วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย

EAU Heritage Journal

ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

Social Science and Humanities

ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 ประจำเดือน กันยายน-ธันวาคม 2562 / Vol. 9 No. 3 September-December 2019 ISSN 2286-6183/ E-ISSN 2651-172x

นโยบายการจัดพิมพ์

วารสาร EAU Heritage เป็นวารสารราย 4 เดือน มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียจัดพิมพ์ขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้ในสาขาวิชาด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าและเปิดโอกาสให้นักศึกษา นักวิจัย คณาจารย์ ตลอดจนนักวิชาการทั่วไป ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยได้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานให้เป็นที่รู้จักต่อสาธารณชน และได้แลกเปลี่ยนความรู้ในวิทยาการด้านต่าง ๆ

บทความที่เสนอเพื่อตีพิมพ์

บทความที่เสนอเพื่อพิจารณาต้องเป็นบทความวิชาการหรือบทความวิจัยทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ หรือภาษาต่างประเทศอื่น เรื่องที่จะได้รับการตีพิมพ์ต้องผ่านกระบวนการพิจารณากลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน (Double-blind peer review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องก่อนลงตีพิมพ์ และต้องเป็นบทความที่ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาในวารสารอื่น ๆ (การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง) บทความที่ได้รับการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิและทำการปรับแก้ให้ถูกต้องแล้วจึงจะได้รับการตีพิมพ์ลงในวารสารฯ

การเตรียมต้นฉบับ

ต้นฉบับที่เสนอเพื่อพิจารณาลงตีพิมพ์ ต้องมีรูปแบบดังต่อไปนี้

1. พิมพ์ด้วยกระดาษ A4 ความยาวไม่เกิน 15 หน้า
2. รูปแบบตัวอักษรให้ใช้ Angsana new ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และขนาดของตัวอักษร หากเป็นชื่อเรื่องใช้ตัวอักษรขนาด 20 หัวข้อต่าง ๆ ใช้ตัวอักษรขนาด 16 และส่วนเนื้อหาทั่วไปใช้ตัวอักษรขนาด 15
3. รูปแบบการจัดหน้า และจัดแนวข้อความชิดซ้าย (ไม่ต้องปรับขวา)
4. เขียนชื่อ ตำแหน่ง สถานที่ทำงานและที่อยู่ของผู้เขียนอย่างชัดเจน โดยแยกออกจากส่วนต้นฉบับและบทคัดย่อ
5. แนบบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษมาพร้อมกับบทความ โดยกำหนดความยาวของบทคัดย่อไม่เกิน 15 บรรทัด พร้อมทั้งกำหนดคำสำคัญ (key words) ไม่เกิน 6 คำ
6. แยกไฟล์ตาราง รูปภาพ ที่ประกอบในเนื้อหาบทความ และส่งมาพร้อมกับไฟล์บทความ

การอ้างอิงและการเขียนเอกสารอ้างอิง

ในกรณีที่ผู้เขียนต้องการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเนื้อเรื่อง ให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนามปี (APA) โดยระบุชื่อผู้แต่ง ปีพิมพ์ และเลขหน้าที่ข้อมูลปรากฏอยู่ (ชื่อ นามสกุล, ปีพิมพ์, เลขหน้า) ตัวอย่างเช่น

(ธวัชชัย สันติวงษ์, 2540, น. 142)

(Fuchs, 2004, p. 21)

ส่วนการเขียนรายการอ้างอิงท้ายเล่ม ให้ใช้ระบบการอ้างอิงแบบ APA ตัวอย่างการเขียนรายการอ้างอิง มีดังนี้

1. หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). *ชื่อหนังสือ*(ครั้งที่พิมพ์). เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์หรือหน่วยงานที่พิมพ์.

ประคอง กรรณสูต. (2541). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.

Sharp, W. F. (1985). *Investment* (3rd ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

2. ชื่อบทในหนังสือรายงานการประชุม

Hay, S. P. (1975). Political parties and the community-society continuum. In W. N. Chambers & W. D. Burnham (Eds.)., *The American party systems Stage of political development* (2 nd ed.). New York: Oxford University Press.

สุไร พงษ์ทองเจริญ. (2539). สาระสำคัญเกี่ยวกับการเรียนการสอนภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษา. *ในเอกสารการสอนชุดวิชาการสอนภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2, หน่วยที่ 9). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

3. วารสาร

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสาร*, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า.

สุจินต์ สิมารักษ์. (2550) หลากหลายปัญหาการเลี้ยงโคนมในประเทศไทย. *วารสารเศรษฐกิจการเกษตร, 27*(2), 53-57.

4. หนังสือพิมพ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปี, เดือน วันที่). ชื่อบทความ. *ชื่อหนังสือพิมพ์*, หน้า.

ศรีสกุล ลีวาพีระพันธ์. (2545, กรกฎาคม 11). จับทีวีใส่กระเป๋าเขาทำกันอย่างไร?. *มติชน*, หน้า 19.

5. วิทยานิพนธ์

กอบกุล สรรพกิจจำนง. (2541). *การวิจัยเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนานโยบายการใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับสถาบันอุดมศึกษาไทย*. ดุษฎีนิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

6. สารสนเทศจากอินเทอร์เน็ต

ชื่อผู้เขียน. (ปีที่เผยแพร่เอกสาร). *ชื่อเรื่อง*. ค้นจาก (ระบุ URL ที่สืบค้นบนอินเทอร์เน็ต).

มานพ แก้วผกา. (2549). *เศรษฐกิจพอเพียง กับการค้าเสรีไปด้วยกันได้จริงหรือ*. ค้นจาก http://www.ftawatch.org

Prizker,T. J. (1989). *An early fragment from central Nepal*. Retrieved from http://www.ingress.com/-astranart/pritzker.html

การบอกรับเป็นสมาชิก

ผู้สนใจสามารถติดต่อบอกรับเป็นสมาชิกได้ที่ กองบรรณาธิการวารสาร EAU Heritage อัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกปีละ 800 บาท

สถานที่ติดต่อ

ผู้สนใจเสนอบทความหรือบอกรับเป็นสมาชิก สามารถติดต่อได้ที่

กองบรรณาธิการวารสาร EAU Heritage
อาคาร ชวน ชวนิชย์ ชั้น 4 ห้อง C423
200 หมู่ 1 ถ.รังสิต-นครนายก ต.รังสิต อ.ธัญบุรี
จ.ปทุมธานี 12110
โทรศัพท์: 0-2577-1028 ต่อ 377
e-mail address: eau_heritage@eau.ac.th

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
EAU Heritage Journal

ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
Social Science and Humanities

ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 ประจำเดือน กันยายน-ธันวาคม 2562 / Vol. 9 No. 3 September-Deceber 2019 ISSN 2286-6183/ E-ISSN 2651-172x

ความเป็นมา

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย (EAU Heritage) ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เดิมมีกำเนิดพร้อมฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ด้วยความหลากหลายของบทความและต้องการให้มีความชัดเจนของการเป็นแหล่งข้อมูล จึงได้มีการบริหารจัดการแยกออกจากฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2554 โดยใช้การนับเวลาการเผยแพร่ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ฉบับที่ 1 เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ในปี พ.ศ. 2557 ได้เริ่มเผยแพร่วารสารเป็นฉบับออนไลน์จนถึงปัจจุบัน ต่อมาในปี พ.ศ. 2559 ได้มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มการออกเผยแพร่วารสารเป็นปีละ 3 ฉบับ (ราย 4 เดือน) และในปีที่ 7 ฉบับที่ 3 (กันยายน – ธันวาคม 2560) ได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตวารสารจากตัวเล่มหนังสือเป็นการผลิตแบบ CD ในปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน2561) ได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตอีกครั้ง โดยการผลิตเป็น Flash Drive ส่งมอบให้สมาชิก หากไม่ได้สมัครสมาชิก สามารถสืบค้นเพื่ออ้างอิงหรืออ่านบทความได้ที่ https://eauheritage.eau.ac.th/ หรือสืบค้นได้จากฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Center: TCI)

ปัจจุบันวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ได้ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) โดยได้รับการรับรองคุณภาพจัดให้เป็นวารสารกลุ่มที่ 2 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2562

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย (Research Paper) บทความวิชาการ (Academic Paper) ที่มีคุณภาพของอาจารย์ประจำ บุคคลภายนอก ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิ ในสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ได้แก่ สาขาบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ วิทยาการจัดการ ภาษาศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ปรัชญา ศาสนา และสาขาที่เกี่ยวข้อง

2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการแก่สังคม โดยสนับสนุนให้อาจารย์ประจำ และบุคคลภายนอกนำเสนอผลงานวิชการในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ วิทยาการจัดการ ภาษาศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ปรัชญา ศาสนา และสาขาที่เกี่ยวข้อง

นโยบายการรับบทความ

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มีความยินดีรับตีพิมพ์บทความสาขาบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ วิทยาการจัดการ ภาษาศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ปรัชญา ศาสนา และสาขาที่เกี่ยวข้อง เป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ดังนี้

1. ผลงานวิชาการที่ส่งมาขอตีพิมพ์ ต้องไม่เคยเผยแพร่ในสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน และต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น

2. การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง กองบรรณาธิการฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการรับหรือปฏิเสธบทความเข้าสู่กระบวนการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ต้องผ่านการพิจารณากลั่นกรองคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Double Blind Review) และได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ

3. ข้อความที่ปรากฏภายในบทความแต่ละเรื่องที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้ เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่านไม่เกี่ยวข้องกับกองบรรณาธิการและคณาจารย์ท่านอื่น ๆ ในมหาวิทยาลัยแต่อย่างใด ความรับผิดชอบด้านเนื้อหา และการตรวจร่างบทความแต่ละเรื่องเป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน หากมีความผิดพลาดใดๆ ผู้เขียนจะต้องรับผิดชอบบทความของตนเอง

4. ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวารสาร

5. ผู้ประสงค์จะส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารฯ สามารถส่งบทความออนไลน์ได้ที่ https://eauheritage.eau.ac.th/ หรือ https://www.tci-thaijo.org/

หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อกองบรรณาธิการวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย อาคาร ชวน ชวนิชย์ ชั้น 4 ห้อง C423 เลขที่ 200 หมู่ 1 ถ.รังสิต-นครนายก ต.รังสิต อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12110 โทรศัพท์ 0-2577-1028 ต่อ 377, 378 อีเมล์ eau_heritage@eau.ac.th

ผู้สนใจส่งบทความกรุณาอ่านรายละเอียดการส่งบทความ ซึ่งระบุไว้ใน website https://eauheritage.eau.ac.th/ และ https://www.tci-thaijo.org/

กำหนดการเผยแพร่

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ กำหนดออกเผยแพร่ราย 4 เดือน ปีละ 3 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1: มกราคม-เมษายน (กำหนดออก เมษายน)

ฉบับที่ 2: พฤษภาคม-สิงหาคม (กำหนดออก สิงหาคม)

ฉบับที่ 3: กันยายน-ธันวาคม (กำหนดออก ธันวาคม)

การจัดพิมพ์

ผลิตเป็นอิเล็กทรอนิกส์ (Flash Drive) และเผยแพร่ฉบับ Online ที่ website https://eauheritage.eau.ac.th/ และ https://www.tci-thaijo.org/

แหล่งผลิต

ศูนย์ผลิตเอกสารทางวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย/ กองบรรณาธิการวารสารฯ

ที่ปรึกษา	อาจารย์โชติรัส ชวนิชย์	อธิการบดี
	อาจารย์สุภกัญญา ชวนิชย์	รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุษยมาส สินธุประมา	รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
คณะที่ปรึกษากองบรรณาธิการ (Editorial Advisory Board)	ศาสตราจารย์ อุดม วโรตม์สิกขดิตถ์	ราชบัณฑิต
	รองศาสตราจารย์ ครรชิต มาลัยวงศ์	ราชบัณฑิต
	รองศาสตราจารย์ บุญมี เณรยอด	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ประธานบรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุษยมาส สินธุประมา	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
บรรณาธิการ	อาจารย์นันทิยา จรูญแสง	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
กองบรรณาธิการ	รองศาสตราจารย์ เชาว์ โรจนแสง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
	ศาสตราจารย์กิตติคุณ สุเทพ เชาวลิต	เลขที่ 3 ซ.จินตะเวช ถ.สุทธิสารวินิจฉัย ห้วยขวาง กรุงเทพฯ
	รองศาสตราจารย์ โคริน เฟื่องเกษม	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
	รองศาสตราจารย์ นภาลัย สุวรรณธาดา	เลขที่ 50/335 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.บางพูด อ. ปากเกร็ด จ.นนทบุรี
	รองศาสตราจารย์ อรุณีประภา หอมเศรษฐี	ประธานสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประภาส ภาวินันทน์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชญาพิมพ์ อุสาโห	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
	Mr.O. Leorard Trudo	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
	Mr.Joseph C. Gumbel	สำนักงานทนายความบำรุง
เจ้าหน้าที่ผู้ประสานงาน	นางสาวสุจิตรา สัตบุศย์	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
ออกแบบปก/จัดรูปเล่ม	นางสาวสุจิตรา สัตบุศย์	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
	นางสาวลัดดาวัลย์ ทองคำ	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
	อาจารย์วิลาวรรณ สุขมาก	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
พิสูจน์อักษรประจำฉบับ	นางสาวสุจิตรา สัตบุศย์	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
	นางสาวลัดดาวัลย์ ทองคำ	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
	นางสาวเสาวลักษณ์ ชัยสิทธิ์	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย

จรรยาบรรณการตีพิมพ์

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์

1. ผู้นิพนธ์ต้องรับรองว่าผลงานที่ส่งมานั้นเป็นผลงานใหม่ และไม่เคยตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน

2. ผู้นิพนธ์ต้องรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัย ไม่บิดเบือนข้อมูล หรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ

3. ผู้นิพนธ์ต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่น หากมีการนำผลงานเหล่านั้นมาใช้ในผลงานตัวเอง รวมทั้งจัดทำรายการอ้างอิงท้ายบทความให้ครบถ้วน

4. ผู้นิพนธ์ต้องเขียนบทความวิจัยให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดไว้ใน Template ของวารสาร

5. ผู้นิพนธ์ที่มีรายชื่อปรากฏในบทความทุกคน ต้องเป็นผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินการวิจัยจริง

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการวารสาร

1. บรรณาธิการวารสารมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพของบทความ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารที่ตนรับผิดชอบ

2. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้นิพนธ์ และ ผู้ประเมินบทความ แก่บุคคลใดๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ

3. บรรณาธิการต้องตัดสินใจคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้ว โดยพิจารณาจากความสำคัญ ความใหม่ ความชัดเจน และความสอดคล้องของเนื้อหากับนโยบายของวารสารเป็นสำคัญ

4. บรรณาธิการต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นมาแล้ว

5. บรรณาธิการต้องไม่ปฏิเสธการตีพิมพ์บทความ เพราะความสังสัยหรือไม่แน่ใจ โดยต้องหาหลักฐานมาพิสูจน์ข้อสงสัยนั้นๆ ก่อน

6. บรรณาธิการต้องไม่มีประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์ ผู้ประเมิน และทีมบริหาร

7. บรรณาธิการต้องมีการตรวจสอบบทความในด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) อย่างจริงจัง โดยใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้ เพื่อให้แน่ใจว่าบทความที่ลงตีพิมพ์ในวารสารไม่มีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น

8. หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่นในกระบวนการประเมินบทความ บรรณาธิการต้องหยุดกระบวนการประเมิน และติดต่อผู้นิพนธ์หลักทันทีเพื่อขอคำชี้แจงประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์บทความนั้นๆ

จรรยาบรรณการตีพิมพ์
(Publication Ethics)

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความต้องรักษาความลับและไม่เปิดเผยข้อมูลบางส่วนหรือทุกส่วนของบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาแก่บุคคลอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ

2. หลังจากได้รับบทความจากกองบรรณาธิการวารสารฯ ผู้ประเมินบทความตระหนักว่าตัวเองอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์ เช่น เป็นผู้ร่วมโครงการ หรือรู้จักผู้นิพนธ์เป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่นๆ ที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างอิสระได้ ผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบ และปฏิเสธการประเมินบทความนั้นๆ

3. ผู้ประเมินบทความ ควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาความสำคัญของเนื้อหาในบทความที่จะมีต่อสาขาวิชานั้น ๆ คุณภาพของการวิเคราะห์และความเข้มข้นของผลงาน ไม่ควรใช้ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินบทความวิจัย

4. ผู้ประเมินต้องระบุผลงานวิจัยที่สำคัญๆ และสอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมิน แต่ผู้นิพนธ์ไม่ได้อ้างถึง เข้าไปในการประเมินบทความด้วย นอกจากนี้ หากมีส่วนใดของบทความที่มีความเหมือน หรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ประเมินต้องชี้แจงให้บรรณาธิการทราบด้วย

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กิตติ ชยางคกุล	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
รองศาสตราจารย์ เกียรติชัย เวษาฎาพันธุ์	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
รองศาสตราจารย์ คมเพชร ฉัตรศุภกุล	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ จารุวรรณ ขำเพชร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ เชาว์ โรจนแสง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ณฐ สันตสว่าง	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวรุ่ง ไอยเดช	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ทัชชมัย ทองอุไร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ทิพย์รัตน์ เลาหวิเชียร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธาตรี ใต้ฟ้าพูล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาจารย์ ธีรภาพ เพชรมาลัยกุล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธีระวัฒน์ จันทึก	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ นภาพร ชโยวรรณ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ นฤมล ภิญโญสินวัฒน์ (สอาดโฉม)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ นาตยา ปิลันธนานนท์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิรันดร ทัพไชย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ นภดล ร่มโพธิ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนนท์ หอมสุด	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์นภสินธุ์ แผลงศร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปกรณ์ ศิริประกอบ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ปัญญา ศิริโรจน์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ประกอบ คุณารักษ์	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
รองศาสตราจารย์ ประภาส ปิ่นตบแต่ง	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปองสิน วิเศษศิริ	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิพัฒน์ นนทนาธรณ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พีรพัฒน์ ยางกลาง	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มัทนา วังถนอมศักดิ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์ มาลินี ประพิณวงศ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ยุรพร ศุทธรัตน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ รัตนา ดวงแก้ว	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รุ่งฤดี เลียวกิตติกุล	มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วริยา ล้ำเลิศ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิจิตร วิชัยสาร	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
รองศาสตราจารย์ วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
รองศาสตราจารย์ ศักดิ์ชัย นิรัญทวี	วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร
รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท.ศิริพงษ์ เศาภายน	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ศิริโสภาคย์ บูรพาเดชะ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ สุชาดา นันทะไชย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศาสตราจารย์กิตติคุณ สุเทพ เชาวลิต	สถาบันพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการจัดการ
ศาสตราจารย์ สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ สุทธิวรรณ ตันติรจนาวงศ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาภรณ์ ศรีดี	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิชาติ พงศ์สุพัฒน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เอกนฤน บางท่าไม้	มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทบรรณาธิการ

สวัสดีสมาชิกและท่านผู้อ่านเราพบกันอีกครั้งในฉบับส่งท้ายสิ้นปี 2562 สำหรับวารสารวิชาการ EAU Heritage มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมฯ ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม) ได้มีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นไปตามเกณฑ์ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) และเพื่อให้วารสารได้ผ่านการรับรองคุณภาพเข้าสู่กลุ่ม 1 ตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพในรอบ 4 ซึ่งจะประกาศผลการประเมินในเดือนมกราคม 2563 การจัดทำวารสารฯได้จัดทำรูปเล่มเป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์อย่างเต็มรูปแบบโดยได้รับเลขวารสารอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์จากหอสมุดแห่งชาติเรียบร้อยแล้วสามารถเข้าถึงบทความทุกบทความที่เผยแพร่ตั้งแต่ฉบับแรกจนถึงฉบับปัจจุบันได้ทั้งจาก ThaiJO TDC และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย กระบวนการจัดทำวารสารฯฉบับสังคมฯ ได้แสดงให้เห็นถึงการบริหารจัดการข้อมูลตามยุทธศาสตร์การศึกษาในศตวรรษที่ 21 และเป็นการเข้าสู่สังคมไทยแลนด์ 4.0 จากความหลากหลายของบทความที่หลั่งไหลมายังกองบรรณาธิการก่อให้เกิดแหล่งความรู้ ความรู้ที่ปรากฏในรูปบทความครั้งนี้ มีทั้งหมด 31 บทความ เป็นบทความพิเศษ 1 เรื่อง ซึ่งเป็นบทความน่าสนใจเกี่ยวกับสิทธิของเด็กตามกฎหมายในสังคมปัจจุบัน บทความวิชาการจำนวน 8 เรื่อง เป็นบทความที่มีความหลากหลายทางความคิดทางวิชาการเกี่ยวกัยปรัชญาชีวิตมนุษย์ ด้านการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตในยุคของเศรษฐกิจ ดิจิทัล ตลอดจนถึงธุรกิจที่เกิดขึ้นด้านการดูแลสุขภาพของสังคมผู้สูงอายุซึ่งอยู่ในช่วงที่ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย ส่วนบทความวิจัยจำนวน 22 เรื่องมีความหลากหลายครอบคลุมเกือบทุกด้านเกี่ยวกับด้านการศึกษา การบริหารจัดการที่ดี ภาวะผู้นำ ด้านภาษา ฯลฯ ส่วนสุดท้ายที่ไม่เคยขาดหายเลยคือแนะนำหนังสือดีที่ควรอ่านสักครั้งในชีวิตเพราะการอ่านหนังสือเป็นเรื่องที่ดีสำหรับทุกคนแต่การเลือกอ่านหนังสือที่มีคุณค่าก็เป็นเรื่องสำคัญเพราะจะทำให้นำเรื่องราวจากการอ่านนั้นมาใช้ประโยชน์ในชีวิตหรือใช้ชีวิตได้เช่นเดียวกับหนังสือที่ขอแนะนำเรื่องการตลาดเพื่อความยั่งยืน โดยอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นเรื่องการตลาดในยุคดิจิทัลมีเนื้อหารวม 10 บท เนื้อหาในแต่ละบทมีเป้าหมายส่งผลให้เป็นตัวเร่งในการปรับเปลี่ยนขององค์กรโดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภค

