสตร์	อนุกรรมการ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ตานประดิษฐ์	คณะดุริยางคศาสตร์	อนุกรรมการ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทิน นพเกต	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรินทร์ สวนแก้ว	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต บุญสนอง	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมพร ปัญญา	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาจุยทุธ เนติธนากุล	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลมาลย์ ไชยศิริธัญญา	คณบดีคณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐ์วดี จิรโรจน์ภิญโญ	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ

24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตยา ศรีมกุฎพันธ์ุ	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรเทพ เมืองแมน	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ จันทอง	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปราการ เกิดมีสุข	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย หิรัญรักษ์	คณะดุริยางคศาสตร์	อนุกรรมการ
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประณต มีสอน	คณะดุริยางคศาสตร์	อนุกรรมการ
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ปรีกทยานนท์	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุรพร กำบุญ	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนม วรรณศิริ	คณะนิเทศศาสตร์	อนุกรรมการ
33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกรัตน์ ยศไกล	คณะนิเทศศาสตร์	อนุกรรมการ
34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสงี่ยม บุษบาบาน	คณะนิติศาสตร์	อนุกรรมการ
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธิตา หอวัฒนกุล	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วาทิน หนูแก้ว	คณะนิติศาสตร์	อนุกรรมการ
37. พลโท ดร.สมัยรบ สุทธิวาหนฤพุดิ	คณะนิติศาสตร์	อนุกรรมการ
38. ดร.ปรียาพร เทรตระกูล	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
39. ดร.ชนะ รัตนภักดี	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
40. ดร.สมชาย รัตนภูมิภิญโญ	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
41. ดร.อดุลย์ เลาหพล	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
42. ดร.ธวัชชัย แสงวทรัพย์	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
43. ดร.อุไรวรรณ พงษ์สุภากุล	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
44. ดร.สมภพ ศรีสัมพันธ์	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
45. ดร.ธนพันธ์ พูลชอบ	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
46. ดร.บุษรา มัยอึ้ง	คณะรัฐศาสตร์	อนุกรรมการ
47. ดร.กานต์ กุลานพวงศ์	คณะดุริยางคศาสตร์	อนุกรรมการ
48. ดร.ณิชา พัฒนานนท์	คณะดุริยางคศาสตร์	อนุกรรมการ
49. ดร.ภัทรรินทร์ ศิริรัตน์	คณะดุริยางคศาสตร์	อนุกรรมการ
50. ดร.มนัส แก้วบูชา	คณะดุริยางคศาสตร์	อนุกรรมการ
51. ดร.ทักษิณา ชัยอิทธิพรวงศ์	คณะนิเทศศาสตร์	อนุกรรมการ
52. ดร.ณัชชา พัฒนະนุกิจ	คณะนิเทศศาสตร์	อนุกรรมการ
53. ดร.ชลิตา ลีนจี้	คณบดีคณะบัญชี	อนุกรรมการ
54. ดร.กัญจน์ชนันทร นวพรคงปรีชา	คณะบัญชี	อนุกรรมการ
55. ดร.ชิตัพพัธ วรารัตน์นิธิกุล	คณะบัญชี	อนุกรรมการ
56. ดร.จเร พันธุ์เป็รื่อง	คณะนิติศาสตร์	อนุกรรมการ
57. ดร.ป้อมฤดี กุมพันธ์	คณะนิติศาสตร์	อนุกรรมการ
58. ดร.บุญชริกา โอทกานนท์	คณะนิติศาสตร์	อนุกรรมการ
59. ดร.สมพงษ์ สุขเมธกษกร	คณะศิลปศาสตร์	อนุกรรมการ