สุดท้ายหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฯ จะได้รับความไว้วางใจจากสมาชิกหรือผู้สนใจส่งบทความเข้ามาที่กองบรรณาธิการเพื่อการพิจารณาบทความคุณภาพของท่านในฉบับต่อไป

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความพิเศษ

1 ■ ตัวชี้วัดสิทธิเด็ก
Child Rights Indicators
กิตติ ชยางคกุล

บทความวิชาการ

15 ■ การศึกษาปรัชญาชีวิตมนุษย์ในมุมมองของหวังหยางหมิง
A Study of Philosophy of Life in the Viewpoint of Wang Yang-ming
จักรพงษ์ ชดช้อย

25 ■ ปัจจัยการตลาด ปัจจัยสังคมวัฒนธรรม และปัจจัยจิตวิทยา ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อด้วยแอพพลิเคชั่นโทรศัพท์มือถือ
Marketing Factors Sociocultural Factors and Psychological Factors is Related to Buying Decision with a Mobile Phone Application
วีด้า สัตยารมณ์ และเยาวภา ปฐมศิริกุล

34 ■ ปัจจัยการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์สำหรับผู้สูงอายุ
Marketing Factors Associated with Buying Decision of Furniture for the Elderly
ศิรประภา ศรีวิโรจน์ และเยาวภา ปฐมศิริกุล

49 ■ The Processes of Generating Corporate Strategic Options and Selecting Strategic Alternatives
กระบวนการสร้างทางเลือกเชิงกลยุทธ์ในระดับองค์กรและการเลือกกลยุทธ์
Sookchok Thongsookularn

63 ■ แนวทางการเขียนผลงานวิชาการในสาขาการพยาบาลศาสตร์ไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์
Guidelines for Writing Academic Works in Nursing Science: Do Not Copyright
ชัชวาล วงค์สารี, เปรมวดี คฤหเดช และเกตุนรินทร์ บุญคล้าย

75 ■ ธุรกิจสุขภาพสู่สังคมผู้สูงอายุ
Health Business for the Aged Society
นวรัตน์ ไวชมภู และนูรรีย๊ะ ล่าเตะเกะ

สารบัญ

84 ■ นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล
Television Program Production Innovation in Digital Era
อุษา ศิลป์เรืองวิไล

99 ■ การพัฒนาความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนชาวไทยผ่านการเรียนรู้ในประเทศญี่ปุ่น
Japanese Proficiency Development of Thai Students through Studying in Japan
กันต์ อาลัยญาติ, จิราวัฒน์ เทพพงษ์, วรรณา ชินวิกัย และสิริรัตน์ สันตโยภาส

บทความวิจัย

108 ■ Factors Affecting School Administration Effectiveness in Public Upper Secondary Schools of Heze City, Shandong Province, the People's Republic of China
Shuyao Zhang and Kitpinit Usaho

122 ■ Relationships between Organizational Culture and Lecturers' Commitment in Private Universities of Thailand
Xi Xi Liu and Prakob Kunarak

135 ■ Management Practices for the Improvement of Chinese Interns Teachers' Wellbeing in Thailand
Chen Huan and Pongsin Viseshsiri

151 ■ Public Secondary School Administration on Facilitating Teaching Chinese as a Second language (TCSL) Program in Thailand
Ruyi Ouyang and Prakob Kunarak

157 ■ การตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย: กรณีศึกษา บริษัท ประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
Decision Making of Being Casualty Insurance Agents: A Case Study of Casualty Company in Mueang District , Ubon Ratchathani Province
ชญาชล มาลาหอม และธรรมวิมล สุขเสริม

167 ■ วิธีการแข่งขันของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในระดับเทศบาลตำบล อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง
How to Compete of the Competition of Beneficial Groups in the level of Tambol Municipality in Nikompattana District, Rayong Province
ฉัตรชัย เล็กบุญแถม และอติพร เกิดเรือง

สารบัญ

181 ■ ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดตราด สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17
Factors Affecting Teamwork Effectiveness of Secondary School Teachers in Trat Province under the Secondary Educational Service Area Office 17
ดุสิตา เลาหพันธุ์ และภัคณัฏฐ์ สมพงษ์ธรรม

194 ■ ปัจจัยพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาลในจังหวัดพิษณุโลก
Factors Predicting to Job Stress among Hospital Personnel in Phitsanulok Province
นิธิพงศ์ ศรีเบญจมาศ, กิ่งแก้ว สำรวยรื่น, วิภาดา ศรีเจริญ, นุชจร ครองดี และสุทธญาณ์ เพ็งปรางค์

202 ■ การตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี
Purchasing Decision-Making of Body Sunscreen Cream of Customers in Ubon Ratchathani Province
ฐานิสร ไกรกังวาร และธรรมวิมล สุขเสริม

213 ■ การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูป ระหว่างตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
Comparison Study of Consumer's Satisfaction towards Instant Coconut Curry Product among Brand A, B and C in Bangkok Metropolitan Area
ทิพวรรณ อาณานุการ และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย

227 ■ การศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า
Feasibility of Investment in Electric Vehicle Charging Station
อาณัติชัย คำเกษ และพรพิพัฒน์ แก้วกล้า

236 ■ การจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคี
Zero Waste Management by Multi Participants
ดำหริ กำปั่นวงษ์, วรสิทธิ์ เจริญพุฒ, นัยนา เกิดวิชัย และรัชฎา จิวาลัย

245 ■ นวัตวิถีเชิงประวัติศาสตร์อยุธยาโมเดล
Historical Innovative Ayutthaya Model
เกษียร วรศิริ และอุษณีษ์ เสวกวัชรี

259 ■ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ GEN Y ในเขตกรุงเทพมหานคร
Factors Influencing Money-Saving Decision of Generation Y in Bangkok Area
ปทิตตา จำปาเต็ม และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย

สารบัญ

277 ■ การพัฒนาแนวทางปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์
Developing Practices to Enhance Teacher Performance of Panyapiwat Technological College
พิทักษ์ ศิลป์ประสิทธิ์

289 ■ การเปรียบเทียบการให้บริการของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
Comparison on Service Satisfaction between Bangkok Mass Transit System Public Company Limited and Bangkok Expressway and Metro Public Company Limited
เปมิกา กิตตินันทวรกุล และทิพย์รัตน์ แสงเรืองรอบ

303 ■ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
The Factors Affecting Satisfaction towards Studying at Tutorial Institutes of Upper Secondary Education Comparison between Public and Private School Bangkok Metropolitan Areas
พรเพ็ญ บุญสาร และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย

315 ■ การศึกษาความสามารถในการฟัง - การพูดภาษาไทยและความสนใจต่อการเรียนภาษาไทยของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา)โดยวิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบภาพ
A Study of Thai Language Listening-Speaking Abilities and Interest towards Thai Language Learning of Kindergarten II Students at Banchombueng (Wapeeprompprachasuksa) School by Experience Fable Story Telling with Picture
ศิริพร หลิวประเสริฐ และกิตติคม คาวีรัตน์

329 ■ การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือด้วยเทคนิคการสอนแบบกลุ่มช่วยรายบุคคล (TAI)
A Study of Learning Achievement and Interest towards Computer of Prathom Sueksa III Students at Anubansamutsongkhram by Using Co-Operative Learning with TAI Technique
ธิษณามดี พุกประเสริฐ และกิตติคม คาวีรัตน์

สารบัญ

338 ■ การพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี
The development of educational quality management capabilities in the Child Development Center under the Bueng Ka Sam Sub-district Administration Organization, Bueng Ka Sam Sub-district, Nong Suea District, Pathum Thani Province
วิจิตร วิชัยสาร, ประภัสสร ทองยินดี, กรีฑา ไขแสง, สุภาภรณ์ งามวัน และฐิติพงศ์ วิชัยสาร

348 ■ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน
Transformational Leadership of School Administrators Affecting Effectiveness of Secondary School Administration in Bangkok Metropolis under the Office of Private Education Commission
ผกาวรรณ ภูพื้น และสุรชัย สิกขาบัณฑิต

358 ■ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก
Transformational Leadership of School Administrators as Perceived by Teachers under the Office of Nakhon Nayok Primary Educational Sevices Area
ปิยวัฒน์ บุตรน้ำเพ็ชร์ และสุรชัย สิกขาบัณฑิต

370 **แนะนำหนังสือ**

■ การตลาดเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Marketing)
โชติกา ใจทิพย์ และพิมพ์พร ชีวานันท์

ตัวชี้วัดสิทธิเด็ก

Children's Rights Indicators

กิตติ ชยางคกุล
Kitti Jayangakula
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
School of Law, Eastern Asia University
Received: August 6, 2018
Revised: December 28, 2018
Accepted: January 2, 2019

บทคัดย่อ

การตรวจสอบการละเมิดสิทธิมนุษยชนเป็นภารกิจที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้หน่วยงานต่างๆ ของรัฐได้ทราบว่าการดำเนินการตามพันธกรณีระหว่างประเทศตามภาระหน้าที่ของตนสอดคล้องกับหลักการสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นหน้าที่ประการหนึ่งของคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ และประเทศไทยเข้าเป็นภาคีของอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก และพิธีสารเลือกรับตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก เรื่องการค้าเด็ก การค้าประเวณีเด็ก และสื่อลามกที่เกี่ยวกับเด็ก และเรื่องความเกี่ยวพันของเด็กในความขัดแย้งกันด้วยอาวุธ การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดสิทธิเด็ก เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับ กสม. ในการตรวจสอบ ประเมินสถานการณ์สิทธิด้านสิทธิเด็กในประเทศไทย เพื่อแนะนำต่อรัฐบาลในการดำเนินงานด้านสิทธิเด็ก และใช้เป็นแนวทางของหน่วยงานผู้ปฏิบัติเพื่อให้มีพัฒนาการในการดำเนินการด้านสิทธิเด็กให้สอดคล้องตามพันธกรณีของอนุสัญญาสิทธิเด็ก และพิธีสารเลือกรับทั้งสองฉบับ ทั้งในมิติของการเคารพ ปกป้อง คุ้มครอง และการทำให้สิทธินั้นเป็นจริงในประเทศไทย

คำสำคัญ: เด็ก, สิทธิเด็ก, ตัวชี้วัด, ตัวชี้วัดสิทธิเด็ก, อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก

Abstract

To comply with international human rights obligations, the National Human Rights Commission (NHRC) is responsible for inspecting human rights violations. Because Thailand is a party to the Convention on the Rights of the Child (CRC) and its optional protocols: Optional Protocol to the Convention on the Rights of the Child on the Sale of Children, Child Prostitution and Child Pornography and Optional Protocol to the Convention on the Rights of the Child on the involvement of children in armed conflict, then Thailand has to comply with obligations under the CRC and its optional protocols. This study aims at developing the Child Rights Indicators (CRIs) for NHRC to use as tools in inspecting and evaluating children's rights situation in Thailand and to make suggestions to the Thai government in relation to children's situations. In addition, the CRIs can be used as a guideline for practitioners to develop their functions in dealing with children's situations in Thailand in accordance with obligations under the CRC and its optional protocols of respect, protection and fulfillment dimensions.

Keywords: children, child's right, indicators, child rights indicator, Convention on the Rights of the Child (CRC)

บทนำ

การติดตามตรวจสอบการละเมิดสิทธิมนุษยชนเป็นภารกิจที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้หน่วยงานต่างๆ ของรัฐได้ทราบว่า การดำเนินการตามพันธกรณีระหว่างประเทศตามภาระหน้าที่ของตนสอดคล้องกับหลักการสิทธิมนุษยชนหรือไม่ อย่างไร และจะต้องปรับปรุงหรือแก้ไขเพื่อให้เกิดการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนดียิ่งขึ้นไปได้อย่างไร รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย กำหนดให้คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ (กสม.) มีหน้าที่จัดทำรายงานประจำปีเพื่อประเมินสถานการณ์ด้านสิทธิมนุษยชนภายในประเทศและเสนอต่อรัฐสภา ซึ่งพระราชบัญญัติคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 15 ก็ได้บัญญัติไว้ทำนองเดียวกันว่าให้ กสม. มีอำนาจหน้าที่ส่งเสริมการเคารพและการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศ ซึ่งรวมไปถึงการจัดทำรายงานประจำปีเพื่อประเมินสถานการณ์ด้านสิทธิมนุษยชนภายในประเทศเสนอต่อรัฐสภาและคณะรัฐมนตรี และเปิดเผยต่อสาธารณชน

ประเทศไทยมีพันธกรณีระหว่างประเทศในการจัดทำรายงานสถานการณ์สิทธิมนุษยชนในไทยเสนอต่อคณะกรรมการประจำสนธิสัญญานั้นๆ เพื่อแสดงให้เห็นว่ารัฐภาคีได้มีการปฏิบัติตามพันธกรณีตามสนธิสัญญานั้น โดยสนธิสัญญากำหนดให้คณะกรรมการประจำสนธิสัญญาเป็นผู้พิจารณาและให้คำแนะนำ แก่รัฐว่ารัฐยังบกพร่องในการปกป้องคุ้มครองสิทธิมนุษยชนด้านใด และมีสิ่งใดบ้างที่รัฐควรจักต้องปรับปรุงแก้ไข หรือมีมาตรการใดควรจักต้องริเริ่มขึ้น เพื่อให้สิทธิมนุษยชนนั้นเป็นจริงขึ้นมา โดย กสม. ก็มีหน้าที่ในการจัดทำรายงานคู่ขนาน และเสนอเข้าสู่การพิจารณาของกลไกระหว่างประเทศด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องดังกล่าว

ปัจจุบันประเทศไทยเป็นภาคีสมาชิกของสนธิสัญญาสิทธิมนุษยชนหลักจำนวน 7 ฉบับ จากทั้งหมด 9 ฉบับ ซึ่งรวมถึงอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก (Convention on the Rights of the Child--CRC) ที่ประเทศไทยได้เข้าเป็นภาคีเมื่อวันที่ 27 มีนาคม พ.ศ. 2535 และนอกจากประเทศไทยจะเข้าเป็นภาคีของอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กแล้ว ประเทศไทยได้เข้าเป็นภาคีพิธีสารเลือกรับตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กอีกสองฉบับ คือ พิธีสารเลือกรับเรื่องการค้าเด็ก การค้าประเวณีเด็ก และสื่อลามกที่เกี่ยวกับเด็ก (Optional Protocol to the Convention on the Rights of the Child on the Sale of Children, Child Prostitution and Child Pornography-- OPSC) เมื่อวันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2549 และพิธีสารเลือกรับเรื่องความเกี่ยวพันของเด็กในความขัดแย้งกันด้วยอาวุธ (Optional Protocol to the Convention on the Rights of the Child on the Involvement of Children in Armed Conflict--OPAC) เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2535 อีกด้วย

ด้วยเหตุนี้ ใน พ.ศ. 2554 กสม.จึงได้มีโครงการจัดทำ ตัวชี้วัดด้านสิทธิมนุษยชนขึ้นมาเพื่อที่จะให้เป็นเครื่องมือในการประเมินและติดตามการปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศด้านสิทธิมนุษยชน ทั้งยังเป็นพื้นฐานทางกฎหมายที่ กสม. จะได้มีคำแนะนำ อันเป็นประโยชน์ต่อรัฐบาลในการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน นอกจากนั้น ตัวชี้วัดฯ ยังใช้เป็นแนวทางของหน่วยงานที่เป็นผู้ปฏิบัติได้ใช้เป็นกรอบสำหรับการดำเนินการเพื่อให้มีพัฒนาการในการดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนทั้งในการเคารพ ปกป้องคุ้มครอง และการทำให้สิทธินั้นเป็นจริงขึ้นมา และเพื่อให้ กสม. มีเครื่องมือในการตรวจสอบ ประเมินสถานการณ์สิทธิด้านสิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับทั้งสองฉบับในประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลให้ กสม. สามารถมีคำแนะนำ อันเป็นประโยชน์ต่อรัฐบาลในการดำเนินงานด้านสิทธิเด็ก และใช้เป็นแนวทางของหน่วยงานผู้ปฏิบัติเพื่อให้มีพัฒนาการในการดำเนินการด้านสิทธิเด็กให้สอดคล้องตามพันธกรณีของอนุสัญญาสิทธิเด็ก และพิธีสารเลือกรับทั้งสองฉบับ ทั้งในมิติของการเคารพ ปกป้องคุ้มครอง และการทำให้สิทธินั้นเป็นจริงในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การศึกษา

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์หลัก คือ การจัดทำ ชุดตัวชี้วัดการดำเนินการด้านสิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับทั้งสองฉบับ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว กสม. ได้กำหนดเงื่อนไขข้อสัญญาซึ่งถือว่าเป็นกรอบการดำเนินการพัฒนาตัวชี้วัด คือ ชุดตัวชี้วัดที่พัฒนาขึ้น ซึ่งเกิดจากการกำหนดมิติด้านสิทธิเด็กที่เหมาะสมในการทำตัวชี้วัดสำหรับสังคมไทย โดยชุดตัวชี้วัดที่พัฒนาขึ้นจะช่วยสร้างมาตรฐานเบื้องต้นในการประเมินสถานการณ์ด้านสิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับทั้งสองฉบับ และใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบ ประเมินสถานการณ์สิทธิด้านสิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับทั้งสองฉบับในประเทศไทย

ขอบเขตการศึกษา

การพัฒนาชุดตัวชี้วัดสิทธิด้านสิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับทั้งสองฉบับตามโครงการนี้มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้ การมุ่งจัดทำ “ชุดตัวชี้วัดเบื้องต้น” ตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับทั้งสองฉบับเท่านั้น ไม่ได้เป็นการจัดทำเกณฑ์ “เป้าหมายเพื่อพัฒนาหรือยกระดับเกณฑ์คุณค่าสิทธิเด็กให้สูงขึ้น” อย่างไรก็ตามผู้วิจัยตระหนักดีว่าสิทธิเด็กเป็นปทัสถานที่มีพลวัตรสูงและการทำให้บรรลุถึงสิทธิสามารถปรับเปลี่ยนไปตามสภาพสังคม ระดับการพัฒนาทางการเมืองและเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับการอธิบายความปทัสถานแห่งสิทธิของแต่ละคน โดยการศึกษาจำกัดอยู่เพียงสิทธิเด็กที่รับรองโดย “ด้านสิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับ” ซึ่งถือว่าเป็น “ตราสารสิทธิระหว่างประเทศ (international bill of rights)” ดังนั้น ชุดตัวชี้วัดจึงตั้งอยู่บนพื้นฐานของอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก ที่จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลที่ชี้ถึงเฉพาะตัวบุคคล (disaggregate data) คือ ความเป็นเด็ก ซึ่งหมายถึงบุคคลที่อายุน้อยกว่า 18 ปีบริบูรณ์ ตามนิยามของเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก

นิยามศัพท์

ตามความมุ่งหมายของโครงการนี้ คำ ว่า “ตัวชี้วัดสิทธิเด็ก” หมายถึง ตัวชี้วัดการดำเนินงานของรัฐบาลเพื่อให้บรรลุถึงการปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศในด้านสิทธิเด็กด้านต่างๆ อันเป็นมาตรฐานขั้นต่ำระหว่างประเทศตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับทั้งสองฉบับ

วิธีการศึกษา

การศึกษาโครงการนี้ใช้วิธีการศึกษาโดยศึกษาจากเอกสารประกอบกับการจัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง (focus groups) รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) บุคคลที่เกี่ยวข้อง และการรับฟังความเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ (peer review) ด้านการจัดทำ ตัวชี้วัดสิทธิเด็ก การศึกษาเอกสารจะศึกษาจากตราสารระหว่างประเทศด้านสิทธิมนุษยชน และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตัวชี้วัด โดยเฉพาะเอกสารที่จัดทำโดยสำนักงานข้าหลวงใหญ่สิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ คณะมนตรีเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติ และคณะกรรมการประจำสนธิสัญญาระหว่างประเทศ รวมทั้ง รายงานการปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศด้านสิทธิเด็กที่ประเทศไทยเสนอต่อองค์การระหว่างประเทศ ตลอดจนกฎหมาย นโยบายและการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับสิทธิเด็กของประเทศไทย

นอกจากนั้น เพื่อเป็นแนวทางในการปรับใช้ตัวชี้วัดให้มีลักษณะเป็นเครื่องมือที่ใช้ระดับประเทศ ในการศึกษาเพื่อพัฒนาชุดตัวชี้วัดสิทธิด้านสิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับทั้งสองฉบับครั้งนี้ ผู้วิจัยจะจัดการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ซึ่งจะเป็นการรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัด เช่น ผู้ที่จะใช้ตัวชี้วัด ผู้ที่เป็นเจ้าของข้อมูล และผู้ที่ทำหน้าที่ประเมิน ตรวจสอบการละเมิด ทั้งภาครัฐ และภาคประชาสังคมตลอดจนนักวิชาการด้านสถิติและด้านสิทธิเด็ก เพื่อนำความคิดเห็นจากการประชุมมาเป็นแนวทางในการกำหนดวิธีการจัดทำและใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและกำหนดตัวชี้วัด

ผลการศึกษา

1. สิทธิเด็ก และการคุ้มครองสิทธิเด็ก

เด็กทุกคนที่เกิดมา ต้องได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นมนุษย์ด้วยกัน ต้องไม่ดูถูกเหยียดหยามเด็กที่มีเชื้อชาติ หรือสีผิว หรือมีฐานะแตกต่างไปจากตน ไม่ว่าจะใช้ความรุนแรงรูปแบบต่างๆ ต่อเด็ก พ่อแม่หรือผู้ใหญ่ต้องทำตัวเป็นตัวอย่างที่ดีและกระทำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อเด็ก ทั้งนี้เพื่อทำให้เด็กอยู่ในสังคมอย่างมีความสุขและเติบโตเป็นคนดีของสังคม และด้วยเหตุแห่งอายุ “เด็ก” ซึ่งหมายถึง บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี นอกจากจะต้องได้รับการรับรองสิทธิอย่างเท่าเทียมกันในฐานะที่เป็นบุคคลแล้ว เด็กยังมีสิทธิที่จะได้รับการดูแล และปกป้องคุ้มครองเป็นพิเศษ อีกในสี่ประการ ได้แก่ สิทธิในการมีชีวิต สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองจากกฎหมาย สิทธิในด้านพัฒนาการ และสิทธิในการมีส่วนร่วม

แนวคิดในการให้ความคุ้มครองแก่เด็กนั้น เป็นพัฒนาการของหลักกฎหมายสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศ โดยในการให้ความคุ้มครองสิทธิของเด็กปรากฏอย่างเป็นรูปธรรมขึ้นอย่างชัดแจ้งในการดำเนินการขององค์การสันนิบาตชาติ (League of Nations) ในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1919 – 1946 ซึ่งเป็นการดำเนินการให้ความคุ้มครองแก่เด็กกำพร้า และเด็กที่พลัดพรากหลังจากสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง (Trevor Buck, et.al., 2011) ในปี ค.ศ. 1919 องค์การสันนิบาตชาติได้จัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองสิทธิเด็ก (Committee for the Protection of Children) ขึ้น และในปี ค.ศ. 1923 องค์กร Save the Children โดย Eglantyne Jebb ได้เสนอร่างปฏิญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก ซึ่งถือเป็นร่างสิทธิเด็กแรกฉบับที่ปรากฏขึ้น และต่อมาสมัชชาใหญ่ขององค์การสันนิบาตชาติได้มีการรับเอาแนวคิดเรื่องสิทธิเด็กดังกล่าว และออกเป็นปฏิญญาเจนีวาว่าด้วยสิทธิเด็ก (The 1924 Geneva Declaration of the Rights of the Child) เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน ค.ศ. 1924 อนึ่งเนื่องด้วยปฏิญญานี้ไม่ใช่สนธิสัญญา จึงไม่มีสภาพบังคับในทางระหว่างประเทศ แต่ก็ถือเป็นเอกสารระหว่างประเทศเกี่ยวกับสิทธิเด็กฉบับแรกที่ปรากฏขึ้นในประชาคมระหว่างประเทศ ที่สร้างหลักการเพื่อช่วยในการดำเนินงานด้านสวัสดิการเด็กในทางระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม (Trevor Buck, et.al., 2011) ปฏิญญาเจนีวาได้ให้ความคุ้มครองสิทธิของเด็กโดยปราศจากการเลือกปฏิบัติไม่ว่าโดยเชื้อชาติ สัญชาติ หรือความเชื่อทางศาสนา โดยหลักการสำคัญ 5 ประการของปฏิญญาเจนีวาที่มุ่งให้ความคุ้มครองสิทธิของเด็กเพื่อพัฒนาขึ้นมาเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพ ได้แก่ สิทธิในการได้รับการพัฒนา สิทธิในชีวิต การอยู่รอด การได้รับความคุ้มครองจากการถูกแสวงหาประโยชน์ และการได้รับการเอาใจใส่เพื่อการเติบโตขึ้นมาอย่างสมบูรณ์

ต่อมา หลังการเกิดขึ้นขององค์การสหประชาชาติ ได้มีการจัดทำปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ขึ้นในปี ค.ศ. 1948 ซึ่งบทบัญญัติของปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนก็ได้มีการรับรองสิทธิของเด็กไว้อย่างชัดแจ้ง ในข้อ 25 โดยกำหนดว่า “มารดาและบุตรชอบที่จะได้รับการดูแลและความช่วยเหลือเป็นพิเศษ เด็กทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นบุตรในหรือนอกสมรสย่อมได้รับการคุ้มครองทางสังคมเช่นเดียวกัน”

พัฒนาการการรับรองสิทธิของเด็กในประชาคมระหว่างประเทศปรากฏขึ้นอย่างชัดเจนอีกครั้งในปี ค.ศ. 1959 เมื่อสมัชชาใหญ่แห่งสหประชาชาติได้ลงมติเป็นเอกฉันท์ รับเอาปฏิญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก (Declaration on the Rights of the Child) (Trevor Buck, et.al., 2011) โดยปฏิญญาว่าด้วยสิทธิเด็กนี้ นอกจากจะได้ตระหนักถึงความต้องการการดูแลเอาใจใส่และการได้รับการคุ้มครองเป็นพิเศษของเด็กดังที่ปรากฏอยู่ในปฏิญญาเจนีวาว่าด้วยสิทธิเด็ก และปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแล้ว ยังรวมถึงการคุ้มครองทางกฎหมายอย่างเหมาะสม ทั้งก่อนและภายหลังการเกิดอีกด้วย ซึ่งปฏิญญาว่าด้วยสิทธิเด็กนี้ได้กำหนดหลักพื้นฐานของสิทธิเด็กไว้ทั้งสิ้น 10 ประการ ได้แก่ (1) เด็กมีสิทธิและใช้สิทธิได้โดยไม่ถูกเลือกปฏิบัติโดยเชื้อชาติ สีผิว เพศ ภาษา ศาสนา ความเห็นทางการเมือง สัญชาติ ทรัพย์สิน การเกิด หรือ สถานะอื่นๆ ทั้งต่อตัวเด็ก และครอบครัวของเด็ก (2) สิทธิได้รับการพัฒนา (3) สิทธิในการมีชื่อ และสัญชาติ (4) สิทธิในการอยู่รอด (5) สิทธิในการศึกษาและการได้รับการดูแลของเด็กพิการ (6) สภาพแวดล้อมทางครอบครัว (7) สิทธิในการศึกษา การพักผ่อน การเล่นอย่างเท่าเทียมกัน (8) การได้รับการคุ้มครอง (9) เด็กต้องได้รับการคุ้มครองจากการถูกทอดทิ้ง และการแสวงหาประโยชน์ และ (10) เด็กต้องได้รับ

การคุ้มครองโดยไม่เลือกปฏิบัติ

ต่อมา อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก ได้ถูกจัดทำขึ้นโดยองค์การสหประชาชาติ เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน ค.ศ. 1989 ซึ่งมีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 2 กันยายน ศ.ศ. 1990 สำหรับเนื้อหาสาระของอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก ค.ศ.1989 นี้ถือเป็นหลักการที่สำคัญอย่างยิ่ง ในการให้หลักประกันต่อสิทธิเด็กที่จะเติบโตขึ้นในอนาคต ซึ่งถ้าเด็กจะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีศักยภาพได้ จะต้องเป็นเด็กที่ได้รับการพัฒนาทั้งทางร่างกายและจิตใจ และเด็กนั้นจะต้องไม่ถูกละเมิดในสิทธิพื้นฐานที่เด็กทุกคนจะต้องได้รับ

2. พันธกรณีระหว่างประเทศของอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับ

กฎหมายระหว่างประเทศก่อพันธะหน้าที่ต่อรัฐ ประเด็นที่ควรจะต้องพิจารณาในเบื้องต้นคือ พันธกรณีด้านสิทธิเด็กมีอย่างไร กล่าวอีกนัยหนึ่ง รัฐมีภาระหรือหน้าที่อย่างไร เพื่อการปฏิบัติให้เป็นไปตามพันธกรณีที่ก่อขึ้นโดยกฎหมายระหว่างประเทศ ดังนั้น ในส่วนนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาพันธะหน้าที่ของรัฐเพื่อให้เกิดความเข้าใจอันนำไปสู่การจัดทำตัวชี้วัด “ที่สามารถบ่งชี้” ถึงพันธะหน้าที่ด้านต่าง ๆ ที่ผูกพันรัฐ กล่าวได้ว่า ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับในทางวิชาการว่า พันธกรณีระหว่างประเทศมีสามด้าน คือ พันธกรณีในการเคารพ (obligation to respect) ถือเป็นหน้าที่เชิงลบ นั่นคือ รัฐหรือผู้มีหน้าที่ (duty bearer) ต้องหลีกเลี่ยงและไม่ขัดขวางบุคคลที่เป็นผู้ทรงสิทธิ ทำให้ผู้ทรงสิทธิไม่อาจใช้สิทธิตามที่บุคคลนั้นมี ตัวอย่างหน้าที่ในการเคารพในแง่สิทธิทางด้านสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง เช่น สิทธิในการรักษาเอกลักษณ์ของตนไว้ รวมทั้งชื่อ สัญชาติ และความสัมพันธ์ทางครอบครัวของเด็ก พันธกรณีในการปกป้องคุ้มครอง (obligation to protect) เป็นภาระหน้าที่ต้องปกป้องคุ้มครองไม่ให้บุคคลที่เป็นผู้ทรงสิทธิ (right holder) ถูกละเมิดจากบุคคลที่สาม ซึ่งอาจเป็นบุคคลธรรมดาองค์กรหรือหน่วยงานของรัฐ หรือจากนโยบายรัฐเอง ดังนั้นรัฐจึงต้องมีนโยบาย ออกกฎหมาย หรือสร้างค่านิยมหรือความรู้ความเข้าใจเพื่อไม่ให้กลไกหรือบุคคลที่อยู่ภายในอำนาจรัฐละเมิดสิทธิของบุคคลอื่น หน้าที่ในการคุ้มครองในแง่ของสิทธิด้านสิทธิพลเมือง และสิทธิทางการเมือง อย่างเช่น การมีกฎหมายอาญาบัญญัติให้การขายเด็กหรือทำร้ายร่างกายเด็กเป็นความผิด และพันธกรณีในการทำให้บรรลุผล (obligation to fulfill) ภาระหน้าที่นี้เป็นหน้าที่ในเชิงบวกที่ผู้มีหน้าที่ หรือรัฐเป็นผู้มีหน้าที่ที่จักต้องจัดหาหรือดำเนินการใด เพื่อให้ผู้ทรงสิทธิได้บรรลุถึงสิทธิที่เขามี ดังนั้น รัฐจึงต้องมีมาตรการต่างๆ ไม่ว่าทางนโยบาย กฎหมาย หรือการปฏิบัติเพื่อให้บุคคลได้รับสิทธิอย่างเต็มเปี่ยม ตัวอย่างเช่น รัฐให้ความช่วยเหลือเรื่องความรับผิดชอบร่วมกันของบิดามารดาในการเลี้ยงดูเด็ก การที่รัฐมีนโยบายให้การศึกษาแบบให้เปล่าแก่เด็กทุกคน หรือการจัดโครงการให้ทุนยืมเรียนในระดับอุดมศึกษา ถือว่าเป็นภาระหน้าที่ในการทำให้บรรลุถึงสิทธิในการศึกษา

3. ตัวชี้วัดสิทธิเด็ก

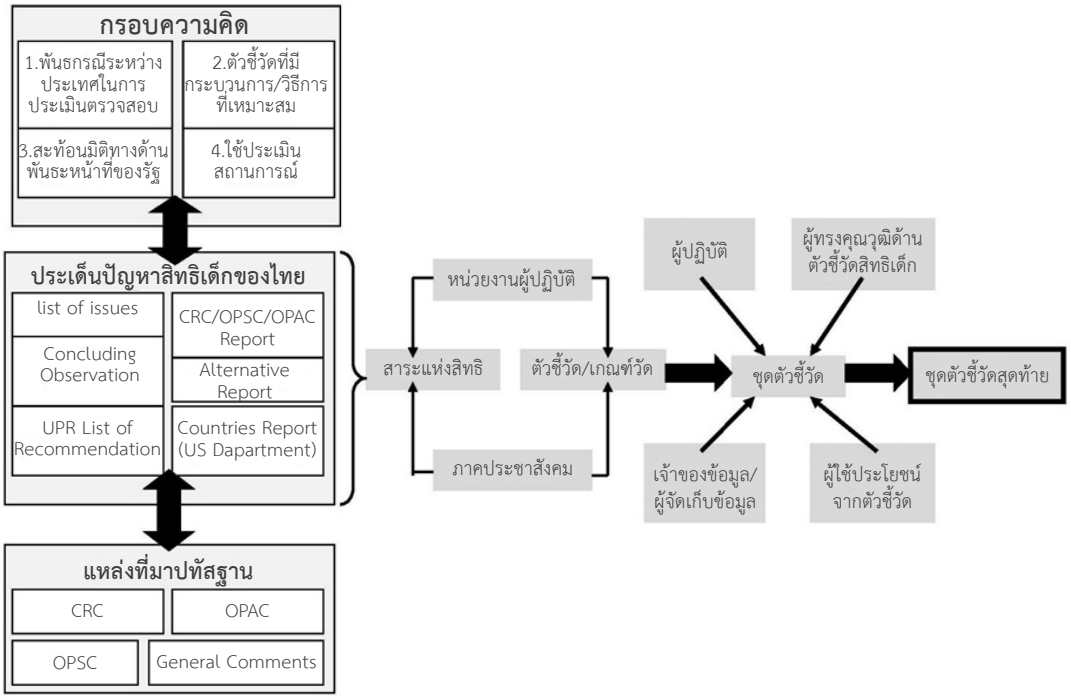
สำนักงานข้าหลวงใหญ่สิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติได้ให้ความหมายของตัวชี้วัดสิทธิมนุษยชนไว้ว่า หมายถึง ข้อมูลจำเพาะเจาะจงที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อแสดงสภาวะ หรือสถานะของเป้าหมาย เหตุการณ์ กิจกรรม หรือผลลัพธ์ ซึ่งสัมพันธ์กับปทัสถาน หรือมาตรฐานด้านสิทธิมนุษยชนโดยข้อมูลนั้นได้บ่งถึง หรือได้สะท้อนหลักการของสิทธิมนุษยชนและปัญหาของสิทธิมนุษยชน และข้อมูลเหล่านั้นสามารถใช้ประเมินและติดตามตรวจสอบการนำหลักการและปทัสถานสิทธิมนุษยชนมาปรับใช้ในประเทศ (Office of the High Commissioner for Human RIghts, 2006) ตัวชี้วัดสิทธิมนุษยชนมีลักษณะเช่นเดียวกับตัวชี้วัดทางสังคมศาสตร์ ดังนั้น ข้อมูลที่นำมาใช้ในการประเมิน ก็สามารถใช้ได้ทั้งลักษณะที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนั้น ตัวชี้วัดจึงจำแนกตามประเภทของข้อมูลได้สองประเภท คือ ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (quantitative indicators) เป็นชุดข้อมูลที่สามารถบอกเป็นตัวเลขสถิติ จำนวน หรือร้อยละ ได้ เช่น ร้อยละของเด็กที่ออกกลางคันในระดับการศึกษาภาคบังคับ จำนวนคำร้องเรียนว่าบุคคลสูญหายโดยการใช้กำลังบังคับต่อปี เป็นต้น และ ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (qualitative indicator) เป็นตัวชี้วัดที่กำหนดโดยการเขียนบรรยายข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ หรือเหตุการณ์ หรือผลลัพธ์ เป็นข้อมูลที่ไม่ใช่ตัวเลข หรือจำนวน แต่เป็นข้อมูลที่เป็นการอธิบายความความเห็น ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพอาจเกิดจากการสรุปรวมความ หรืออธิบายปรากฏการณ์ โดยอาศัยข้อมูลจากตัวชี้วัดเชิงคุณภาพได้

นอกจากนั้น คำแนะนำของสำนักงานข้าหลวงใหญ่สิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (Office of the High Commissioner for Human Rights, 2012) ได้จำแนกประเภทของตัวชี้วัดสิทธิมนุษยชนออกเป็นสามประเภท ได้แก่ ตัวชี้วัดโครงสร้าง (structural indicators) เป็นตัวชี้วัดที่แสดงความตั้งใจ หรือเจตจำนงของรัฐในการเคารพสิทธิมนุษยชน และต้องการยกระดับสิทธิมนุษยชนให้ดียิ่งขึ้นโดยการยอมรับมาตรฐานระหว่างประเทศมาปรับใช้ ดังนั้น จึงสะท้อนออกมาในรูปแบบของการให้สัตยาบันสนธิสัญญา หรือข้อตกลงระหว่างประเทศเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน รวมถึงการออกกฎหมายภายใน และมีกลไกที่จำเป็นในการนำไปสู่การตระหนักถึงการมีสิทธิ เพื่อให้เกิดสิทธิขึ้นในระบอบกฎหมายหรือในสังคม ตัวชี้วัดโครงสร้างจึงเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนพันธกรณีในการเคารพ (obligation to respect) ได้ชัดเจน เช่น ตัวชี้วัดสิทธิในชีวิต กับสิทธิในสุขภาพ อาจใช้การเป็นภาคีกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมืองเป็นตัวชี้วัดความตั้งใจของรัฐในการทำให้บุคคลมีสิทธิในชีวิต และป้องกันอันตรายจากโรค หรืออุบัติเหตุ ที่ทำให้ชีวิตอยู่ในภาวะที่เสี่ยงภัย เป็นต้น ตัวชี้วัดกระบวนการ (process indicators) เป็นตัวชี้วัดเกี่ยวกับเครื่องมือ หรือวิธีการที่จะทำให้การดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนของรัฐเป็นไปตามเป้าหมาย หรือให้เกิดผลตามนโยบาย หรือแผนที่กำหนดขึ้น ดังนั้น ตัวชี้วัดกระบวนการจึงสัมพันธ์กับตัวชี้วัดผลลัพธ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดจากการดำเนินนโยบายหรือแผน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งเป็นเครื่องมือที่จะนำไปสู่ความสัมฤทธิผลของเป้าหมายที่ได้วางไว้ นั่นคือ การบรรลุหน้าที่ในการทำให้เป็นผลสัมฤทธิ์ขึ้นมา ดังนั้น ตัวชี้วัดกระบวนการจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดตามและตรวจสอบความก้าวหน้าของการทำให้เป็นจริง หรือกระบวนการในการคุ้มครองสิทธิด้านต่างๆ ดังนั้น ตัวชี้วัดกระบวนการจึงสะท้อนพันธกรณีของรัฐในด้านการปกป้องคุ้มครอง (obligation to protect) ได้ชัดเจนมากขึ้น เช่น นโยบายของรัฐที่พยายามให้เจ้าหน้าที่ตำรวจที่ควบคุมการชุมนุมที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย มีการปฏิบัติอย่างสอดคล้องกับมาตรฐานระหว่างประเทศเกี่ยวกับการใช้กำลังของผู้บังคับใช้กฎหมายที่มีอำนาจถืออาวุธ สิ่งนี้จะสะท้อนออกมาในรูปของสัดส่วนของเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับมาตรฐานระหว่างประเทศฯ เป็นต้น และ ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (outcome indicators) เป็นข้อมูลที่ใช้อธิบายความสำเร็จของการดำเนินการ หรือความพยายามดำเนินการตามโครงการ หรือมาตรการด้านต่างๆ ที่รัฐดำเนินการ เพื่อให้สิทธิด้านต่างๆ เกิดผลขึ้นจริง ทั้งในแง่ของสิทธิมนุษยชนในภาพรวม และสิทธิในแต่ละด้าน เช่น การกำหนดตัวชี้วัดผลลัพธ์ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของสภาพความเป็นจริงของสังคม หรือมีความไม่สอดคล้อง หรือเกิดความไม่สัมพันธ์กันระหว่างตัวชี้วัด ตัวชี้วัดผลลัพธ์ มักใช้วัดพันธกรณีในการทำให้เป็นจริง (Office of the High Commissioner for Human Rights, 2012)

4. ที่มาของพันธกรณีสิทธิเด็กและสาระแห่งสิทธิ

ขั้นตอนสำคัญในการจัดทำตัวชี้วัดขั้นตอนหนึ่ง คือ การกำหนดพันธกรณีระหว่างประเทศ (identification of legal obligations) และสาระแห่งสิทธิ (identification of element of rights) ตามที่อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับได้ประกาศรับรองสิทธิขั้นพื้นฐานของเด็ก ดังนั้นในการจัดทำตัวชี้วัดสิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับ จึงจำเป็นต้องคำนึงถึง “สาระแห่งสิทธิ” ดังที่คณะกรรมการประจำอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก องค์กร หรือสถาบันสิทธิมนุษยชนที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริมคุ้มครองสิทธิเด็กได้ให้ความเห็นไว้เป็นสำคัญ

กรอบแนวคิดการวิจัย



โดยที่สิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กจัดทำขึ้นมุ่งที่จะรวบรวมหลักการเกี่ยวกับสิทธิของเด็กมารวมไว้ในเอกสารเดียว แต่อย่างไรก็ตาม ถ้อยคำในอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กก็ยังมีความคลุมเครืออยู่มาก ความไม่ชัดเจนของถ้อยคำของเอกสารที่ต้องการสร้างปทัสถานทางกฎหมายเป็นข้อจำกัดที่ถือว่า เป็นปกติ เนื่องจากหลักการทางกฎหมายต้องการให้ใช้ได้ทั่วไป จึงจำเป็นที่จะต้องใช้ถ้อยคำกว้างๆ เพื่อให้ครอบคลุมลักษณะต่างๆ ลักษณะเช่นนี้เกิดขึ้นทั้งตราสารทางกฎหมายระหว่างประเทศ และตราสารทางกฎหมายภายใน เช่น รัฐธรรมนูญ เป็นต้น