60. ดร.สุชุม มูลเมือง	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
61. ดร.ลัดดาวัลย์ คงสมบูรณ์	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
62. ดร.ชนาตล สมบูรณ์	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
63. ดร.พรหมพิริยะ พนาสนธิ์	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
64. ดร.ณัฐาพัชร์ วรพงศ์พัชร์	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
65. ดร.จุฑาทันน์ นิรันดร์	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
66. ดร.โสพัฒน โสภากิมุข	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
67. ดร.ธารินี กิตติกาญจนโสภณ	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
68. ดร.นันทวัฒน์ ภัทรกรนนท์	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
69. ดร.โอฬาร กาญจนากาศ	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
70. ดร.พรประภา ศรีราพร	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
71. ดร.ทิพย์ลาวัลย์ แก้วนิล	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
72. ดร.สุรเชษฐ์ โลทองคำ	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
73. ดร.นราธิป แนวคำดี	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
74. ดร.ประพัฒสอน เปี้ยกสอน	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
75. ดร.ณัฐภูอัสร์ ศรีเพชร	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
76. ดร.สนันทา สิงหวัชร	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
77. ดร.จันทน์วริน โฆษิตคณิน	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
78. ดร.วันเพ็ญ เฟื่องสมบูรณ์	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
79. ดร.นภัทร จันทารมณ	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
80. ดร.กฤษฎาภรณ์ รุจิธำรงกุล	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
81. ดร.ศิริชญาณี การะเวก	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
82. ดร.สุพัตรา จันทนะศิริ	คณะบดีคณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
83. ดร.เพชรภรณ์ วงศ์หลวง	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
84. ดร.ปรียาภรณ์ ชีรพรเลิศรัฐ	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
85. ดร.ณิชาภา คุณพระเนตร	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
86. ดร.กฤษณ์ ทัพจุฬา	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
87. ดร.เบญชญา พิษิตชัยเดชา	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
88. ดร.ธิดาชา บุญชาวเรือง	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
89. ดร.วิฑูร อินทจันทร์	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
90. ดร.ฉัจยา แก้วนัย	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
91. ดร.อภิชาติ ทลิสมรัตน์	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
92. ดร.สมทรง นาคศรีสังข์	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
93. ดร.กาญจกมล นาคศรีสังข์	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
94. ดร.เบญจภรณ์ รัญระนา	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
95. ดร.ธรรศญา ธรรมโสภณ	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ

96. ดร.เพ็ชรรัตน์ ฮีมินกุล	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
97. ดร.วรชัย วิภูอุปโภคตร	คณะศึกษาศาสตร์	อนุกรรมการ
98. ดร.คมสิงห์ วิวัฒน์ภูษิต	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
99. ดร.ภูริธรรมทรัพย์ หอมอุดมทรัพย์	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
100.ดร.สากุล ศรีวันทา	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
101.ดร.ประเชิญ ดิยะปัญญาณิตย์	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
102.ดร.เบญจธรรมา วัฒนกุล	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
103.ดร.อาริยา ภูวศิรีวิวัฒน์	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
104.ดร.กณิศ ศรีเปารยะ	คณะดุริยางคศาสตร์	อนุกรรมการ
105.ดร.ณัชชา กริมใจ	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
106.ดร.พงษ์เทพ ศรีโสภากิจิต	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ
107.ดร.ระเด่น แทนประษา	คณะบริหารธุรกิจ	อนุกรรมการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

1. ศาสตราจารย์ สำเรียง เมฆเกรียงไกร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	อนุกรรมการ
2. ศาสตราจารย์ บาทัน อิมสำราญ	ข้าราชการบำนาญ	อนุกรรมการ
3. รองศาสตราจารย์ ดร.โกวิทย์ ชันชศิริ	มหาวิทยาลัยชินวัตร	อนุกรรมการ
4. รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งภพ คงฤทธิ์ระจัน	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร ปัจฉิม	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
6. รองศาสตราจารย์ ดร.ยุทธพงษ์ สีสากิจไพศาล	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
7. รองศาสตราจารย์ ดร.สุติเทพ ศิริพิพัฒน์กุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	อนุกรรมการ
8. รองศาสตราจารย์ ดร.สาโรช โศภีรักษ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	อนุกรรมการ
9. รองศาสตราจารย์ ดร.กล้า ทองขาว	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	อนุกรรมการ
10. รองศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย สมบูรณ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	อนุกรรมการ
11. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ ภาณุจारी	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย	อนุกรรมการ
12. รองศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา วิไลลักษณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ เจ้าพระยา	อนุกรรมการ
13. รองศาสตราจารย์ ดร.อาศิรา ราชเวียง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์	อนุกรรมการ
14. รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	อนุกรรมการ
15. รองศาสตราจารย์ ดร.สีปงศ์ สุขสม	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	อนุกรรมการ
16. รองศาสตราจารย์ ดร.พัสสรณ์ วรรณศิริระกุล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	อนุกรรมการ
17. รองศาสตราจารย์ ดร.พฤทธิ์สรรค์ สุทธิไชยเมธี	สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์	อนุกรรมการ
18. รองศาสตราจารย์ จงกล แก่นเพิ่ม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	อนุกรรมการ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภดล เชนะโยธิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์	อนุกรรมการ
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา สุขสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต	อนุกรรมการ

21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา คชประเสริฐ	มหาวิทยาลัยบูรพา	อนุกรรมการ
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ วนาพิทักษ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	อนุกรรมการ
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ศักดิ์ พุ่มอินทร์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	อนุกรรมการ
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรวิทย์ วาพะวัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	อนุกรรมการ
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนรรฆ จรรย์ยานนท์	มหาวิทยาลัยมหิดล	อนุกรรมการ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน นาคี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์	อนุกรรมการ
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณะ บุหลัน	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์นส์	อนุกรรมการ
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ อุ้นปรีชาวนิชย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	อนุกรรมการ
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อานูภาพ รักษ์สุวรรณ	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา โห้ถ้อย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	อนุกรรมการ
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชิต รัชตพิบูลภาพ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์	อนุกรรมการ
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวนารถ เล็กอลสินธุ์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์	อนุกรรมการ
33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุมพล รอดแจ่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	อนุกรรมการ
34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรวาล สุขไมตรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	อนุกรรมการ
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายป่าน จักขุจินดา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	อนุกรรมการ
36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนัชกร สิมะขจรบุญ	มหาวิทยาลัยศิลปากร	อนุกรรมการ
37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปีกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ สมไพบูลย์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภคพร กระจาดทอง	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชานันท์ วีระกุล	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพงษ์ นิมเกิดผล	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
42. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารารัตน์ สุขแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	อนุกรรมการ
43. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	อนุกรรมการ
44. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรปวีณ์ วรเศรษฐ์พงศา	มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี	อนุกรรมการ
45. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยาณี ธีรวงศ์ภิญโญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	อนุกรรมการ
46. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงศ์ พูลชอบ	มหาวิทยาลัยมหิดล	อนุกรรมการ
47. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐ ใสธนาทรัพย์	มหาวิทยาลัยเอเชีย	อนุกรรมการ
48. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นกตล ธีรวงศ์ภิญโญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	อนุกรรมการ
49. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มนต์รี พาณิชยานุวัฒน์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
50. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกรียงไกร ดวงขจร	มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครราชสีมา	อนุกรรมการ
51. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภูซงค์ เมนะสินธุ์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ

52. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภัทรพร ปุณะตุง	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
53. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ น้ำผึ้ง ไชว์พันธุ์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
54. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภาพรณ อุ่นปรีชาวนิชย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	อนุกรรมการ
55. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นฤมล โสภารัตนกุล	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
56. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันวิธู สรณารักษ์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
57. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กนกวรรณ รุ่งอดุลพิศาล	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
58. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รติญา นนธิราช	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
59. ดร.สันดุสิตธี ปริวงษ์ตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี	อนุกรรมการ
60. ดร.วริศรา เชนะโยธิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์	อนุกรรมการ
61. ดร. มณฑล ศรีสุข	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	อนุกรรมการ
62. ดร.ภัชกรร ปุยสุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม	อนุกรรมการ
63. ดร.ปริญ วีรพงษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี	อนุกรรมการ
64. ดร.ศิวกรณ์ รัตติโชติ	สถาบันเกษตรวิชาการสำนักงาน ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	อนุกรรมการ
65. ดร.ธงชัย เหมทานนท์	วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม	อนุกรรมการ
66. ดร.พิชญะ อุทัยรัตน์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	อนุกรรมการ
67. ดร.มนชิตา ทองเกิด	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ตะวันออก	อนุกรรมการ
68. ดร.เชษฐภณัญญ์ ปัญญาวัชรวงศ์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก	อนุกรรมการ
69. ดร.สิริลักษณ์ เทียงธรรม	นักวิชาการอิสระ	อนุกรรมการ
70. ดร.ณัชชามน เปรมปลื้ม	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	อนุกรรมการ
71. ดร.ธีรเดช ทิวถนอม	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม	อนุกรรมการ
72. ดร.กมลทิพย์ กันตะเพ็ง	โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์	อนุกรรมการ
73. ดร.กัลย์ ปิ่นเกษร	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	อนุกรรมการ
74. ดร.รพีพัฒน์ ศรีศิลารักษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพ	อนุกรรมการ
75. ดร.ปริญญา สีม่วง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพ	อนุกรรมการ
76. ดร.ศิริวรรณ มนอัคระผดุง	สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา สำนักวิชาการกลุ่มวิจัยและข้อมูล	อนุกรรมการ
77. ดร.ชุติมา นุตยะสกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์	อนุกรรมการ
78. ดร.นวลรัตน์ วัฒนา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
79. ดร.ฐานิสร์ จาตุรงค์กุล	ชีวาธรรม	อนุกรรมการ
80. ดร.พัชราพรรณ นาคพงษ์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	อนุกรรมการ
81. ดร.ศศิธร เดชพรหม	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	อนุกรรมการ