ในคู่มือตัวชี้วัดสิทธิมนุษยชนของสำนักงานข้าหลวงใหญ่สิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติได้แนะนำว่า ในขั้นตอนแรก ควรจะต้องมีการกำหนดสาระแห่งสิทธิ (หรือมิติของสิทธิมนุษยชน) การจัดทำตัวชี้วัดสิทธิมนุษยชนจึงจำเป็นที่จะต้องกำหนด “แหล่งที่มา” เพื่ออ้างอิงสาระแห่งสิทธิเพื่อให้ครอบคลุม และเป็นมาตรฐานที่ยอมรับได้ ดังนั้นในบทนี้จะวิเคราะห์พันธกรณีด้านสิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก ว่ามีเนื้อหาสาระอย่างไร

ผู้วิจัยได้ศึกษาแหล่งที่มาของพันธกรณีที่พัฒนามาจากอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กสองลำดับ ที่มาลำดับต้น คืออนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก พิธีสารเลือกรับของอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก เรื่อง การค้าเด็ก การค้าประเวณี และสื่อลามกที่เกี่ยวกับเด็ก และพิธีสารเลือกรับของอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก เรื่อง ความเกี่ยวพันของเด็กในความขัดแย้งกันด้วยอาวุธ ซึ่งตราสารทั้งสามฉบับได้รับการยอมรับว่าเป็นตราสารสิทธิเด็กระหว่างประเทศในการกำหนดพันธกรณีหลัก ผู้วิจัยจึงใช้ข้อบทของอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก และพิธีสารเลือกรับสองฉบับนี้ เป็นพื้นฐานทางกฎหมายในการกำหนดพันธกรณีของประเทศไทยในการพิจารณาพันธกรณีด้านสิทธิเด็ก

ส่วนที่มาลำดับรอง ผู้วิจัยจะพิจารณาจากมาตรฐานระหว่างประเทศที่พัฒนาขึ้นโดยสมัชชาใหญ่คณะกรรมการประจำสนธิสัญญา เช่น ข้อมติ (resolutions) ข้อคิดเห็นร่วมอันสำคัญ (general comments) และคำวินิจฉัย (decisions) เป็นต้น

5. ชุดตัวชี้วัดสิทธิเด็ก

ชุดตัวชี้วัดที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นหลังจากได้มีการสรุปพันธกรณีของรัฐ และได้กาหนดสาระแห่งสิทธิ หรือมิติของสิทธิด้านต่างๆ รวมถึงหน้าที่ของรัฐด้านต่างๆ ในการปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับทั้งสองฉบับ ใช้รูปแบบและกระบวนการที่มีการมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ตัวชี้วัด

ที่สะท้อนปัญหาสิทธิเด็กที่สำคัญของประเทศไทย ตลอดจนเป็นที่ยอมรับได้และใช้ได้จริงในทางปฏิบัติ

ผู้วิจัยได้จำแนกประเภทตัวชี้วัดเป็น 7 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

กลุ่มที่ 1 ตัวชี้วัดมาตรการทั่วไปในการดำเนินการตามอนุสัญญา

กลุ่มที่ 2 ตัวชี้วัดสิทธิพลเมือง

กลุ่มที่ 3 ตัวชี้วัดสภาพแวดล้อมทางครอบครัวและสถานที่ดูแลทางเลือก

กลุ่มที่ 4 ตัวชี้วัดสุขภาพและสวัสดิการ

กลุ่มที่ 5 ตัวชี้วัดการศึกษา การฝึกอาชีพ และการแนะแนว

กลุ่มที่ 6 ตัวชี้วัดมาตรการคุ้มครองพิเศษสำหรับเด็กเฉพาะกลุ่ม

กลุ่มที่ 7 ตัวชี้วัดการค้าเด็ก การแสวงประโยชน์และการล่วงละเมิดทางเพศต่อเด็ก

ในตารางชุดตัวชี้วัด จะประกอบด้วยตัวชี้วัดด้านต่างๆ ตัวชี้วัดประกอบด้วยตัวชี้วัดสามประเภท คือ ตัวชี้วัดโครงสร้าง ตัวชี้วัดกระบวนการ และตัวชี้วัดผลลัพธ์ ซึ่งสิทธิด้านหนึ่งอาจมีตัวชี้วัดหลายตัว ซึ่งแบ่งเป็นตัวชี้วัดหลักและตัวชี้วัดรองในขณะที่สิทธิบางด้านอาจไม่มีตัวชี้วัดบางประเภท โดยมีตัวอย่างตัวชี้วัดในแต่ละกลุ่ม ดังต่อไปนี้

ตัวอย่างตัวชี้วัดกลุ่มตัวชี้วัดที่ 1: มาตรการทั่วไปในการดำเนินการตามอนุสัญญาฯ

สาระแห่งสิทธิ/ประเด็นปัญหา : การประกันหลักการและสาระสำคัญของอนุสัญญาฯ ไว้ในกฎหมายภายใน

ตัวชี้วัดโครงสร้าง	ตัวชี้วัดกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
- รัฐธรรมนูญและกฎหมายภายในรองรับหลักการและสาระสำคัญของอนุสัญญาฯ	- รัฐมีกลไกและมาตรการที่รองรับการปฏิบัติตามกฎหมายเพื่อประกันหลักการของอนุสัญญาฯ และคุ้มครองสิทธิที่ได้รับการรับรองในอนุสัญญาฯ - รัฐมีองค์กรอิสระในการติดตามตรวจสอบและรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับพันธกรณีในอนุสัญญาฯ	- จำนวนคำพิพากษาศาลที่อ้างอิงหรือสอดคล้องกับหลักการสำคัญของอนุสัญญาฯ - จำนวนเรื่องร้องเรียนที่องค์กรอิสระได้รับและมีการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา

สาระแห่งสิทธิ/ประเด็นปัญหา : สิทธิในชีวิต การอยู่รอด และการได้รับการพัฒนา

ตัวชี้วัดโครงสร้าง	ตัวชี้วัดกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
- รัฐมีแผนงานที่คุ้มครองสิทธิในชีวิตของเด็กโดยเริ่มตั้งแต่ที่เด็กอยู่ในครรภ์มารดา	- รัฐมีมาตรการให้ความรู้แก่หญิงตั้งครรภ์เพื่อลดภาวะเสี่ยงต่อการแท้งบุตร - รัฐมีมาตรการในการป้องกันการบาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุของเด็ก รวมถึงมาตรการในการดูแลรักษาความปลอดภัยของเด็กทั้งในครอบครัว โรงเรียน และชุมชน - รัฐมีมาตรการสร้างความตระหนักของครอบครัว โรงเรียน และประชาชนทั่วไปถึงความสำคัญของการดูแลความปลอดภัยของเด็ก	- สถิติการแท้งบุตรของหญิงตั้งครรภ์ - อัตราการตายของเด็กแรกเกิดถึงอายุห้าขวบต่อประชากรแสนคน - สถิติจำนวนเด็กที่บาดเจ็บและเสียชีวิตจำแนกตามอายุ และสาเหตุการตาย

ตัวอย่างตัวชี้วัดกลุ่มตัวชี้วัดที่ 2 สิทธิพลเมือง

สาระแห่งสิทธิ/ประเด็นปัญหา : สิทธิในสัญชาติและการได้รับการจดทะเบียนเกิด

ตัวชี้วัดโครงสร้าง	ตัวชี้วัดกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
- กฎหมายภายในรับรองสิทธิของเด็กทุกคนที่จะได้รับการจดทะเบียนเกิด	- รัฐมีมาตรการส่งเสริมให้เด็กทุกคนที่เกิดในประเทศไทยได้รับการจดทะเบียนเกิด - รัฐมีกลไกติดตามตรวจสอบการพิทักษ์สิทธิเด็กกรณีถูกปฏิเสธสิทธิในการจดทะเบียนเกิด - รัฐมีมาตรการเพื่อสร้างความตระหนักเกี่ยวกับความสำคัญของการจดทะเบียนเกิดแก่ประชาชน	- สถิติเรื่องร้องเรียนกรณีเด็กที่ถูกปฏิเสธสิทธิในการจดทะเบียนเกิด - สถิติเรื่องร้องเรียนกรณีเด็กถูกปฏิเสธสิทธิในการจดทะเบียน เกิดที่ได้รับการแก้ไขโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สาระแห่งสิทธิ/ประเด็นปัญหา : สิทธิในความเป็นส่วนตัวของเด็ก

ตัวชี้วัดโครงสร้าง	ตัวชี้วัดกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
- กฎหมายภายในรับรองสิทธิในความเป็นส่วนตัวของเด็ก	- รัฐมีมาตรการส่งเสริมให้เด็กได้รับความคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวตามกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเด็กในสื่อต่างๆ - รัฐมีกลไกในการตรวจสอบการดำเนินมาตรการในการประกันสิทธิในความเป็นส่วนตัวของเด็ก - รัฐมีมาตรการสร้างความตระหนักเรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัวของเด็กให้แก่ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชน	- สัดส่วนคดีการละเมิดสิทธิในความเป็นส่วนตัวของเด็กที่ศาลมีคำพิพากษาและมีผลทำให้สิทธิดังกล่าวของเด็กได้รับการคุ้มครอง - สถิติเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของเด็ก - การนำเสนอข่าวที่ละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของเด็กลดลง (ต้องมีการสุ่มสำรวจโดยกำหนดสื่อและช่วงเวลาที่จะทำการสำรวจเป็นระยะๆ แล้วนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกัน

ตัวอย่างตัวชี้วัดตัวชี้วัดกลุ่มที่ 3 : สภาพแวดล้อมทางครอบครัวและสถานที่ดูแลทางเลือก

สาระแห่งสิทธิ/ประเด็นปัญหา : สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบของบิดามารดาหรือผู้ปกครองต่อเด็ก

ตัวชี้วัดโครงสร้าง	ตัวชี้วัดกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
- กฎหมายภายในบัญญัติเกี่ยวกับสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบของบิดามารดา หรือผู้ปกครองต่อเด็ก - รัฐมีกฎหมายที่คุ้มครองสิทธิของเด็กที่เกิดจากการรับจ้างตั้งครรภ์ในการได้รับการเลี้ยงดูจากบิดามารดา - รัฐมีนโยบายศึกษาการเข้าเป็นภาคีสนธิสัญญาระหว่างประเทศอื่นเกี่ยวกับความรับผิดชอบของบิดามารดาต่อเด็ก	- รัฐมีมาตรการเสริมสร้างความเข้มแข็งของครอบครัวและเสริมสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่บิดามารดาและผู้ดูแลเด็ก - รัฐมีมาตรการเพื่อประกันว่าเด็กที่เกิดจากการรับจ้างตั้งครรภ์จะได้รับการเลี้ยงดูจากบิดามารดาตามบทบัญญัติของกฎหมาย - รัฐบาลมีการจัดทำแผนงานเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการเข้าเป็นภาคีสนธิสัญญาที่เกี่ยวข้องที่มีกรอบเวลาชัดเจน	- สถิติจำนวนครอบครัวที่มีเด็กแยกตามประเภทของการเลี้ยงดูเด็กในครอบครัว - ครอบครัวที่บิดาเลี้ยงเดี่ยว - ครอบครัวที่มารดาเลี้ยงเดี่ยว - ครอบครัวที่บิดามารดาไม่ได้เลี้ยงลูกเลย - ร้อยละของครอบครัวที่บิดามารดาไม่ได้อยู่กับลูกแต่จ่ายค่าอุปการะเลี้ยงดูให้ลูก - สถิติเด็กที่เกิดจากการรับจ้างตั้งครรภ์ที่ถูกทอดทิ้งและที่ได้รับความช่วยเหลือให้ได้รับการคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย - ความก้าวหน้าในการดำเนินการตามแผนงานศึกษาความเป็นไปได้ในการเข้าเป็นภาคีสนธิสัญญาที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบของบิดามารดา

สาระแห่งสิทธิ/ประเด็นปัญหา : การรับบุตรบุญธรรม

ตัวชี้วัดโครงสร้าง	ตัวชี้วัดกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
- กฎหมายภายในของรัฐมีบทบัญญัติเกี่ยวกับเงื่อนไขและวิธีการรับเด็กเป็นบุตรบุญธรรม	- รัฐมีกลไกและมาตรการรองรับการดำเนินงานเกี่ยวกับการรับเด็กเป็นบุตรบุญธรรมตามกฎหมาย - รัฐมีมาตรการส่งเสริมการจัดทำความตกลงกับต่างประเทศเกี่ยวกับการจัดหาผู้อุปถัมภ์ให้แก่เด็ก - รัฐมีระบบและกลไกในการติดตามตรวจสอบการรับบุตรบุญธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งกรณีภายในประเทศและข้ามประเทศ	- จำนวนเด็กที่มีผู้รับเป็นบุตรบุญธรรม - สถิติเรื่องร้องเรียนการละเมิดสิทธิเด็กโดยผู้รับเด็กเป็นบุตรบุญธรรม

ตัวอย่างตัวชี้วัดกลุ่มตัวชี้วัดที่ 4 : สิทธิด้านสุขภาพและสวัสดิการ

สาระแห่งสิทธิ/ประเด็นปัญหา : สิทธิด้านสุขภาพของเด็ก

ตัวชี้วัดโครงสร้าง	ตัวชี้วัดกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
- กฎหมายภายในมีบทบัญญัติรับรองสิทธิของเด็กที่จะได้รับบริการด้านสุขภาพที่ จำเป็นจากรัฐ	- รัฐมีการจัดบริการด้านสุขภาพที่จำเป็นแก่เด็ก และส่งเสริมการเข้าถึงบริการดังกล่าวของเด็กอย่างทั่วถึง - รัฐมีมาตรการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมมารดาตั้งแต่แรกเกิดถึงอายุ 6 เดือน	- สถิติเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาในการได้รับบริการด้านสุขภาพของเด็ก - สัดส่วนของมารดาที่ให้นมบุตรในช่วง 6 เดือนแรก

สาระแห่งสิทธิ/ประเด็นปัญหา : การติดสารเสพติดในเด็ก

ตัวชี้วัดโครงสร้าง	ตัวชี้วัดกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
- รัฐมีนโยบายป้องกันและแก้ไขปัญหาเด็กติดสารเสพติด	- รัฐมีมาตรการสร้างความตระหนักถึงผลเสียของการติดสารเสพติดในกลุ่มเด็กและเยาวชน - รัฐมีมาตรการให้การบำบัดรักษาและฟื้นฟูแก่เด็กที่ติดสารเสพติด	- สถิติเด็กติดสารเสพติดลดลง - จำนวนเด็กติดสารเสพติดที่ได้รับการบำบัดรักษาและฟื้นฟู

ตัวอย่างตัวชี้วัดกลุ่มตัวชี้วัดที่ 5 : สิทธิด้านการศึกษา การฝึกอาชีพ และการแนะแนว

สาระแห่งสิทธิ/ประเด็นปัญหา : เป้าหมายการศึกษาที่เป็นไปเพื่อให้เด็กได้พัฒนาศักยภาพของตนอย่างเต็มที่

ตัวชี้วัดโครงสร้าง	ตัวชี้วัดกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
- รัฐมีนโยบายปรับปรุงการศึกษาที่มุ่งพัฒนาศักยภาพของเด็ก	- รัฐมีมาตรการที่ชัดเจนในการปรับปรุงคุณภาพและผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา - มีการทบทวนนโยบายและเป้าหมายของการศึกษาให้สอดคล้องกับเป้าหมายการศึกษาขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO)	- ผลทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของเด็กในช่วงชั้นต่างๆ ดีขึ้น - ความก้าวหน้าในการดำเนินการตามแผนงานศึกษาความเป็นไปได้ในการเข้าเป็นภาคีสนธิสัญญาที่เกี่ยวกับการศึกษาขององค์การ UNESCO

ตัวอย่างตัวชี้วัดกลุ่มตัวชี้วัดที่ 6 : มาตรการคุ้มครองพิเศษสำหรับเด็กเฉพาะกลุ่ม

สาระแห่งสิทธิ/ประเด็นปัญหา : เด็กพิการ

ตัวชี้วัดโครงสร้าง	ตัวชี้วัดกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
- กฎหมายภายในมีบทบัญญัติรับรองสิทธิของเด็กพิการในการได้รับบริการสาธารณะจากรัฐ รวมถึงบริการด้านการศึกษาและสาธารณสุข	- รัฐมีมาตรการที่ส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาของเด็กพิการอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพ	- สถิติเด็กพิการที่จบการศึกษาในแต่ละช่วงชั้น จำแนกตามเพศ อายุ และลักษณะความพิการ - จำนวนบุคลากรทางการศึกษาที่ได้รับการอบรมและมีความเข้าใจเรื่องการศึกษาของเด็กพิการ - จำนวนศูนย์การเรียนรู้สำหรับเด็กพิการ

สาระแห่งสิทธิ/ประเด็นปัญหา : เด็กชนกลุ่มน้อย/ชนพื้นเมืองดั้งเดิม

ตัวชี้วัดโครงสร้าง	ตัวชี้วัดกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
- กฎหมายภายในมีบทบัญญัติรับรองความเสมอภาคของบุคคลและห้ามการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุแห่งเชื้อชาติ	- รัฐมีมาตรการส่งเสริมให้เด็กชนกลุ่มน้อย/ชนพื้นเมืองดั้งเดิมสามารถเข้าถึงบริการต่างๆ ของรัฐได้อย่างเท่าเทียมกับผู้อื่น	- สัดส่วนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการวินิจฉัยว่ามีการเลือกปฏิบัติต่อเด็กชนพื้นเมืองดั้งเดิมหรือชนกลุ่มน้อยในการเข้ารับบริการจากรัฐเปรียบเทียบกับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับกรณีดังกล่าวทั้งหมด

ตัวอย่างตัวชี้วัดกลุ่มตัวชี้วัดที่ 7 : การค้าเด็ก การแสวงประโยชน์และการล่วงละเมิดทางเพศต่อเด็ก

สาระแห่งสิทธิ/ประเด็นปัญหา : การห้ามค้าเด็ก การค้าประเวณีเด็ก และการใช้เด็กในสื่อลามกอนาจารตามพิธีสารเลือกรับของอนุสัญญาฯ

ตัวชี้วัดโครงสร้าง	ตัวชี้วัดกระบวนการ	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
- กฎหมายภายในของรัฐห้ามค้าเด็ก การค้าประเวณีเด็ก และการใช้เด็กในสื่อลามกอนาจารตามที่กำหนดในพิธีสารเลือกรับของอนุสัญญาฯ	- รัฐมีมาตรการเพื่อป้องกันและปราบปรามการค้าเด็ก การค้าประเวณีเด็ก และการใช้เด็กในสื่อลามกอนาจารที่มีประสิทธิผล - รัฐมีระบบ กลไก และมาตรการในการคุ้มครองและให้ความปลอดภัยแก่เด็กที่เป็นผู้เสียหายหรือพยานและครอบครัว - รัฐมีมาตรการในการเยียวยาแก่เด็กผู้เสียหายโดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ - รัฐมีการอบรมด้านกฎหมายและจิตวิทยาแก่บุคลากรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการป้องกัน คุ้มครองและฟื้นฟูเด็กผู้เสียหาย	- สัดส่วนคดีที่เกี่ยวกับการค้าเด็ก การค้าประเวณีเด็ก และการใช้เด็กในสื่อลามกอนาจารที่ศาลมีคำพิพากษาลงโทษผู้กระทำผิด - สัดส่วนเด็กผู้เสียหายหรือเด็กที่เป็นพยานในคดีการค้าเด็กฯ ที่ได้รับการคุ้มครองความปลอดภัยจากรัฐ - สัดส่วนเรื่องร้องเรียนกรณีเด็กผู้เสียหายถูกเลือกปฏิบัติในการได้รับการเยียวยา - จำนวนบุคลากรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการป้องกัน คุ้มครองและฟื้นฟูเด็กผู้เสียหายที่ได้รับการอบรม

สรุปและเสนอแนะ

ตัวชี้วัดสิทธิเด็กเป็นการใช้ข้อมูล สถิติทางสังคมศาสตร์ รวมถึงเหตุการณ์ที่หรือสถานการณ์ด้านสิทธิเด็กที่เกิดขึ้นในประเทศ เพื่อเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ด้านสิทธิเด็ก และตรวจสอบการปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศว่าได้ดำเนินการสอดคล้องกับพันธกรณีระหว่างประเทศตามสิทธิเด็กในการเคารพ ปกป้อง และทำให้สิทธินั้นเป็นจริงหรือไม่ โดยพิจารณาจากกฎหมาย กลไก นโยบาย และมาตรการต่างๆ ที่รัฐได้ใช้ตัวชี้วัดที่พัฒนาขึ้นตามกระบวนการการรายงานตามพันธกรณีระหว่างประเทศมุ่งที่จะยกระดับการพัฒนาด้านสิทธิเด็กอย่างต่อเนื่อง แต่มิใช่เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดตัดสินชี้ว่า การดำเนินงานซึ่งผ่านเกณฑ์หรือไม่ผ่านเกณฑ์การละเมิดสิทธิเด็ก

สำหรับประเทศไทย กสม. มีหน้าที่จัดทำรายงานคู่ขนาน เพื่อประเมินสถานการณ์สิทธิเด็ก เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการสิทธิเด็กที่มีหน้าที่พิจารณารายงานของรัฐบาล ในการรายงานตามกระบวนการของอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก

และพิธีสารเลือกรับของอนุสัญญาอีกสองฉบับ

ในการประเมินการปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศนั้น อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับได้ก่อพันธกรณีระหว่างประเทศในฐานะที่เป็นสนธิสัญญาระหว่างประเทศโดยถือว่าสิทธิและเสรีภาพที่ได้รับรองไว้ในอนุสัญญาเป็นมาตรฐานขั้นต่ำที่เด็กทุกคนพึงมี และรัฐจะต้องดำเนินการเคารพปกป้อง และทำให้เกิดขึ้นจริงการจัดทำตัวชี้วัดสิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับ จึงเป็นการสร้างเครื่องมือในการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิเด็กของรัฐบาลตามที่ประเทศไทยมีพันธกรณีภายใต้กฎหมายระหว่างประเทศในการคุ้มครองเด็ก

ตัวชี้วัดที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาขึ้นนี้ใช้กรอบการดำเนินการที่ได้แนะนำโดยสำนักงานข้าหลวงใหญ่สิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติเป็นแนวทาง โดยการศึกษาพันธกรณีระหว่างประเทศ สาระแห่งสิทธิในมิติต่าง ๆ เพื่อให้ตัวชี้วัดนั้นได้บ่งชี้ถึงพันธะหน้าที่ด้านต่าง ๆ ของรัฐตัวชี้วัดสิทธิเด็กที่พัฒนาขึ้นนี้ มิได้ประสงค์ที่จะสร้างเกณฑ์สิทธิเด็กที่เป็นอุดมคติของสิทธิมนุษยชน แต่ตั้งอยู่บนหลักการทางกฎหมายและข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคมไทย เพื่อให้นำไปสู่การยอมรับและใช้ได้จริง สิ่งที่ควรคำนึง ก็คือ ตัวชี้วัดสิทธิเด็กเป็นเพียงเครื่องมือในการตรวจสอบการดำเนินงาน ของรัฐบาลเท่านั้น สิทธิเด็กจะเกิดขึ้นจริงหรือไม่ และรัฐจะเคารพ ปกป้องคุ้มครองสิทธิเด็กหรือไม่เพียงใดขึ้นอยู่กับหน่วยงานที่เป็นผู้ปฏิบัติงานเป็นสำคัญ

เพื่อให้ได้ประโยชน์จากตัวชี้วัดสิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นในการติดตามตรวจสอบ ประเมินการทำงานของรัฐบาลให้ได้ผลเป็นจริงขึ้นตามที่บุคคลมีสิทธิดังที่รับรองไว้ตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับนั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อ กสม. และหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. กสม. ควรจะออกแบบ ประเภท ลักษณะ ของข้อมูลที่ต้องการ ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพ รวมทั้งกำหนด “กระบวนการการรายงานข้อมูล (reporting procedure)”ตลอดจนระยะเวลาในการรายงาน เพื่อให้หน่วยงานที่เป็นเจ้าของข้อมูล หรือหน่วยงานที่จัดเก็บข้อมูลส่งข้อมูลให้กับ กสม. ทั้งนี้ กสม. มีอำนาจในการเรียกให้หน่วยงานรัฐส่งข้อมูลให้กับ กสม. ตามกฎหมายอยู่แล้ว

2. กสม. ควรประสานงานและขอความร่วมมือกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ (ส.ช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานกลางที่ทำการสำรวจข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ในการกำหนดลักษณะของข้อมูล หรือออกแบบความต้องการประเภทของข้อมูล เพื่อให้สำนักงานสถิติแห่งชาติสำรวจและจัดเก็บข้อมูล ที่ใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์เกณฑ์ตัวชี้วัดทางด้านสิทธิเด็ก

3. กสม. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของรัฐบาลควรเผยแพร่ตัวชี้วัดสิทธิเด็กให้กับประชาชนทั่วไป เพื่อที่จะเข้าใจองค์ประกอบและสาระแห่งสิทธิอันเป็นประโยชน์ในการปกป้องสิทธิของตนเอง และเพื่อประโยชน์ในการติดตามการดำเนินงานของรัฐในด้านสิทธิเด็ก

4. กสม. ควรจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจแก่เจ้าหน้าที่ของ กสม. โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการประเมินตรวจสอบการดำเนินงานของรัฐ หรือเจ้าหน้าที่ที่วินิจฉัยคำร้องเรียนว่ามีการละเมิดสิทธิเด็ก

5. กสม. และหน่วยงานของรัฐควรจัดให้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อความเข้าใจให้กับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำตัวชี้วัดไปใช้ในการดำเนินงานและควรมีการจัดทำคู่มือ (manual) หรือคำแนะนำ (guideline) ในการนำไปใช้สำหรับหน่วยงานระดับปฏิบัติการขึ้น

6. ในการนำตัวชี้วัดไปใช้เป็นกรอบในการปฏิบัติงานของหน่วยงานของรัฐ ควรมีการทดลองใช้ตัวชี้วัดกับหน่วยงานย่อยขึ้น เป็นโครงการนำร่อง และให้มีการประเมินผลการใช้ตัวชี้วัดขึ้นก่อนมีการใช้ระดับกระทรวง

7. ควรมีการทบทวนตัวชี้วัดสิทธิเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กและพิธีสารเลือกรับเป็นระยะๆ เช่น ทุกสี่ปี โดยควรพัฒนาใช้บ่งชี้ถึงปทัสฐานด้านสิทธิเด็กที่สูงขึ้นตามลำดับ (หรือยกระดับมาตรฐานสิทธิเด็กให้สูงขึ้นตามลำดับ) และพัฒนาเกณฑ์ชี้วัดให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มมากขึ้น

References

Office of the High Commissioner for Human RIghts. (2006). Report on indicators for monitoring compliance with international human rights instruments, (UN Doc.HRI/MC/2006/7), 11 May 2006.

Office of the High Commissioner for Human Rights. (2012). Human Rights Indicators: A Guide to Measurement and Implementation (UN Publication No. HR/PUB/12/5). Geneva: United Nations.

Trevor Buck, et.al. (2011). *International Child Law.* New York: Routledge.

การศึกษาปรัชญาชีวิตมนุษย์ในมุมมองของหวังหยางหมิง

A Study of Philosophy of Life in the Viewpoint of Wang Yangming

จักรพงษ์ ชดช้อย

Jakkapong Chodchoy

อาจารย์ประจำสาขาจีนศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย

Bachelor of Arts Program in Chinese, Eastern Asia University

Received: August 1, 2019

Revised: October 30, 2019

Accepted: September 16, 2019

บทคัดย่อ

แนวคิดของหวังหยางหมิงเป็นแนวคิดสำนักขงจื๊อกระแสหลักในสมัยราชวงศ์หมิงที่สำคัญไม่แพ้แนวคิดสำนักขงจื๊อในสมัยราชวงศ์ซ่งอย่างสองพี่น้องตระกูลเฉิง จูซีและลู่จิ่วยวน บทความฉบับนี้มุ่งศึกษาปรัชญาชีวิตในมุมมองของหวังหยางหมิง พื้นฐานทางแนวความคิดของหวังหยางหมิงนั้นเกิดจากการปฏิเสธแนวคิดสำนักหลักการแห่งสวรรค์ของจูซี ดังนั้น บทความฉบับนี้จึงทำการเปรียบเทียบระหว่างแนวคิดของนักคิดทั้งสองท่านเป็นหลักภายใต้ประเด็นเรื่องของเป้าหมายและวิธีการในปรัชญาชีวิตของมนุษย์ หลังจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ให้เห็นถึงคุณค่าของการศึกษาปรัชญาชีวิตมนุษย์ในมุมมองของหวังหยางหมิงที่มีต่อสังคมในปัจจุบัน บทความฉบับนี้พบว่า แม้แนวคิดของหวังหยางหมิงจะเป็นจุดสูงสุดในพัฒนาการทางปรัชญาจีน แต่แนวคิดของท่านก็มีปัญหาที่สำคัญอยู่ประการหนึ่ง คือ หวังหยางหมิงไม่ได้กล่าวว่าความรู้ดีเกิดขึ้นมาได้อย่างไร จากปัญหาดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นประเด็นข้อถกเถียงที่สำคัญต่อแวดวงการศึกษาแนวคิดหวังหยางหมิงในภายหลัง ทั้งนี้ การทำความเข้าใจในปรัชญาชีวิตมนุษย์จะช่วยให้เราเข้าใจในพื้นฐานและภาพรวมแนวคิดสำนักแห่งจิตของหวังหยางหมิง ตลอดจนพัฒนาการทางความคิดของแนวคิดสำนักขงจื๊อในสมัยราชวงศ์หมิงได้อย่างครอบคลุมและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: หวังหยางหมิง,สำนักจิตนิยม,ปรัชญาชีวิตมนุษย์

Abstract

The views of the most notable Chinese Neo-Confucian philosopher, Wang Yangming during the Ming dynasty, along with the Cheng Brothers, Zhu xi, and Lu Jiuyuan from the Song dynasty, are regarded as the most conventional philosophies of Confucianism. This paper hereby focuses on the Philosophy of Life from the view of Wang Yangming. Essentially, the thinking of Wang Yangming instigated a rejection of the thought of the orthodox idealistic philosophy of the Cheng-Zhu School. Therefore the concentration of this paper will be the comparison of the similarities and differences of the goal of life, and the method of life of these two Neo-Confucian philosophers. The paper analyzed the value of life from the viewpoint of Wang Yangming for contemporary society. This paper found that the thoughts of Wang Yangming are the highest in the development in the Confucian history, but his thoughts had a problem. Wang Yangming did not allude to the source of innate knowing

nor did he reveal that the innate knowing in everyone is not always complete. Hence, this problem has therefore become the important topic in Wang Studies. Learning the philosophy of life lets us realize the basic overview of the philosophy of Wang Yangming, and allows us to witness the comprehensive and profound development of Ming Neo-Confucian.

Keywords: Wang Yangming, School of Mind, Philosophy of Life

บทนำ

หวังหยางหมิง（王阳明）หรือหวังโส่วเหริน（王守仁）ในวัยเด็กมีชื่อว่า อวิ๋น（云）ชื่อรองว่าป๋ออาน（伯安）เกิดในศักราชเฉิงฮวา（成化）ปีที่ 8 สมัยพระเจ้าหมิงเสี้ยนจง（明宪宗）ซึ่งตรงกับ ค.ศ. 1472 ถึงแก่กรรมในศักราชเจียจิ้ง（嘉靖）ปีที่7 สมัยพระเจ้าหมิงซื่อจง（明世宗）ตรงกับ ค.ศ.1527 เป็นนักคิดและนักปรัชญาสำนักขงจื๊อสายจิตนิยมผู้ยิ่งใหญ่ในสมัยราชวงศ์หมิง ซึ่งเกิดในครอบครัวตระกูลขุนนางบัณฑิต เนื่องจากเคยบรรยายความรู้ที่ถ้ำหยางหมิง（阳明）จึงมีฉายาว่าหยางหมิงจื่อ（阳明子）ผู้คนส่วนใหญ่ขนานนามท่านว่า อาจารย์หยางหมิง（阳明先生）

ในแง่ชีวประวัติของหวังหยางหมิง ท่านสอบติดบัณฑิตระดับจิ้นซื่อในวัย 28 ปี โดยเริ่มแรกได้รับการบรรจุเป็นข้าราชการในกระทรวงโยธาธิการ ต่อมาได้เลื่อนตำแหน่งขึ้นเป็นหัวหน้ากระทรวงยุติธรรม หัวหน้าแผนกคัดเลือกบุคคลของกระทรวงกลาโหม และดำรงตำแหน่งข้าราชการฝ่ายบู๊ตามลำดับ ภายหลังหวังหยางหมิงมีความขัดแย้งกับขันทีหลิวจิ่น（刘瑾）จนถูกใส่ร้ายว่าสมคบร่วมกันทุจริต มีโทษถึงขั้นเนรเทศให้ไปอยู่เมืองหลงฉ่าง（龙场）มณฑลกุ้ยโจว（贵州）แต่ในระหว่างทางหลิวจิ่นได้ส่งคนตามมาฆ่า แต่หวังหยางหมิงกลับหนีรอดไปได้อย่างหวุดหวิด ในช่วงเนรเทศหวังหยางหมิงได้รับตำแหน่งให้เป็นเจ้าหน้าที่ส่งข่าวสาร ต่อมาได้เลื่อนขั้นเป็นนายอำเภอประจำเมืองหลูหลิง（庐陵）หลังจากที่ขันทีหลิวจิ่นและพรรคพวกถูกกำจัด หวังหยางหมิงได้ถูกเรียกตัวให้ไปรับราชการที่เมืองหลวงอีกครั้ง โดยได้รับการแต่งตั้งเป็นกรมสืบสวนฝ่ายขวา ต่อมาได้รับการเลื่อนตำแหน่งเป็นผู้ตรวจการประจำมณฑลเจียงซี（江西）ในขณะเดียวกันก็ได้นำทัพไปปราบโจรผู้ร้าย ตลอดจนปราบกบฏจูเฉินเหา（朱宸濠）จนพ่ายแพ้อย่างราบคาบอีกด้วย นอกจากจะมีคุณูปการในการนำทัพไปปราบโจรกบฏแล้ว หวังหยางหมิงยังเปิดสำนักบรรยายความรู้ปี้จี๋ซาน（辟稽山书院）ที่เมืองเซ่าซิง（绍兴）อีกด้วย แต่เนื่องจากจำนวนลูกศิษย์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้หวังหยางหมิงต้องก่อตั้งสถาบันการศึกษาเพิ่มอีกแห่งหนึ่งชื่อว่า สำนักบรรยายความรู้หยางหมิง（阳明书院）อีก 5 ปีต่อมา ในปี ค.ศ. 1527 ก็ได้รับการรับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งเป็นข้าหลวงประจำมณฑลกวางตุ้งและกวางสีควบคู่กับตำแหน่งผู้ตรวจการ จนถึงช่วงบั้นปลายชีวิต หวังหยางหมิงยังคงได้รับการแต่งตั้งจากพระเจ้าหมิงซื่อจงให้ดำรงตำแหน่งเป็นมุขมนตรีฝ่ายบริหาร กระทรวงกลาโหม และผู้ตรวจการแผ่นดินฝ่ายซ้ายจนถึงคราวอนิจกรรม จะเห็นได้ว่า หวังหยางหมิงไม่ได้เป็นเพียงแค่นักคิดและนักปรัชญาสำนักขงจื๊อผู้ยิ่งใหญ่เท่านั้น อีกทั้งยังเป็นขุนนางบุ๋นที่เชี่ยวชาญเรื่องบู๊ที่หาตัวได้ยากในประวัติศาสตร์จีนอีกด้วย จึงไม่แปลกใจว่าทำไมอนุชนคนรุ่นหลังถึงได้ยกย่องท่านว่าเป็นอริยปราชญ์ต่อจากขงจื๊อ

ในฐานะที่หวังหยางหมิงเป็นนักคิดสำนักขงจื๊อสายจิตนิยม ท่านมองว่าจิตเป็นนายของทุกสรรพสิ่งเป็นหลักการแห่งสวรรค์ นอกจากจิตย่อมปราศจากหลักการแห่งสวรรค์ นอกจากจิตก็ย่อมปราศจากสรรพสิ่งที่ถูกปรุงแต่งใด ๆ เอกภาพแห่งการรับรู้และการกระทำ（知行合一）เป็นการสอนให้มนุษย์รู้จักลงมือปฏิบัติจริง การนั่งวิปัสสนา（静坐）เป็นการตัดขาดการยั่วยวนของกิเลสและความปรารถนาที่ไม่ดี ส่วนการแจ่มแจ้งในจิตภาพ（致良知）เป็นวิธีการขัดเกลาจิตใจเพื่อไม่ให้กิเลสและความปรารถนาที่ไม่ดีเข้ามาบดบัง ทั้งนี้ก็มี

จุดมุ่งหมายคือเพื่อให้มนุษย์เป็นหนึ่งเดียวกับฟ้าดินและทุกสรรพสิ่ง

หลังจากที่หวังหยางหมิงถึงแก่กรรมได้ไม่นาน แนวคิดของท่านก็ได้รับการสืบทอดและได้รับการพัฒนาโดยบรรดาสานุศิษย์จนกลายเป็นแนวคิดกระแสสำคัญตั้งแต่ในช่วงกลางราชวงศ์หมิงเป็นต้นมาและได้มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมญี่ปุ่น เกาหลีและหมู่เกาะริวกิวอย่างกว้างขวางและลึกซึ้ง โดยที่เราไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าแนวคิดของหวังหยางหมิงเองก็มีความหมายครอบคลุมไปถึงปรัชญาชีวิตมนุษย์ด้วย

ปรัชญาชีวิตมนุษย์ หมายถึง การศึกษามุมมองและทัศนคติทุกสิ่งอย่างของความเป็นมนุษย์อย่างเป็นระบบ เนื่องจากพื้นฐานทางปรัชญาจีนเป็นการมุ่งเน้นไปที่ชีวิตปัจจุบันของมนุษย์มากกว่าเรื่องของชีวิตในโลกหน้า ดังที่ขงจื๊อเคยกล่าวในคัมภีร์หลุนอี่ว์《论语》ว่า "หากไม่รู้เมื่อเกิด ไยจะทราบเมื่อตอนตาย"（未知生，焉知死？）โดยทั่วไปแล้ว ปรัชญาชีวิตมนุษย์จะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญด้วยกัน 3 ส่วน ส่วนที่ 1 จะเป็นการศึกษาเป้าหมายในชีวิตมนุษย์ เป็นการศึกษาว่ามนุษย์เกิดมาเพื่ออะไร มีชีวิตอยู่เพื่ออะไร ในปรัชญาจีนสอนให้มนุษย์มุ่งฝึกฝนและพัฒนาตนเพื่อบรรลุเป็นอริยปราชญ์ ซึ่งในภาษาจีนเรียกว่า "เซิ่ง เหริน"（圣人）ส่วนที่ 2 เป็นศึกษาว่าด้วยวิธีการในปรัชญาชีวิตมนุษย์ เป็นการศึกษาว่าด้วยมนุษย์จะต้องประพฤติตนอย่างไรเพื่อให้บรรลุเป็นอริยปราชญ์ ซึ่งนักคิด นักปรัชญาจีนแต่ละท่านก็ได้เสนอวิธีการพัฒนาตนตามปรัชญาชีวิตที่ไม่เหมือนกัน ส่วนที่ 3 เป็นศึกษาว่าด้วยคุณค่าของชีวิตมนุษย์ ในบทความฉบับนี้ต้องการเสนอว่าถ้ามนุษย์ประพฤติตนตามแนวคิดของหวังหยางหมิง ชีวิตของตนจะมีคุณค่าอย่างไร สังคมจะมีคุณค่าอย่างไร ด้วยเหตุนี้ องค์ประกอบของปรัชญาชีวิตมนุษย์ทั้ง 3 ส่วนนี้จึงมีความสัมพันธ์ที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ กล่าวคือ เป้าหมายในชีวิตมนุษย์ถือเป็นหัวใจสำคัญของปรัชญาชีวิต เป็นบรรทัดฐานและตัวกำหนดวิธีการและคุณค่าความเป็นมนุษย์ในปรัชญาชีวิต ในขณะเดียวกันวิธีการและคุณค่าความเป็นมนุษย์ในปรัชญาชีวิตก็มีอิทธิพลที่สำคัญต่อเป้าหมายในชีวิตของมนุษย์ ดังนั้น การทำความเข้าใจในปรัชญาชีวิตจะช่วยให้เราสามารถทำความเข้าใจในพื้นฐานและภาพรวมแนวคิดสำนักแห่งจิตของหวังหยางหมิงได้อย่างครอบคลุม อีกทั้งยังช่วยให้เราเข้าใจในพัฒนาการทางความคิดของแนวคิดสำนักขงจื๊อในสมัยราชวงศ์หมิงได้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย

เป้าหมายของชีวิตมนุษย์ในมุมมองของหวังหยางหมิง

จิตไม่ได้เป็นเพียงแค่นายแห่งกาย อีกทั้งยังเป็นความรู้ดีอีกด้วย คำว่า "ความรู้ดี" นี้ในภาษาจีนเรียกว่า "เหลียงจือ"（良知）อันคำว่าความรู้ดีนี้ไม่ได้เป็นคำที่หวังหยางหมิงคิดขึ้นมาเอง หากเป็นคำที่ปรากฏอยู่ในคัมภีร์เม่งจื๊อ《孟子》 ที่นิยามไว้ว่า "มิต้องครุ่นคิดพิจารณาก็มีได้"（所不虑而知者，其良知也。）(Yang Bojun, 1988, p. 307) ดังเช่นเมื่อได้เห็นเด็กทารกตกลงไปในบ่อน้ำภายในจิตใจก็เกิดความอาทรสงสาร ความรู้ดีในที่นี้จึงถือเป็นมาตรฐานความดีงามอันสูงส่งที่สามารถแยกแยะผิดชอบชั่วดี ในขณะเดียวกันก็เป็นการรับรู้ที่มีมาตั้งแต่กำเนิดโดยมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ ดังต่อไปนี้ (1) เป็นความรู้เดิมแท้ของมนุษย์และเป็นภาวะการดำรงอยู่ของจิต (2) เป็นบ่อเกิดของศีลธรรมที่มีอยู่ในตัวของมนุษย์ (3) เป็นภาวะการมีอยู่ของเมตตาธรรม（仁）จารีต（礼）มโนธรรม（义）และปัญญา（智）จะเห็นได้ว่า ทฤษฎีว่าด้วยความรู้ดีของหวังหยางหมิงมีพัฒนาการมาจากแนวคิดของเมิ่งจื่อตามธรรมเนียมปฏิบัติ โดยหวังหยางหมิงได้อธิบายความรู้ดีไว้ว่า "เมื่อเห็นบิดาก็สามารถรับรู้ถึงความกตัญญูได้เองโดยธรรมชาติ หากเห็นพี่ชายก็สามารถรับรู้ได้เองโดยธรรมชาติ เมื่อเห็นทารกตกลงไปในบ่อน้ำ ก็สามารถรับรู้ถึงความอาทรสงสารโดยธรรมชาติ"（见父自然知孝，见兄自然知弟，见孺子入井自然知恻隐）(Wang Shouren, 2010, p.7) ในเมื่อจิตเป็นสิ่งที่สวรรค์สรรค์สร้างและเป็นจุดเริ่มต้นของการเป็นหนึ่งเดียวกับสวรรค์ การอธิบายความหมายของความรู้ดีในมุมมองหวังหยางหมิงก็จะต้องมีความหมายเดียวกับหลักการแห่งสวรรค์ ในภาษาจีนเรียกว่า "หลี่"（理）หรือ "เทียนหลี่"（天理）ซึ่งก็สอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดจิตคือหลักการแห่งสวรรค์（心即理）ที่หวังหยางหมิงเคยเสนอไว้ ด้วยเหตุนี้ หวังหยางหมิงจึงได้เสนอให้ความรู้ดีเป็นพื้นฐานทางความคิดและได้เน้นย้ำว่ามนุษย์ทุกคนต้องหมั่นฝึกฝนและขัดเกลาความรู้ดีของตนให้