82. ดร.อัยรวี วีระพันธ์พงศ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา อนุกรรมการ

4.1.2 คณะอนุกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาผลงาน กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา รุ่งเรือง	รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ คณบดีคณะดุริยางคศาสตร์	ประธาน
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สถิตย์ นิยมญาติ	รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและ บริการวิชาการ	รองประธาน
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เบ็ญจาธิกุล	รองอธิการบดีฝ่ายบริหารวิชาการ คณบดีคณะนิติศาสตร์	รองประธาน
4. รองศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย ศิริพันธ์	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการกีฬา	อนุกรรมการ
5. รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพร ทศน์ยนา	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการกีฬา	อนุกรรมการ
6. รองศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย ศิริพันธ์	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการกีฬา	อนุกรรมการ
7. รองศาสตราจารย์ ดร.เอก เกิดเต็มภูมิ	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการกีฬา	อนุกรรมการ
8. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	อนุกรรมการ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ ทองแพ	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	อนุกรรมการ
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยूरสิน วัฒนพยุกุล	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการกีฬา	อนุกรรมการ
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อุทัย อึ้งเจริญ	คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์	อนุกรรมการ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประกอบ มณีเนตร	คณะวิศวกรรมศาสตร์	อนุกรรมการ
13. พลโท.ดร. พิทักษ์ เกียรติพันธ์	คณะวิศวกรรมศาสตร์	อนุกรรมการ
14. ดร.สุนทร แสงเพ็ชร	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	อนุกรรมการ
15. ดร.รัชพรรณ หนูเนียม	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	อนุกรรมการ
16. ดร.เพชรรัตน์ จันทร์ทิณ	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	อนุกรรมการ
17. ดร.อารยา ผ่องพิทยา	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	อนุกรรมการ

18. ดร.ธวัชชัย กาญจนะทวีกุล	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการกีฬา	อนุกรรมการ
19. ดร.ประกิต หงส์แสนยาธรรม	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการกีฬา	อนุกรรมการ
20. ดร.อัจฉรา เสาวเฉลิม	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการกีฬา	อนุกรรมการ
21. ดร.วรชัย พลเหลา	คณะวิศวกรรมศาสตร์	อนุกรรมการ
22. ดร.ประพันธ์ วัฒนเดชาชาญ	คณะวิศวกรรมศาสตร์	อนุกรรมการ
23. ดร.บัณฑิต ฤทธิ์ทอง	คณะวิศวกรรมศาสตร์	อนุกรรมการ
24. ดร.พรหมพัทธ์ บุญรักษา	คณะวิศวกรรมศาสตร์	อนุกรรมการ
25. ดร.ประจวบ พิระพงศ์	คณะวิศวกรรมศาสตร์	อนุกรรมการ
26. ดร.สุรวุฒิ สนิทวงศ์ ณ อยุธยา	คณะวิศวกรรมศาสตร์	อนุกรรมการ
27. ดร.ชุตีวรรณ ภัทรานุรักษ์กุล	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	อนุกรรมการ
28. ดร.ธเนศ กิติศรีวรพันธุ์	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	อนุกรรมการ
29. ดร.อนรรักษ์ จันทร์ศรี	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	อนุกรรมการ
30. ดร.สุวิไล อารีจิตต์	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	อนุกรรมการ
31. ดร.ธงชาติ พู่เจริญ	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการกีฬา	อนุกรรมการ
32. ดร.วิสูตร ทองดีเจริญ	คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการกีฬา	อนุกรรมการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