บริสุทธิ์ผุดผ่องอยู่เสมอ เนื่องจากความรู้ดีเป็นเมล็ดพันธุ์แห่งการบรรลุเป็นอริยปราชญ์

"อริยปราชญ์" เป็นมโนทัศน์ว่าด้วยบุคคลในอุดมคติของแนวคิดสำนักขงจื๊อ และเป็นเป้าหมายขั้นสูงสุดในปรัชญาชีวิตของหวังหยางหมิง มโนทัศน์ว่าด้วยอริยปราชญ์ของหวังหยางหมิงยังคงสืบทอดเป็นแนวคิดมนุษย์สามารถบรรลุเป็นอริยปราชญ์ได้เหมือนกันทุกคนตามธรรมเนียมแนวคิดของสำนักขงจื๊อทั่วไป นั่นหมายความว่า หวังหยางหมิงยอมรับในทฤษฎีว่าด้วยแก่นแท้ของมนุษย์ทุกคนมีแนวโน้มที่ดีงามเหมือนกับพระเจ้าเหยา-ซุ่นของเม่งจื๊อ คำถามต่อมาคือ อริยปราชญ์คือบุคคลประเภทใด จากการนิยามคำพูดของจูซีที่ปรากฏอยู่ในคติพจน์จูจื่อ《朱子语类》ทำให้เราสามารถสรุปความหมายของคำว่าอริยปราชญ์ได้ 4 ประการหลัก ดังนี้ (1) เป็นบุคคลผู้เปี่ยมล้นไปด้วยคุณธรรมและความสามารถ (2) เป็นบุคคลผู้เป็นหนึ่งเดียวกับ "เต๋า" (道) (3) เป็นบุคคลที่มีจิตวิญญาณและความประพฤติเป็นไปตามครรลองของหลักการแห่งสวรรค์ (4) เป็นบุคคลผู้ทุ่มเททั้งแรงกายแรงใจเพื่อบรรลุเป้าหมายอันเป็นอุดมคติขั้นสูงสุด เมื่อบรรลุเป็นอริยปราชญ์ได้ก็ย่อมสามารถปกครองไพร่ฟ้าเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่ประชาชนได้

จากความหมายทั้ง 4 ประการที่จูซีได้นิยามมานี้ สามารถสรุปได้ว่า อริยปราชญ์คือบุคคลที่มีความสมบูรณ์แบบและบรรลุความหนึ่งเดียวกับสวรรค์（天人合一） แม้การบรรลุเป็นอริยปราชญ์จะเป็นสิ่งที่ยาก แต่ใช่ว่าจะไม่สามารถบรรลุได้ ขอเพียงหมั่นร่ำเรียนและฝึกฝนเพื่อตระหนักถึงหลักการแห่งสวรรค์ที่มีอยู่ภายในจิตใจ เมื่อเป็นเช่นนี้ มนุษย์ทุกคนก็สามารถบรรลุเป็นอริยปราชญ์ได้ ซึ่งแตกต่างไปจากมโนทัศน์ว่าด้วยอริยปราชญ์ในมุมมองของจูซีที่สอนให้มนุษย์หมั่นแสวงหาหลักการแห่งสวรรค์ที่มีอยู่ในทุกสรรพสิ่ง เกิดพันธะกับสรรพสิ่งภายนอก ซึ่งส่งผลให้จิตของมนุษย์ไม่เป็นหนึ่งเดียวกับหลักการแห่งสวรรค์ ด้วยเหตุนี้ แนวคิดอริยปราชญ์ของหวังหยางหมิงจึงมีสาระสำคัญอยู่ 2 ประการ คือ ประการแรก มนุษย์สามารถบรรลุเป็นอริยปราชญ์ได้อย่างไร ประการที่สอง ในเมื่อบรรลุเป็นอริยปราชญ์แล้ว มนุษย์จะรักษาความเป็นอริยปราชญ์อย่างไรต่อไป

เพื่อให้เข้าใจวิธีการบรรลุเป็นอริยปราชญ์ได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น หวังหยางหมิงจึงได้เปรียบเทียบบรรดาอริยปราชญ์ด้วยทองคำ ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นถึงความสามารถของอริยปราชญ์ โดยที่หวังหยางหมิงได้กล่าวไว้ว่า

"อันความสามารถของอริยปราชญ์นั้น มีเล็กใหญ่ไม่เหมือนกัน เปรียบกับการแบ่งทองคำที่มีหนักเบา เหยาซุ่นประดุจหมื่นหน่วย เหวินหวังและขงจื๊อเก้าพันหน่วย อี่ว์ทัง หวู่หวังเจ็ดแปดพันหน่วย ป๋ออี๋สี่ห้าพันหน่วย แม้ความสามารถจะต่างกัน แต่ความบริสุทธิ์ดุจสวรรค์นั้นเหมือนกัน ย่อมเรียกว่าอริยปราชญ์ทั้งสิ้น ประดุจดังการแบ่งหน่วยแม้ไม่เหมือนกัน แต่สีกลับเหมือนกัน ย่อมเรียกว่าเป็นทองคำได้เหมือนกัน ไม่ว่าหน่วยของทองคำจะห้าพันหน่วยหรือหมื่นหน่วย สีของมันก็เหมือนกัน ไม่ว่าจะเป็นอี อิ่นตลอดจนเหยาถึงขงจื๊อ ก็ล้วนมีจิตที่บริสุทธิ์เหมือนกันอันทองคำนั้น สำคัญอยู่ที่สี ไม่ใช่ปริมาณ อันอริยปราชญ์นั้น สำคัญที่จิตที่บริสุทธิ์ดุจสวรรค์ ไม่ใช่ความสามารถ"

（然圣人之才力，亦有大小不同，犹金之分两有轻重。尧、舜犹万镒，文王、孔子犹九千镒，禹、汤、武王犹七八千镒，伯夷犹四五千镒。才力不同，而纯乎天理则同，皆可谓之圣人。犹分两虽不同，而足色则同，皆可谓之精金。以五千镒者而入于万镒之中，其足色同也。以夷尹而厕之尧、孔之间，其纯乎天理同也。盖所以为精金者，在足色而不在分两；所以为圣者，在纯乎天而不在才力也。）(Wang Shouren, 2010, p. 30)

จากคำพูดที่หวังหยางหมิงกล่าวมานี้ เป็นการใช้ความบริสุทธิ์ของทองคำมาเปรียบเทียบกับอริยปราชญ์ มิใช่ปริมาณการแบ่งทองคำ แม้อริยปราชญ์จะมีความสามารถที่ไม่เหมือนกัน เปรียบเหมือนกับปริมาณทองคำ แต่คุณธรรมของอริยปราชญ์นั้นไม่มีความแตกต่าง ประดุจดังสีของทองคำ ดังนั้น หวังหยางหมิงจึงให้ความสำคัญไปที่คุณธรรมมากกว่าความสามารถ อีกทั้งยังมองว่าคุณธรรมยังเป็นเครื่องมือกำหนดมาตรฐานของการบรรลุเป็นอริยปราชญ์อีกด้วย เนื่องจากมนุษย์มีความรู้ดีเหมือนกันทุกคน จึงต้องขวนขวายที่จะพัฒนาตน ดังนั้น ความรู้ดีจึงเป็นเครื่องพิสูจน์ให้เห็นว่าพื้นฐานของมนุษย์ทุกคนล้วนมีทั้งอิสระและความเท่าเทียมกัน ไม่ว่ามั่งมีหรือยากจน หรือมีฐานะทางสังคมอย่างไรไม่สำคัญ สิ่งสำคัญที่สุดคือการพัฒนาตนเองเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายขั้นสูงสุด

เมื่อบรรลุเป็นอริยปราชญ์แล้ว อริยปราชญ์ใน

มุมมองของหวังหยางหมิงจะมีลักษณะเป็นเช่นไร ในคัมภีร์ฉวนสีลู่ได้กล่าวไว้ว่า

"ไม่มีสิ่งใดที่อริยปราชญ์ไม่ทราบ เพียงแค่ทราบในหลักแห่งสวรรค์ ไม่มีสิ่งใดที่อริยปราชญ์ไม่สามารถ เพียงแค่ประพฤติตามหลักแห่งสวรรค์ อริยปราชญ์เข้าใจในภาวะ จึงทราบว่าทุกสรรพสิ่งมีเพียงหลักแห่งสวรรค์ดำรงอยู่ จึงมุ่งแสวงหาหลักแห่งสวรรค์ มิใช่หลังจากกระจ่างในภาวะ แต่สรรพสิ่งใต้หล้าที่ล้วนกระจ่างเข้าใจ จึงสามารถทำได้ สรรพสิ่งในใต้หล้า ดังเช่นนามวัตถุระดับจำนวน พืชพรรณสิงสาราสัตว์ ไม่อาจเหนือความกลัดกลุ้มได้ เมื่ออริยปราชญ์กระจ่างในภาวะ ย่อมไม่มีสิ่งใดที่ตนไม่ทราบ แต่บ้างก็มิจำเป็นทราบ อริยปราชญ์มิจำเป็นต้องแสวงหาความรู้ เพราะที่เป็นอยู่มิใช่ความรู้ดอกหรือ อริยปราชญ์จึงสามารถทำนายทายทักได้ ดังเช่นขงจื๊อเข้าศาล มีการซักถามทุกเรื่อง เมธีเมื่อครั้นโบราณกาล "แม้รู้ก็ซักถาม เคารพสำรวมอย่างที่สุด" คำพูดนี้อาจไม่ทะลุโปร่ง อริยปราชญ์มิจำเป็นต้องทราบในจารีตดนตรีนามวัตถุ แต่ต้องทราบในหลักแห่งสวรรค์ จะจะปรากฏหลักเกณฑ์ต่างๆ มากมาย ไม่เพียงแค่ถามก็เป็นหลักแห่งสวรรค์"

（圣人无所不知，只是知个天理；无所不能，只是能个天理。圣人本体明白，故事事知个天理所在，便去尽个天理。不是本体明后，却于天下事物都便知得，便做得来也。天下事物，如名物度数、草木鸟兽之类，不胜其烦。圣人须是本体明了，亦何缘能尽知得。但不必知得，圣人自不消求知，其所当知的，圣人自能问卜。如子入太庙，每事问之类。先儒谓'虽知亦问，敬谨之至'。此说不可通。圣人于礼乐名物，不必尽知。然他知得一个天理，便自有许多节文度数出来。不只能问，亦即是天理节文文所。）(Wang Shouren, 2010, p. 106)

จะเห็นได้ชัดว่า อริยปราชญ์ในแนวคิดของหวังหยางหมิงนั้นไม่ใช่ผู้วิเศษที่เกิดมาแล้วรู้แจ้ง บางทีก็ไม่ได้รู้ไปหมดเสียทุกเรื่อง หากไม่ทราบก็ซักถาม ขอเพียงรู้ในหลักแห่งสวรรค์ก็ย่อมมีกฎวิถีต่าง ๆ มากมาย และหวังหยางหมิงได้ให้ความสำคัญไปที่การขัดเกลาทางศีลธรรมเป็นหลัก เนื่องจากความสามารถของอริยปราชญ์มีข้อจำกัด ซึ่งก็สอดคล้องกับการยกตัวอย่างอริยมนุษย์ผ่านการเปรียบเทียบด้วยทองคำ

จากการที่หวังหยางหมิงได้ทุ่มเทแสวงหาหนทางที่จะบรรลุเป็นอริยปราชญ์มาตลอดทั้งชีวิต แนวคิดว่าด้วย "จิตคือหลักการ" ที่หวังหยางหมิงได้เสนอมานั้น ก็ถือเป็นทฤษฎีขั้นพื้นฐานที่สอดคล้องกับแนวคิด "วิถีแห่งอริยปราชญ์แค่แก่นแท้ของตนก็เพียงพอ มิแสวงหาภายนอกจอมปลอม" (圣人之道，吾性自足，不假外求) (Huang Zongxi, 2008, p. 180) โดยที่แนวคิดนี้เป็นการยึดถือความรู้ดีเป็นมาตรฐานในการบรรลุเป็นอริยปราชญ์ เป็นการกระตุ้นให้มนุษย์หมั่นรู้จักตระหนักถึงศีลธรรมที่มีอยู่ในจิตใจของตน เมื่อผ่านการทบทวนดีแล้ว จิตใจก็ย่อมกระจ่างราวกระจกใส มีความสุขไร้ทุกข์กังวล เป็นการชี้ให้เห็นถึงสภาพจิตใจของอริยปราชญ์นั้นประดุจดังสวรรค์ ไม่ว่ากิเลสจากภายนอกจะเป็นอย่างไรก็ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงจิตใจของอริยปราชญ์ได้

วิธีการทางปรัชญาชีวิตในมุมมองของหวังหยางหมิง

ในปรัชญาชีวิตมนุษย์นั้น มนุษย์ไม่สามารถบรรลุเป็นอริยปราชญ์ได้หากไม่ผ่านการลงมือปฏิบัติ จากการค้นคว้าหนังสือและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้เขียนพบว่า บรรดานักวิชาการเรื่องของศาสตร์แห่งหวังหยางหมิง（王学）ได้สรุปวิธีการบรรลุเป็นอริยปราชญ์ของหวังหยางหมิงค่อนข้างกระจัดกระจาย จนยากที่จะชี้ชัดว่าวิธีการบรรลุเป็นอริยปราชญ์ของหวังหยางหมิงมีกี่ประการ มีอะไรบ้าง แต่มีลูกศิษย์ของหวังหยางหมิงท่านหนึ่งนามว่า เฉียนเต๋อหง（钱德洪）ได้สรุปวิธีการบรรลุเป็นอริยปราชญ์ของหวังหยางหมิงไว้ในหนังสือเค่อเหวินลู่ซี่ว์เจี๋ย《刻文录叙节》ว่า

"ครั้นพำนักอยู่กุ้ยหยาง ลำดับแรกถกแนวคิดเรื่อง "เอกภาพแห่งการรับรู้กับการกระทำ"กับผู้เรียน หลังจากอยู่ฉูหยาง มักสอนเรื่องการนั่งวิปัสสนาแก่ผู้เรียนอยู่หลายครั้ง นับตั้งแต่อาศัยเจียงโย่ว เริ่มเอ่ยเฉพาะ "จื้อเหลียงจือ" (การแจ่มแจ้งในจิตภาพ) เพียงสามคำ ชี้ให้เห็นถึงภาวะมาโดยตลอด ทำให้ผู้เรียนได้สดับคำกล่าวย่อมรู้แจ้ง เป็นการสอนและความเปลี่ยนแปรสามประการ"

（居贵阳时，首与学者为"知行合一"之说；自滁阳后，多教学者静坐；江右以来，始单提"致良知"三字，直指本体，令学者言下有悟：是教亦三变也。）(Wang Shouren, 1992, p. 16)

จากข้อสรุปที่เฉียนเต๋อหงบันทึกไว้ข้างต้น วิธีการบรรลุเป้าหมายเป็นอริยปราชญ์ในปรัชญาชีวิตของหวังหยางหมิงมีด้วยกัน 3 ประการ ได้แก่ ประการที่ 1 เอกภาพแห่งการรับรู้และการกระทำ ประการที่ 2 การนั่งวิปัสสนา ประการที่ 3 การแจ่มแจ้งในจิตภาพ และวิธีการบรรลุเป็นอริยปราชญ์ทั้ง 3 ประการนี้ก็ล้วนชี้ให้เห็นถึงการตกผลึกทางความคิดและประสบการณ์การอบรมสั่งสอนของหวังหยางหมิงในแต่ละช่วงเวลาที่ไม่เหมือนกัน เรียกว่า "สามแปรแห่งหลักการสอน"（教之三变）

1. เอกภาพแห่งการรับรู้และการกระทำ เป็นวิธีการขัดเกลาทางศีลธรรมขั้นพื้นฐานที่สำคัญของปรัชญาชีวิตในมุมหวังหยางหมิง เมื่อครั้งพำนักอยู่ที่เมืองกุ้ยหยางเมื่ออายุ 38 ปี โดยเนื้อหาของเอกภาพแห่งการรับรู้และการกระทำเป็นอุดมคติว่าด้วยการการรับรู้และการลงมือปฏิบัติในเชิงศีลธรรม ซึ่งวิธีการในปรัชญาชีวิตมนุษย์ประการนี้ได้มีคุณค่าและคุณูปการที่สำคัญต่อพัฒนาการทางปรัชญาจีนอย่างมากมายมหาศาล

มโนทัศน์ว่าด้วยการรับรู้เป็นหนึ่งเดียวกับการกระทำนี้มีที่มามาจาก 2 สาเหตุหลัก คือ สาเหตุที่ 1 เกิดจากการต่อต้านแนวคิดว่าด้วย "การรับรู้มาก่อนการกระทำตามหลัง"（知先行后） ของจูซี สาเหตุที่ 2 เกิดจากการวิพากษ์วิจารณ์ปัญหาที่ผู้คนในสังคมรับรู้แต่ไม่ลงมือปฏิบัติ（知而不行）(Ren Jiyu, 2003, p.315-317) การแยกการรับรู้ออกจากการกระทำเป็นปัญหาพื้นฐานที่ทำให้จิตแยกออกจากหลักการแห่งสวรรค์ จนส่งผลให้มนุษย์ไม่สามารถรับรู้ถึงการมีอยู่ของความรู้ดีได้ ดังที่หวังหยางหมิงได้วิพากษ์วิจารณ์ปัญหาของการรับรู้และการกระทำกับสี่ว์อ้าย ซึ่งในคัมภีร์ฉวนสีลู่ได้บันทึกไว้ว่า "ปัจจุบันผู้คนกลับแบ่งการรับรู้และการกระทำออกจากกันแล้วไปปฏิบัติ โดยเข้าใจว่ารับรู้ก่อนแล้วจึงค่อยปฏิบัติ ด้วยเหตุนี้ ข้าพเจ้าจึงไปบรรยายถกเถียงกันเพื่อให้เกิดความรู้เสียก่อน รอให้การรับรู้เป็นจริง แล้วค่อยลงมือปฏิบัติ ดังนั้นหากไม่ลงมือกระทำตลอดชีวิต ก็ย่อมไม่รู้ตลอดชีวิต"（"今人却就将知行分作两件事情去做，以为必先知了，然后能行，我如今且去讲习讨论做知的功夫，待知得真了，方去做行的功夫。故遂终身不行，亦遂终身不知。）(Wang, Shouren, 2010, p.5) ดังนั้นทฤษฎี "จิตคือหลักการแห่งสวรรค์" จึงเป็นหลักแนวคิดที่เกิดมาจากการแก้ปัญหาจิตแยกออกจากหลักการแห่งสวรรค์ โดยมุ่งประเด็นไปที่การรับรู้และการกระทำของมนุษย์ คำถามต่อมา คือ ความสัมพันธ์ของการรับรู้และการกระทำในมุมมองของหวังหยางหมิงเป็นเช่นไร ในคัมภีร์ฉวนสีลู่ได้กล่าวไว้ว่า "การรับรู้เป็นแนวคิดของการกระทำ การกระทำเป็นคุณสมบัติของการรับรู้ การรับรู้เป็นจุดเริ่มต้นของการกระทำ การกระทำเป็นผลมาจากการรับรู้ หากเข้าใจหลักแห่งการรับรู้และการกระทำ ก็ย่อมทราบได้ว่าได้ว่าการรับรู้ย่อมมีการกระทำอยู่ในนั้น หากกล่าวถึงการกระทำ การรับรู้ก็ย่อมอยู่ในนั้น"（知是行的主意，行是知的功夫。知是行之始，行是知之成。若会得时，只说一个知，已自有行在；只说一个行，已自有知在。）(Wang Shouren, 2010, p.5)

ไม่เพียงเท่านี้ หวังหยางหมิงยังยกตัวอย่างจากคำกล่าวที่ว่า "ประดุจความรักที่มีต่อวัตถุสีสันสวยงาม（如好好色）และ "ประดุจความเกลียดที่มีต่อวัตถุรูปโฉมอันอัปลักษณ์"（如恶恶臭） ในคัมภีร์มหาศาสตร์《大学》 พร้อมทั้งอธิบายเสริมไว้ว่า

"เมื่อเห็นสีสันสวยงามถือเป็นการรับรู้ รักในสีสันอันสวยงามถือเป็นการกระทำ เพียงเห็นสีสันอันงดงามก็ถือเป็นการกระทำ ยามที่เห็นสีสันอันสวยงามแล้วชอบทันที มิใช่หลังจากที่เห็นแล้วจึงจะชอบ เมื่อได้สัมผัสกลิ่นเน่าเหม็นถือว่าเป็นการรับรู้ การเกลียดกลิ่นเน่าเหม็นถือเป็นการกระทำ เพียงแค่ยามที่ได้สัมผัสกลิ่นเน่าเหม็นก็เกลียด มิใช่หลังจากที่เห็นแล้วจึงจะเกลียด ประดุจผู้ที่หายใจไม่สะดวกแม้จะมองเห็นกลิ่นที่เหม็นเน่าอยู่เบื้องหน้า ในจมูกมิเคยสัมผัสกลิ่นข้างใน จึงไม่สามารถสัมผัสถึงกลิ่นเน่าเหม็น และไม่เคยรับรู้ถึงกลิ่นเน่าเหม็นเลย หรือกล่าวว่า หากผู้ใดรู้จักความกตัญญูและภราดรภาพ ผู้นั้นก็ย่อมสำแดงในความกตัญญูกตเวที เช่นนี้ก็ย่อมทราบในความกตัญญูและภราดรภาพ ไม่ใช่เขารู้ในคำพูดของความกตัญญูและภราดรภาพ จึงจะสามารถรับรู้ในความกตัญญูและภราดรภาพ หรือจะเป็นการรู้ในความเจ็บปวด ตัวเขาเองจะต้องเจ็บปวด จึงจะทราบถึงความเจ็บปวด รู้ว่าหนาวตนจะต้องรู้สึกถึงความหนาว การรู้ว่าหิว ท้องของตนจะต้องเกิดความหิว การรับรู้จะแยกออกจากการกระทำได้อย่างไร นี่คือความหมายเดิมของการรับรู้และการกระทำซึ่งไม่เคยถูกกิเลสความเห็นแก่ตัวเข้ามาครอบงำ "

（"见好色属知，好好色属行。只见那

好色属行。只见那好色时已自好了，不是见了后又立个心去好。闻恶臭属知，恶恶臭属行。只闻那恶臭时已自恶了，不是闻了后别立个心去恶。如鼻塞人虽见恶臭在前，鼻中不曾闻得，便亦不甚恶。亦只是不曾知臭。就如称某人知孝，某人知弟。必是其人已曾行孝行弟，方可称他知孝知弟。不成只是晓得说些孝弟的话，便可称为知孝弟。又如知痛，必已自痛了，方知痛。知寒，必已自寒了。知饥，必已自饥了。知行如何分得开？此便是知行的本体，不曾有私意隔断的。）(Wan Shouren, 2010, p. 4)

มโนทัศน์ว่าด้วยการรับรู้และการกระทำในมุมมองของหวังหยางหมิงมีลักษณะเป็นอุดมคติและไม่สามารถแยกออกจากกันได้ด้วยข้อจำกัดในเรื่องของลำดับก่อนหลังของเวลา เพราะความสัมพันธ์ว่าด้วยการรับรู้เป็นขอบเขตทางปรัชญาของความรู้ดีและเป็นจุดเริ่มต้นของการพฤติกรรมทั้งหลาย ในขณะเดียวกันการกระทำถือเป็นขอบเขตทางปรัชญาของหลักปฏิบัติ ด้วยเหตุนี้ การกระทำเกิดจากกระบวนการทำงานของการรับรู้ ส่วนการรับรู้ก็เป็นเครื่องชี้นำและผลลัพธ์ของการกระทำ

แท้ที่จริงนั้น มโนทัศน์ว่าด้วยเอกภาพแห่งการรับรู้และการกระทำที่หวังหยางหมิงเสนอมามีความลึกซึ้งยิ่งกว่าการพิจารณาตามอักษร ซึ่งคำว่าเอกภาพหรือความเป็นหนึ่งเดียวกันที่หวังหยางหมิงเสนอมานั้นไม่ได้หมายความว่ามโนทัศน์การรับรู้และการกระทำมีลักษณะเป็นเนื้อแท้เดียวกันโดยสิ้นเชิง เราจึงกล่าวได้ว่าการรับรู้และการกระทำมีความสัมพันธ์ที่ครอบคลุมซึ่งกันและกันจนไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เพราะถ้ามนุษย์สูญเสียภาวะของการรับรู้และการกระทำไปเมื่อใด กิเลสก็จะเข้ามาบดบังและครอบงำศีลธรรมที่มีอยู่ภายในจิตใจ จนส่งผลให้มนุษย์ไม่สามารถแยกแยะผิดชอบชั่วดีได้ อย่างไรก็ตาม แม้การวิพากษ์วิจารณ์การรับรู้และการกระทำของหวังหยางหมิงจะเป็นการแก้ไขปัญหาการรับรู้แยกออกจากการกระทำของจูซี และมโนทัศน์ว่าด้วยเอกภาพแห่งการรับรู้และการกระทำจะมีความสมบูรณ์แบบในทางทฤษฎีการบรรลุเป้าหมายเป็นอริยปราชญ์ แต่ในทางปฏิบัติกลับแยกออกจากกันไม่ต่างจากสำนักแห่งหลักการเฉิง-จูเพราะทำไม่สามารถทำได้จริงและไม่สอดคล้องกับความรู้ทั่วไป เนื่องจากมนุษย์เราจะต้องรับรู้ในสรรพสิ่งที่ปรุงแต่งจากจิตเสียก่อน หลังจากนั้นจึงจะมีแนวทางที่ถูกต้องในการลงมือปฏิบัติ จนในที่สุดหวังหยางหมิงก็ต้องเสนอการนั่งวิปัสสนาเพื่อเป็นทางออกของวิธีการบรรลุเป้าหมายเป็นอริยปราชญ์ในปรัชญาชีวิตมนุษย์

2. การนั่งวิปัสสนา เป็นวิธีการขัดเกลาทางศีลธรรมร่วมกับแนวคิดสำนักขงจื๊อ พระพุทธศาสนาและศาสนาเต๋า หากเปรียบเทียบจุดเหมือนและจุดแตกต่างระหว่างแนวคิดทั้งสามสำนักก็จะพบว่า ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดสำนักขงจื๊อ พระพุทธศาสนาและศาสนาเต๋าต่างก็สอนให้นั่งวิปัสสนาเพื่อฝึกฝนและชำระจิตใจไม่ให้มีอารมณ์รัก โลภ โกรธ หลง แต่ทว่าข้อแตกต่างกลับอยู่ที่แนวคิดสำนักขงจื๊อสอนให้มนุษย์หมั่นพัฒนาเมตตาธรรม มโนธรรมและปัญญาเพื่อบรรลุเป็นอริยปราชญ์ โดยรักษาไว้ซึ่งหลักการแห่งสวรรค์และหมั่นขจัดกิเลสในตัวของมนุษย์（存天理，灭人欲。）ดังที่จูซีได้กล่าวไว้ว่า “อาจารย์หมิงเต้า (เฉิงเฮ่า) ได้สอนให้นั่งวิปัสสนา อาจารย์หลี่ถงก็สอนให้นั่งวิปัสสนาเช่นกัน จิตไม่สงบ ก็ไม่สามารถเป็นหนึ่งเดียวกับหลักการสวรรค์ได้” （明道教人静坐，李先生亦教人静坐，盖精神不定，则道理无凑泊处。）(Huang Shiyi, 2014, p. 235) จากคำพูดนี้ชี้ให้เห็นถึงข้อแตกต่างระหว่างแนวคิดสำนักขงจื๊อและพระพุทธศาสนาที่มุ่งเน้นการเข้าถึงนิพพาน บรรลุเป็นพุทธะ ส่วนลัทธิเต๋านั้นได้มุ่งเน้นไปที่การเข้าถึงเต๋า สำเร็จเป็นเซียน อายุยืนไม่แก่ชรา ในมุมมองของหวังหยางหมิงนั้น การนั่งวิปัสสนาประดุจดังการวางยารักษาโรคภัยไข้เจ็บ จึงไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพียงเพื่อขัดเกลาจิตใจของตนให้สงบเท่านั้น อีกทั้งยังเป็นการตัดขาดจากการยั่วยวนของกิเลสและความปรารถนาที่ไม่ดีจากภายนอกที่เข้ามาครอบงำสามัญสำนึกของมนุษย์ หลังจากนั้นจึงค่อยสำแดงความรู้ดีให้ปรากฏ แต่การที่หวังหยางหมิงกล่าวว่า “การอบรมสั่งสอนให้ผู้คนหมั่นแสวงหาความรู้มิควรฝักใฝ่ด้านใดด้านหนึ่ง ในช่วงเริ่มแรกของการร่ำเรียนอาจวอกแวกลังเล จิตใจไม่มั่นคง สิ่งที่คะนึงครุ่นคิดส่วนใหญ่มักเป็นเรื่องกิเลสและความปรารถนาที่ไม่ดี ด้วยเหตุนี้จึงสอนให้นั่งวิปัสสนา ทำจิตใจให้สงบ” （教人为学，不可执一偏，初学时心猿意马，拴缚不定，其所思虑多是人欲一边，姑教之静坐、息思虑。）(Wang Shouren, 2010, p. 17) เป็นการชี้ให้เห็นถึงกิเลสและความปรารถนาไม่ดีในมุมมองของหวังหยางหมิงเกิดจากการครุ่นคิดของคนเรา ซึ่งขัดกับหลักการกิเลสและความปรารถนาที่ไม่ดีจากภายนอกเข้ามาบดบังความรู้ดี อย่างไรก็ตาม การนั่งวิปัสสนาถือเป็นวิธีการขัดเกลาทางศีลธรรมที่เป็นรูปธรรมและได้ผลมากมากที่สุด

แต่ทว่าการนั่งวิปัสสนานั้นจะต้องมีการข่มกิเลสและทบทวนชำระจิตใจให้ผ่องใสด้วย เพราะถ้าหากขาดการข่มกิเลสและทบทวนชำระจิตใจไป ก็ย่อมส่งผลให้การนั่งวิปัสสนาไม่สำเร็จผล ดังที่หวังหยางหมิงเคยกล่าวไว้ว่า "เวลานี้จะต้องสอบให้มีการข่มจิตใจ ยามที่การข่มตนไม่มีช่องว่างในการตัดสินแยกแยะ ประดุจดังการกำราบโจรร้าย จะต้องมีจิตใจมั่นคงแน่วแน่"（须教他省察克治。省察克治之功，则无时而可间。如去盗贼，湏有个扫除廓清之意。）(Wang Shouren, 2010, p. 17)

3. การแจ่มแจ้งในจิตภาพ ภาษาจีนเรียกว่า จื้อเหลียงจือ เดิมทีมาจากคำว่า จื้อจือ（致知）ในคัมภีร์มหาศาสตร์ และถือเป็นวิธีการบรรลุเป้าหมายเป็นอริยปราชญ์ในปรัชญาชีวิตมนุษย์ที่สำคัญที่สุดของหวังหยางหมิง อันคำว่า "การแจ่มแจ้ง" หรือ "จื้อ" หมายถึงการจัดเจนจนถึงที่สุด ซึ่งมีความหมายตรงกับความถึงที่สุดในเศร้าโศกเสียใจอาลัยยิ่ง หรือในคัมภีร์โจวอี้ที่กล่าวไว้ว่า "รับรู้และบรรลุ" การรับรู้ถึงจุดสูงสุดคือความรู้ การบรรลุถึงคือการแจ่มแจ้ง（致者，至也。如云‘丧致乎哀’之致，《易》言‘知至至之’，知至者知也，至之者致也。）(Wang Shouren, 2010, p. 1018-1019) ส่วนคำว่า "จิตภาพ" ในที่นี้หมายถึงความรู้ดีหรือเหลียงจือที่มีความหมายในเชิงศีลธรรมที่มีอยู่ภายในจิตใจและมีความเป็นนิจนิรันดร์ ไร้ซึ่งจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด ดังนั้น คำว่าการแจ่มแจ้งในจิตภาพจากมุมมองหวังหยางหมิง เราสามารถนิยามความหมายได้ว่า เป็นการขัดเกลาความรู้ดีให้สะอาดและบริสุทธิ์จนถึงที่สุด ในเมื่อการแจ่มแจ้งในจิตภาพเป็นแนวคิดที่มาจากคัมภีร์มหาศาสตร์ คำถามต่อมาคือการแจ่มแจ้งในจิตภาพมีความสัมพันธ์อย่างไรกับการตัดกิเลสและดำริศรัทธา หวังหยางหมิงได้บรรยายไว้ในคัมภีร์ฉวนสีลู่ว่า "อันการแจ่มแจ้งในจิตภาพอยู่เหนือทุกสรรพสิ่งใด ๆ ทุกเวลาก็คือการตัดกิเลส การแจ่มแจ้งในจิตภาพด้วยความจริงใจก็คือการดำริศรัทธา ส่วนการแจ่มแจ้งในจิตภาพด้วยความจริงใจและปราศจากการปรุงแต่ง ความดื้อรั้น ทิฐิและอัตตา ก็คือการปรารถนาให้ใจเกิดความเที่ยงตรง "（故区区专说致其良知。随时就事上致其良知，便是格物。著实去致良知，便是诚意，著实致其良知，而无一毫意必固我，便是正心。）(Wang Shouren, 2010, p. 91) การแจ่มแจ้งในจิตภาพในมุมมองของหวังหยางหมิงนั้นเป็นพื้นฐานที่ครอบคลุมหลักการบำเพ็ญตนทุกอย่างในคัมภีร์มหาศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นการตัดกิเลส ดำริศรัทธาและปรารถนาให้ใจเกิดความเที่ยงตรง หากปราศจากการแจ่มแจ้งในจิตภาพ มนุษย์ก็จะไม่สามารถตัดกิเลส ดำริศรัทธาและปรารถนาให้ใจเกิดความเที่ยงตรงได้ เพราะการแจ่มแจ้งในจิตภาพก็คือการแจ่มแจ้งในความรู้ดี และความรู้ดีเป็นอันติมะที่มีอยู่ในตัวของมนุษย์ทุกคนเป็นพื้นฐานภายใต้บ่อเกิดแห่งการรับรู้ของมนุษย์นี้ เราสามารถเข้าใจความหมายของคำว่าการแจ่มแจ้งในจิตภาพหมายถึงการประพฤติปฏิบัติตามเจตจำนงแห่งความรู้ดี ดังนั้นแนวคิดว่าด้วยการเจนจิตในจิตภาพจึงไม่ใช่ทฤษฎีเพียงอย่างเดียวเท่านั้น อีกทั้งยังเป็นหลักในการปฏิบัติที่ครอบคลุมไปถึงความสัมพันธ์กับชีวิตประจำวันของพวกเราทุกคนอีกด้วย

จะเห็นได้ว่า สาเหตุที่การแจ่มแจ้งในจิตภาพเป็นวิธีการขั้นสูงสุดในปรัชญาชีวิตมนุษย์ของหวังหยางหมิงนั้นไม่ได้อยู่ที่ความสลับซับซ้อนในตัวทฤษฎี แต่เป็นเพราะความเรียบง่ายของหลักคำสอน การบรรยายถึงความรู้ดีแต่ไม่แจ่มแจ้ง สิ่งที่แจ่มแจ้งก็ไม่ถือว่าเป็นความรู้ดี ผู้ที่ฝึกฝนและบำเพ็ญตนจึงไม่จำเป็นต้องฝึกฝนและทบทวนตนผ่านการร่ำเรียนจากผัสสะภายนอก ขอเพียงแค่ขยายความรู้ดีออกไป โดยมีวิธีการสำคัญ 2 ประการ คือ (1) การธำรงไว้ซึ่งความบริสุทธิ์ผุดผ่องของความรู้ดีด้วยการหมั่นขจัดกิเลสและความปรารถที่ไม่ดีโดยไม่ให้เข้ามาครอบงำ (2) จะต้องมีความมุ่งมั่นและการหมั่นลงมือปฏิบัติจริงมากกว่าการพร่ำสอนด้วยคำพูดด้วยการสำแดงความดีงามที่มีอยู่ในจิตใจให้เป็นที่ประจักษ์อยู่เสมอ เมื่อความรู้ดีของมนุษย์สะอาดและบริสุทธิ์เช่นนี้แล้ว ผู้ที่ฝึกฝนและบำเพ็ญตนก็ย่อมเป็นหนึ่งเดียวกับทุกสรรพสิ่ง（万物为一体）ได้ หากเปรียบเทียบหลักปฏิบัติของการบรรลุเป็นอริยปราชญ์ระหว่างจูซีและหวังหยางหมิง จะเห็นได้ว่าแม้แนวคิดทั้งสองท่านนี้จะเป็นสายจิตนิยมเหมือนกัน แต่ทว่าจูซีมุ่งเน้นไปที่ความรู้ กรอบระเบียบและแนวคิดในเชิงศีลธรรม ซึ่งมีลักษณะเป็นภววิสัย ส่วนหวังหยางหมิงมุ่งเน้นไปที่อารมณ์ เหตุผล ความรู้สึกและประสบการณ์ในเชิงศีลธรรม อันมีลักษณะเป็นอัตวิสัย

เมื่อพิจารณาจากวิธีการขัดเกลาทางศีลธรรมว่าด้วยการแจ่มแจ้งในความรู้ดี ก็ทำให้เราเห็นถึงภาพรวมและจุดเด่นของแนวความคิดในสมัยราชวงศ์หมิง นั่นก็คือการมุ่งไปที่การลงมือปฏิบัติในเชิงศีลธรรม ซึ่งกล่าวได้ว่า

ที่มาของแนวคิดของหวังหยางหมิงเกิดจากการวิพากษ์วิจารณ์แนวคิดของจูซีผ่านประสบการณ์เป็นหลัก ดังนั้นแนวคิดของหวังหยางหมิงจึงถือเป็นกระบอกเสียงให้ผู้คนในสังคมรู้จักลงมือปฏิบัติมากกว่าการพูด อีกทั้งยังเป็นการลดภาระการแสวงหาหลักการแห่งสวรรค์จากทุกสรรพสิ่ง โดยให้กระตุ้นให้ผู้คนในสังคมหันมาทบทวนความรู้ดีที่มีอยู่ในตนเพียงเท่านั้น อย่างไรก็ดี แม้ราชวงศ์หมิงจะเป็นราชวงศ์ที่เสื่อมโทรมในทุกด้านมากที่สุดราชวงศ์หนึ่งในประวัติศาสตร์จีน แต่ยังดีที่มีแนวคิดหวังหยางหมิงคอยทำหน้าที่เป็นเปลวไฟนำแสงสว่างให้แก่ผู้คนในสังคมสมัยนั้น

คุณค่าของปรัชญาชีวิตมนุษย์ในมุมมองของหวังหยางหมิง

เนื่องจากผลของการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (The Fourth Industrial Revolution) ได้กลายเป็นตัวกระตุ้นให้วิทยาการองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ มีการบูรณาการระหว่างกันและมีพัฒนาการที่ก้าวกระโดดมากกว่าในอดีต มีการใช้นวัตกรรมอย่างปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) เป็นเครื่องมือหลักในอำนวยความสะดวก ส่งผลให้ชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์เปลี่ยนไป มนุษย์มีความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างทางสังคมมากยิ่งขึ้น แต่ทว่าโครงสร้างและองค์ประกอบของแต่ละสังคมเป็นสิ่งที่มีความสลับซับซ้อนเกินกว่าการตัดสินใจของปัญญาประดิษฐ์ จึงทำให้สังคมยังจำเป็นต้องอาศัยระเบียบและตัวบทกฎหมายเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกันศีลธรรมอันดีงามก็ยังคงมีความจำเป็นต่อการจรรโลงจิตใจของผู้คนในสังคม ซึ่งไม่ว่าจะเป็นระเบียบและตัวบทกฎหมายหรือจะเป็นศีลธรรม ทั้งสองสิ่งนี้ต่างก็มีความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกัน โดยที่ระเบียบและตัวบทกฎหมายจะสามารถควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ให้มีพฤติกรรมภายนอกที่สอดคล้องและเป็นไปตามข้อกำหนดของสังคม แต่นั่นก็ไม่ได้หมายความว่าจะครอบคลุมไปถึงความคิดและจิตใจที่อยู่ภายในของมนุษย์ ดังนั้นศีลธรรมจึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในควบคุมความคิดและพฤติกรรมภายในของมนุษย์ เพราะถ้าปราศจากศีลธรรม มนุษย์ก็ย่อมเป็นมนุษย์ที่ไม่สมบูรณ์ แล้วคำถามต่อมาคือ มนุษย์จะนำความรู้เชิงศีลธรรมไปประพฤติปฏิบัติอย่างไรเพื่อก่อให้เกิดคุณค่าที่ดีงามต่อตนเองและสังคม หากมองจากตัวปรัชญาชีวิตของมนุษย์ มโนทัศน์ว่าด้วยอริยปราชญ์ในมุมมองของหวังหยางหมิงชี้ให้เห็นถึงความมุ่งมั่นที่มีต่อการแสวงหาความเท่าเทียมและอิสระที่มนุษย์ทุกคนมีมาตั้งแต่กำเนิดในเชิงศีลธรรม ส่วนวิธีการในปรัชญาชีวิตมนุษย์นั้น เอกภาพแห่งการรับรู้และการกระทำเป็นตัวแทนของลงมือปฏิบัติจริงในเชิงศีลธรรม การนั่งวิปัสสนาก็มีคุณค่าตรงที่เป็นการสอนให้มนุษย์รู้ข่มกลั้นและอดทนต่อ การถูกยั่วยวนโดยกิเลสจากภายนอก ในขณะเดียวกันก็ได้สอนให้มนุษย์รู้จักสำแดงเมตตาธรรม มโนธรรมและปัญญาแก่ทุกสรรพสิ่งอย่างเป็นที่ประจักษ์ชัด ส่วนการแจ่มแจ้งในจิตภาพเป็นการสอนให้มนุษย์รู้จักตระหนักถึงศีลธรรมที่มีอยู่ภายในจิตใจเพื่อบรรลุเป็นหนึ่งเดียวกับสวรรค์ จะเห็นได้ว่าหวังหยางหมิงได้อธิบายปรัชญาชีวิตมนุษย์ในเชิงศีลธรรมได้อย่างครอบคลุมและสมบูรณ์แบบ อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงจุดสูงสุดของพัฒนาการทางความคิดในประวัติศาสตร์ปรัชญาจีน หากทุกคนมีสามัญสำนึกและความรับผิดชอบไม่ฝักใฝ่แบ่งพรรคแบ่งพวก สามารถแยกแยะผิดชอบชั่วดี สิ่งใดถูกต้องก็กระทำ สิ่งใดไม่ดีก็ละเว้น เมื่อเป็นเช่นนี้ก็ย่อมสามารถเปลี่ยนแปลงสังคมที่เสื่อมทรามในด้านศีลธรรมให้กลับมาขึ้นเป็นปกติสุขได้ หรือจะกล่าวอีกอย่างหนึ่ง คือ เนื่องจากปรัชญาแนวคิดของหวังหยางหมิงมุ่งเน้นไปที่การขัดเกลาทางศีลธรรมเป็นหลัก คุณค่าสำคัญจึงอยู่ที่การยกระดับมาตรฐานทางศีลธรรมของผู้คนในสังคมด้วยสามัญสำนักในเชิงศีลธรรม และได้กลายเป็นสะพานเชื่อมต่อระหว่างมนุษย์และความหนึ่งเดียวกับสวรรค์อันเป็นบ่อเกิดของความสุขและอิสระที่แท้จริง