1. ศาสตราจารย์ ดร.จงจิตร ธีรญาณาก	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ	อนุกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา จันทวงษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ	อนุกรรมการ
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ตีปญญ เมธากุลชาติ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	อนุกรรมการ
4. รองศาสตราจารย์ ดร.ยุทธชัย บันเทิงจิตร	มหาวิทยาลัยสยาม	อนุกรรมการ
5. รองศาสตราจารย์ ดร.เอก เกิดเต็มภูมิ	มหาวิทยาลัยปทุมธานี	อนุกรรมการ
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐกฤต ปานชลิบ	วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม	อนุกรรมการ
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรินทิพ สุกใส	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	อนุกรรมการ

8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิกร สีแล	มหาวิทยาลัยกีฬาแห่งชาติประจำภาคใต้ วิทยาเขตชุมพร	อนุกรรมการ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ คุ้มมะณี	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	อนุกรรมการ
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวะพงศ์ เพ็ชรสงค์	มหาวิทยาลัยศิลปากร	อนุกรรมการ
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต แสงประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	อนุกรรมการ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นพพงศ์ ศรีตระกูล	มหาวิทยาลัยศิลปากร	อนุกรรมการ
13. ดร.สุเมธ สถิตบุญอนันต์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	อนุกรรมการ
14. ดร.นุชนาฏ บัวศรี	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	อนุกรรมการ
15. ดร.จิรพิพัฒน์ ธัญพงษ์ภัทร	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	อนุกรรมการ
16. ดร.กฤตวยาน์ ทองคู่	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	อนุกรรมการ
17. ดร.กรรณิกานต์ ต้วงเจริญ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	อนุกรรมการ
18. ดร.โอฬาริก สุรินตะ	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	อนุกรรมการ
19. ดร.จามรกุล เหล่าเกียรติกุล	บริษัททศาคิโซลูชั่น จำกัด	อนุกรรมการ
20. ดร.อาทิตย์ยาพร โรจรัตน์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	อนุกรรมการ
21. ดร.ปิยชาติ ชาติรินรานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี	อนุกรรมการ
22. ดร.สันติ พัฒนะวิชัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	อนุกรรมการ
23. ดร.อนุสรณ์ มนต์รี	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา	อนุกรรมการ
24. ดร.สมพร ส่งตระกูล	มหาวิทยาลัยบูรพา	อนุกรรมการ
25. ดร.ดลภา พศกชาติ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา	อนุกรรมการ
26. ดร.ธีระพงษ์ บุญรักษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	อนุกรรมการ
27. ดร.ธงชาติ เกิดผล	Kyushu Institute of Technology Japan	อนุกรรมการ
28. ดร.ศุภฤกษ์ บุญเทียร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	อนุกรรมการ

4.1.3 คณะอนุกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาผลงาน กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา รุ่งเรือง	รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ คณะดุริยางคศาสตร์	ประธาน
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สถิตย์ นิยมญาติ	รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ	รองประธาน

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เบ็ญจาทิกุล	รองอธิการบดีฝ่ายบริหารวิชาการ คณะบดีคณะนิติศาสตร์	รองประธาน
4. ศาสตราจารย์คลินิกเกียรติคุณ ทพ.วิชา อัครวรฤทธิ	คณะทันตแพทยศาสตร์	อนุกรรมการ
5. รองศาสตราจารย์ ดร.สุลิต ทองวิเชียร	คณะพยาบาลศาสตร์	อนุกรรมการ
6. รองศาสตราจารย์ ทพ.ทองนารถ คำใจ	คณะทันตแพทยศาสตร์	อนุกรรมการ
7. รองศาสตราจารย์ ทพญ.ชลธิชา อมรฉัตร	คณะทันตแพทยศาสตร์	อนุกรรมการ
8. รองศาสตราจารย์ ทพญ.เพชรรัตน์ ไกรวพันธ์	คณะทันตแพทยศาสตร์	อนุกรรมการ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณา ถาวรรุ่งโรจน์	คณะพยาบาลศาสตร์	อนุกรรมการ
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทพญ. อำนวยา แก้วพิทักษ์	คณะทันตแพทยศาสตร์	อนุกรรมการ
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทพ.ยสนันท์ จันทรวะสิน	คณะทันตแพทยศาสตร์	อนุกรรมการ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยตำรวจตรีหญิง ดร.เรวดีพรศน์ รอบคอบ	คณะพยาบาลศาสตร์	อนุกรรมการ
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพรรณณี ธารากุล	คณะพยาบาลศาสตร์	อนุกรรมการ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธีรณัฐลักษณ์ วงนะวิศิษฐ์	คณะพยาบาลศาสตร์	อนุกรรมการ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มยุรี แก้วจันทร์	คณะพยาบาลศาสตร์	อนุกรรมการ
16. ร้อยตำรวจโทหญิง ดร.เจือจันทร์ เจริญภักดี	คณะพยาบาลศาสตร์	อนุกรรมการ
17. ดร.ทนพ.วโรชิต บุญศรีวงศ์	คณะแพทยศาสตร์	อนุกรรมการ
18. ดร.ประทีป ปัญญา	คณะพยาบาลศาสตร์	อนุกรรมการ
19. ดร.สุวิมล แสนเวียงจันทร์	คณะพยาบาลศาสตร์	อนุกรรมการ
20. ดร.อากาศรณ์ เป็รียานิ้ม	คณะพยาบาลศาสตร์	อนุกรรมการ
21. ดร.สุตริภัก จิตต์หทัยรัตน์	คณะพยาบาลศาสตร์	อนุกรรมการ
22. ดร.นพ.โรจน์ วงศ์พัชรจรัส	คณะสาธารณสุขศาสตร์	อนุกรรมการ
23. ดร.ศุภกร สุขประสิทธิ์	คณะสาธารณสุขศาสตร์	อนุกรรมการ
24. อาจารย์สายใจ พินิจเวชการ	คณะสาธารณสุขศาสตร์	อนุกรรมการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

1. รองศาสตราจารย์ ดร.อรพรรณ ลือบุญญธวัชชัย	วิทยาลัยเซนต์หลุยส์	อนุกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์ ดร.วันเพ็ญ แก้วปาน	มหาวิทยาลัยมหิดล	อนุกรรมการ
3. รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพร มูลศาสตร์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	อนุกรรมการ
4. รองศาสตราจารย์ ดร.อรวรรณ แก้วบุญชู	มหาวิทยาลัยมหิดล	อนุกรรมการ
5. รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	อนุกรรมการ
6. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ ศิลปานันท์กุล	มหาวิทยาลัยมหิดล	อนุกรรมการ
7. รองศาสตราจารย์ ดร.ทพ.อาทิพันธุ์ พิมพ์ขาวขำ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	อนุกรรมการ
8. รองศาสตราจารย์ ดร.ทพ.ทวีศักดิ์ ประสานสุทธิพร	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	อนุกรรมการ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ เกิดดอนแฝก	มหาวิทยาลัยมหิดล	อนุกรรมการ
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ทองคำ	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	อนุกรรมการ
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภา นันนวลศิลป์	มหาวิทยาลัยบูรพา	อนุกรรมการ

12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ พิมหา	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	อนุกรรมการ
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราพร วีระพลากร	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	อนุกรรมการ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ โสภณนิธิประเสริฐ	มหาวิทยาลัยรังสิต	อนุกรรมการ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทพ.อุดม ว่องไวทองดี	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	อนุกรรมการ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทพญ.สิริพร ไชยมะโน	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	อนุกรรมการ
17. Dr.Yang Lili	School of Stomatology Kunming Medical University	อนุกรรมการ
18. ทพญ.กณิตนันท์ สุนันต์ตะ	กลุ่มงานทันตกรรมโรงพยาบาล สันป่าตอง	อนุกรรมการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

5. คณะกรรมการฝ่ายการเงิน

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ประไพศรี วัลย์ทอง	ผู้อำนวยการสถาบันภาษาต่างประเทศ	ประธาน
2. ดร.ณัชชา กริมใจ	ผู้อำนวยการสำนักวิจัย	กรรมการ
3. ดร.สุทธาพัฒน์ อมรเรืองตระกูล	ผู้อำนวยการบุคลากร	กรรมการ
4. นางสาวปวีณริสา ศิริกุลประเสริฐ	ผู้อำนวยการสำนักงบประมาณ และการเงิน	กรรมการ
5. อาจารย์ปราณี ทองศรีสุข	ผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบ	กรรมการและเลขานุการ
6. นางสาวกณิตนันท์ จิตระออน	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักวิจัย	ผู้ช่วยเลขานุการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. จัดทำรายรับ-รายจ่ายและสรุปในการจัดงาน ประชุมวิชาการ
2. รับลงทะเบียนและออกใบเสร็จ
3. ตรวจสอบค่าใช้จ่าย