สรุป

ปรัชญาชีวิตในมุมมองของหวังหยางหมิงเป็นแนวคิดเปี่ยมไปด้วยคุณค่าสำคัญที่สอดคล้องต่ออุดมคติของแนวคิดสำนักขงจื๊ออันว่าด้วยการขัดเกลาตนเพื่อบรรลุเป็นอริยมนุษย์ ส่วนแนวคิดเอกภาพแห่งการรับรู้ การนั่งวิปัสสนาและการแจ่มแจ้งในจิตภาพก็ล้วนเป็นแนวคิดที่ชี้ให้เห็นถึงมีความสมบูรณ์แบบในเรื่องปรัชญาชีวิตเชิงศีลธรรม ด้วยเหตุนี้ เราจึงไม่ต้องแปลกใจว่าทำไมประเทศจีนได้ให้ความสำคัญกับการศึกษาและการวิจัยแนวคิดสำนักแห่งจิตของหวังหยางหมิงเป็นอย่างมาก นั่นเป็นเพราะแนวคิดสำนักแห่งจิตของหวังหยางหมิงไม่ได้มีบทบาทที่สำคัญต่อพัฒนาการด้านประวัติศาสตร์แนวความคิดของจีนเท่านั้น อีกทั้งยังมีคุณค่าที่สำคัญต่อการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมของผู้คนในสังคมยุคปัจจุบันอีกด้วย

จากการศึกษาปรัชญาชีวิตในมุมมองของหวังหยางหมิง มีข้อสังเกตที่สำคัญประการหนึ่ง ซึ่งผู้เขียนมองว่าเป็นข้อสังเกตที่น่าจะนำไปสู่การศึกษาค้นคว้าต่อไป แม้จะการอธิบายความหมายของความรู้ดีตามทัศนะหวังหยางหมิงมีรายละเอียดและมีความความหมายครอบคลุมมากกว่านักคิดสำนักขงจื๊อที่มีอยู่ก่อนหน้า แต่ทว่าก็มีปัญหาประการหนึ่งที่ปรากฏออกมาอย่างเห็นได้ชัด นั่นก็คือ หวังหยางหมิงกล่าวเพียงมนุษย์ทุกคนมีความรู้ดี แต่ไม่ได้กล่าวว่าความรู้เกิดขึ้นมาได้อย่างไรและไม่ได้บอกว่าความรู้ดีที่ติดตัวมนุษย์มาจะดีงามบริสุทธิ์ผุดผ่องตั้งแต่กำเนิด ซึ่งผู้เขียนมองว่า ในอนาคตควรจะมีการศึกษาเปรียบเทียบมโนทัศน์ว่าด้วยความรู้ดีตามความเข้าใจของนักคิดสำนักหวังหยางหมิงรุ่นหลัง เช่น หวังจี（王基）เฉียนเต๋อหง（钱德洪）หวังเกิ้น（王艮）โจวโส่วอี้（邹守益）เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการเสริมสร้างความเข้าใจที่มีต่อมโนทัศน์ว่าด้วยความรู้ดีของหวังหยางหมิงได้อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

References

Cai, R. (1983). *Wang Yangming's Philosophy.* Taipei: San Min Books. (in Chinese)

Chan, W. (2007). *Collection of Commentaries onReflections on things at hand*. Shanghai: East China Normal University Press. (in Chinese)

Chen, L. (2009). *Between Being and Non-Being the Spirit of Wang Yangming's Philosophy*. Beijing: Life, Reading, and New Knowledge Press. (in Chinese)

Huang, S. (2014). *Classified Conversation of Zhu Xi.* Shanghai: Shanghai Ancient Books Publishing House. (in Chinese)

Huang, Z. (2008). *The Record of the Ming Scholars.* Beijing: Zhonghuashuju. (in Chinese)

Qin, J. (1987). *Wang Yangming*. Taipei: Dongda Tushu Co.,Ltd. (in Chinese)

Ren, J. (2003). *History of Chinese Philosophy (3).* Beijing: Beijing People's Publishing House. (in Chinese)

Wang, S. (1992).*Wang Yangming Quan ji.* Shanghai: Shanghai Ancient Books Publishing House. (in Chinese)

Wang, S. (2010). *Wang Yangming Quan ji.* Hangzhou: Hangzhou Ancient Books Publishing House. (in Chinese)

Wu, Z. (2011). *Intensive Wang Yangming's Instructions for Practical Living*. Shanghai: Fudan University Press. (in Chinese)

Yang, B. (1988). *Mencius*. Beijing: Zhonghuashuju. (in Chinese)

ปัจจัยการตลาด ปัจจัยสังคมวัฒนธรรม และปัจจัยจิตวิทยา ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อด้วยแอพพลิเคชั่นโทรศัพท์มือถือ

Marketing Factors Sociocultural Factors and Psychological Factors is Related to Buying Decision with a Mobile Phone Application

วีด้า สัตยารมณ์ และเยาวภา ปฐมศิริกุล
Vida Sattayarom and Yaowapa Pathomsirikul
หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
Doctor of Business Administration Program, Eastern Asia University
Received: August 1, 2019
Revised: September 17, 2019
Accepted: September 19, 2019

บทคัดย่อ

ปัจจัยการตลาด ปัจจัยสังคมวัฒนธรรม และปัจจัยจิตวิทยา ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อด้วยแอพพลิเคชั่นโทรศัพท์มือถือ บทความนี้เป็นการศึกษาเชิงเอกสารโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแนวคิด งานวิจัย และบทความที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการตลาด ปัจจัยสังคมวัฒนธรรม และปัจจัยจิตวิทยา ที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผ่านแอพพลิเคชั่นของโทรศัพท์มือถือ เนื่องจากปัจจัยทั้งสามส่วนนี้ก่อให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อทุกขั้นตอน เริ่มจากผู้บริโภคเกิดการรับสิ่งเร้าไปจนถึงพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ในส่วนของปัจจัยจิตวิทยา เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคโดยตรงว่าทำไมผู้บริโภคจึงแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ การทบทวนวรรณกรรมนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะนำเสนอแนวคิดของนักวิชาการและสนับสนุนข้อค้นพบของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องว่าปัจจัยที่กล่าวมานั้น มีความสัมพันธ์ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ แม้ว่าการซื้อผลิตภัณฑ์จะเป็นเพียงด้านหนึ่งของพฤติกรรมผู้บริโภค แต่เป็นหัวใจสำคัญของการวิจัยผู้บริโภคส่วนใหญ่ และหวังว่าการทบทวนเกี่ยวกับงานวิจัยก่อนหน้านี้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ดีขึ้น เกี่ยวกับสาเหตุและปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวของผู้บริโภคที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคด้วยแอพพลิเคชั่นโทรศัพท์มือถือ

คำสำคัญ: ปัจจัยการตลาด, ปัจจัยสังคมวัฒนธรรม, ปัจจัยจิตวิทยา, การตัดสินใจซื้อ, แอพพลิเคชั่น

Abstract

Marketing factors sociocultural factors and psychological factors is related to purchasing decision with a mobile phone application. This article is a documentary study by collecting data from research concepts ideas and articles related to marketing factors, sociocultural factors and psychological factors that make customers decide to buy through mobile phone application. As all three of these factors form the purchasing decision process beginning with consumers receiving stimuli until the post-purchase behavior. Psychological factor, it is a factor that occurs internally and di-

rectly affects consumer behavior, why consumers show behavior towards stimuli. The review of this literature aims to present the ideas of academics and support the findings of relevant research that these factors. Having a relationship, making a purchasing decision. Although the purchase of products is only one side of consumer behavior. But is at the heart of most consumer research and hoping that a review of previous research will help to understand about the causes and factors that occur within the consumer that cause the buying behavior of consumers with mobile phone applications.

Keywords: marketing factors, sociocultural factors, psychological factors, buying decision, applicatio

บทนำ

จากนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมด้านระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่พยายามส่งเสริมผลักดันให้ประชาชนชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้มาตรฐาน และการปรับตัวของภาคธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยจะเห็นได้ว่าสถาบันการเงินต่างๆ แข่งขันการคิดค้นและพัฒนาการทำธุรกรรมจากรูปแบบดั้งเดิมที่ต้องไปทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขา ก็เปลี่ยนไปสู่การใช้แอพพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน ที่สามารถทำธุรกรรมออนไลน์ได้ทุกที่ทุกเวลา สะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย เหมือนทำธุรกรรมในสาขาของธนาคาร จึงได้มีธนาคารรูปแบบใหม่เป็นธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตแบงค์กิ้ง และโมบายแอพพลิเคชั่น ซึ่งเป็นการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ จากธนาคารพาณิชย์ หรือผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างโทรศัพท์มือถือ ซึ่งสอดคล้องกับการใช้งานเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือที่ขยายวงกว้างขึ้น

จากรายงานผลสำรวจการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการใช้งานโทรศัพท์มือถือทั่วโลกของ Digitalreport.wearesocial.com (2018) ได้ทำการสำรวจผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย พบว่าคนไทยมีพฤติกรรมช้อปปิ้งออนไลน์ผ่านช่องทาง Mobile Payment เพียง 1% จึงกล่าวได้ว่าการใช้ Mobile Payment ซื้อสินค้าและบริการผ่านแอพพลิเคชั่นโทรศัพท์มือถือของสังคมไทยยังมีการใช้งานไม่มากนัก โดยปัญหาประการแรกที่พบคือ คนไทยส่วนใหญ่ยังนิยมชำระค่าสินค้าและบริการด้วยเงินสดอีกทั้งยังมีทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยของระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยจากผลสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับ การใช้ PromptPay QR Code ชำระเงิน พบว่า ร้อยละ 57.4 ประชาชนไทยส่วนใหญ่รับรู้ และมองว่าเป็นข้อดีสะดวก ไม่ต้องพกเงินสด และร้อยละ 70 ของประชาชนไทยส่วนใหญ่ยังกังวลด้านความปลอดภัย ร้านค้าที่รับชำระยังไม่ครอบคลุม และยังไม่สนใจที่จะใช้งาน (กรุงเทพโพลส์, 2560) ดังนั้นถึงแม้จะมีการรณรงค์ส่งเสริมจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการเชิญชวนให้ประชาชนชำระเงินทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์แล้วก็ตาม แต่ปัญหาที่สำคัญที่พบคือด้านทัศนคติและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการใช้งานนวัตกรรมด้านการชำระเงินออนไลน์ จึงทำให้ยังมีผู้ใช้งานชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านแอพพลิเคชั่นโทรศัพท์มือถือไม่มากนัก

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวความคิดด้านปัจจัยสังคมวัฒนธรรม (sociocultural influences factors) และปัจจัยทางจิตวิทยา (psychological factors) ถือว่าเป็นปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและการใช้สินค้าและบริการ ดังนั้น สถาบันการเงินจึงควรให้ความสำคัญในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่ผู้ที่จะใช้บริการและมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาด ในด้านของรูปแบบแอพพลิเคชั่นที่ใช้งานง่าย การใช้เทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบป้องกันที่มีความทันสมัย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้เกิดการใช้งานแอพพลิเคชั่นเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

1.แนวคิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

ทฤษฎี Schumpeter's theory of innovation ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการต่างก็หาทางใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตสินค้า บริการ หรือนวัตกรรมที่เป็นสินค้าใหม่ เพื่อสร้างประโยชน์เชิงธุรกิจให้กับองค์กร นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (product innovation) หมายถึง "เทคโนโลยีใหม่หรือการรวมกันของเทคโนโลยีที่เปิดตัวในเชิงพาณิชย์เพื่อตอบสนองผู้ใช้หรือความต้องการของตลาด" (Utterback & Abernathy, 1975, p. 642) ผลลัพธ์เชิงบวกของนวัตกรรมนั้นเกิดจากปัจจัยหลายประการเช่นการเชื่อมโยงการตลาดและเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพซึ่งทำให้บริษัทสามารถเชื่อมโยงความต้องการของผู้บริโภคกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้สำเร็จและนำไปสู่การตัดสินใจยอมรับในเชิงบวกของผู้บริโภค งานวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของนุจรี ภาคาสัตย์ และธีรัตม์ พิริยะพลิน (2558) ศึกษาหาปัจจัยเชิงสาเหตุนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และประสิทธิผลการดำเนินงาน ผลการวิจัยพบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการ ดำเนินงานของผู้บริหารในองค์การที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการยืนยันโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ว่ามีความสัมพันธ์กัน

2. แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นแนวคิดที่เรียบง่ายที่ช่วยให้มั่นใจได้ว่ารูปแบบการสื่อสารและข้อความทุกรูปแบบจะเชื่อมโยงกันโดยอาศัยเครื่องมือส่งเสริมการตลาดทั้งหมดเพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันอย่างกลมกลืน ถือเป็นการผสมผสานกันระหว่างการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่างๆ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ หมายถึง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีวัตถุประสงค์หลักในการให้ข้อมูลของสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยข่าวสารนั้นต้องมีความชัดเจน สอดคล้อง กลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกัน ส่งผลให้เกิดผลกระทบสูงสุดในการจูงใจกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง และเป้าหมายสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ คือการสื่อสารที่มีอิทธิพลหรือส่งผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเปลี่ยนแปลงในทางใดทางหนึ่ง ในปัจจุบันส่วนใหญ่เกิดจากการมีส่วนร่วมของลูกค้าผ่านสื่อดิจิทัลออนไลน์ โทรศัพท์มือถือ และโซเชียลมีเดีย การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีมานานหลายสิบปีที่ผ่านมา (Kotler & Armstrong, 2018, p.425) ใน Kotler and Keller ปี 2016 น. 582 แสดงการสื่อสารด้านการตลาดแบบบูรณาการประกอบด้วย 8 รูปแบบการติดต่อสื่อสารที่สำคัญ คือ (1) การโฆษณา (advertising) (2) การส่งเสริมการขาย (sales promotion) (3) กิจกรรมและประสบการณ์ต่างๆ (events and experiences) (4) การประชาสัมพันธ์ (public relations and publicity) (5) การตลาดออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ (online and social media marketing) (6) การตลาดทางโทรศัพท์มือถือ (mobile marketing) (7) การตลาดทางตรง และการตลาดฐานข้อมูล (direct and database marketing) และ (8) การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling) ซึ่งการสื่อสารของบริษัทโดยทั่วไปมีมากกว่าสิ่งเหล่านี้ อาทิ รูปแบบและราคาของผลิตภัณฑ์ รูปร่างและสีของบรรจุภัณฑ์ เครื่องแบบของพนักงานขาย การตกแต่งร้านค้า การสื่อสารกับผู้ซื้อ ทำให้เกิดผลที่สามารถสร้างความแข็งแกร่งหรือปรับเปลี่ยนมุมมองของลูกค้า ตัวเลือกการสื่อสารจะปรากฏในสื่อแบบมีค่าใช้จ่าย อาทิ แบบดั้งเดิม เช่น ทีวี สื่อสิ่งพิมพ์ อีเมล์ หรือสื่อที่กิจการเป็นเจ้าของ เช่น เว็บไซต์ บล็อก แอพพลิเคชั่นบนมือถือ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น และจากสื่อที่ได้รับ เช่น คำพูดปากต่อปาก หรือข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นต้น (Kotler & Keller, 2016, p.582)

จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พบว่า ในปัจจุบัน การส่งเสริมการตลาดเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สินค้าต่าง ๆ นิยมนำไปใช้ในหลากหลายรูปแบบเพื่อให้เหมาะกับสินค้าหรือบริการของตน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Balakrishnan, Dahnil & Wong (2014) ศึกษาเรื่องผลกระทบของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อและความภักดีต่อตราสินค้าในกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย ผลการศึกษาพบว่าทั้งการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E–WOM) ชุมชนออนไลน์และโฆษณา

ออนไลน์ล้วนมีผลต่อความตั้งใจซื้อและความภักดีต่อตราสินค้าทั้งสิ้น แตกต่างกับงานวิจัยของ ชลธิศ บรรเจิดธรรม (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และความเหมาะสมของตนเองส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่าความเหมาะสมของตนเองส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรม และด้านมนุษยธรรมไม่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของคนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ปัจจัยสังคมวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

นอกจากปัจจัยด้านการตลาด จะมีความสมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคแล้ว ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (sociocultural influences factors) ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นกัน ซึ่งรายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม จาก The Model of Consumer Decision Making อันประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ชั้นทางสังคม วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย (Schiffman & Wisenblit, 2015, p.368)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัจจัยสังคมวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรรยา ยกยุทธ์ และนลินี ทองประเสริฐ (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุบลราชธานี พบว่าด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ที่ระดับ .01 ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของการมีรถยนต์เป็นค่านิยมของกลุ่มบุคคลแวดล้อม เช่น เพื่อน ญาติ เป็นต้น รถยนต์ ที่ใช้แสดงถึงระดับรายได้.ของเจ้าของรถ การใช้รถยนต์บ่งบอกถึงฐานะที่ดีทางสังคม สอดคล้องกับ มณฑิรา มณีแสง และวิลเลี่ยม พี วอลล์ (2560) ศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านวัฒนธรรม-สังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวหลวงพระบาง และปัจจัยด้านที่ด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวหลวงพระบางของนักท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านวัฒนธรรม-สังคม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านที่ด้านส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวหลวงพระบางของนักท่องเที่ยว

4. ปัจจัยจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (psychological factors) ประกอบไปด้วย (1) แรงจูงใจ (motivation) (2) บุคลิกภาพ (personality traits) (3) การรับรู้ (perception) และ (4) ทัศนคติ (attitudes) โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้ (1) ด้านแรงจูงใจ (motivation) เป็นแรงผลักดันที่ผลักดันให้บุคคลแสดงออก หรือมีพฤติกรรมในลักษณะบางอย่าง ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการ (needs) จากสถานการณ์หรือสิ่งที่ต้องการหรือจำเป็น และพวกเขานำความต้องการพื้นฐานของมนุษย์สร้างแรงบันดาลใจต่อความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ในทางชีวภาพและการตอบสนองต่อการดำรงชีวิตไว้ซึ่งการดำรงอยู่และความปลอดภัยทางกายภาพ ตัวอย่างเช่น เมื่อพ่อแม่ส่งเด็กไปโรงเรียนพวกเขาคาดหวังว่าเด็ก ๆ จะได้รับสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยต่อร่างกาย โดยการแสดงความ (Schiffman & Wisenblit, 2015, p.82) (2) ด้านบุคลิกภาพ (personality traits) ประกอบด้วยลักษณะทางจิตวิทยาภายในที่กำหนดและสะท้อนถึงวิธีที่บุคคลคิดและกระทำต่อกัน เป็นรูปแบบเฉพาะของบุคคล ผู้บริโภคมักซื้อผลิตภัณฑ์และแบรนด์เนื่องจากผู้ลงโฆษณาได้มอบ “บุคลิกภาพ” ให้แก่พวกเขาซึ่งทำให้พวกเขาแตกต่างจากข้อเสนอของแบรนด์อื่น ลักษณะเฉพาะของแบรนด์จะบ่งชี้ถึงลักษณะหรือคุณลักษณะพิเศษของแบรนด์ “บุคลิกภาพแบรนด์” เป็นเอกลักษณ์ทางอารมณ์ของแบรนด์ซึ่งสร้างความรู้สึกที่ส่งต่อผู้บริโภคได้ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคมองว่าแบรนด์ทำให้เกิดความรู้สึก “น่าตื่นเต้น” “ซับซ้อน” หรือ “อบอุ่น” ความต้องการของผู้บริโภคนั้น อธิบายว่าบุคลิกภาพของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของตัวผู้บริโภค (Schiffman & Wisenblit, 2015, p.82) (3) ด้านการรับรู้ (perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือก จัดระเบียบ และตีความ ตีความหมายข้อมูลที่สอดคล้องกันซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า “เราจะเห็นโลกรอบตัวเราได้อย่างไร” โดยแต่ละบุคคลจะรับรู้ มีทางเลือกจัดการและตีความข้อมูลเหล่านี้ จะเห็นว่าการรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่

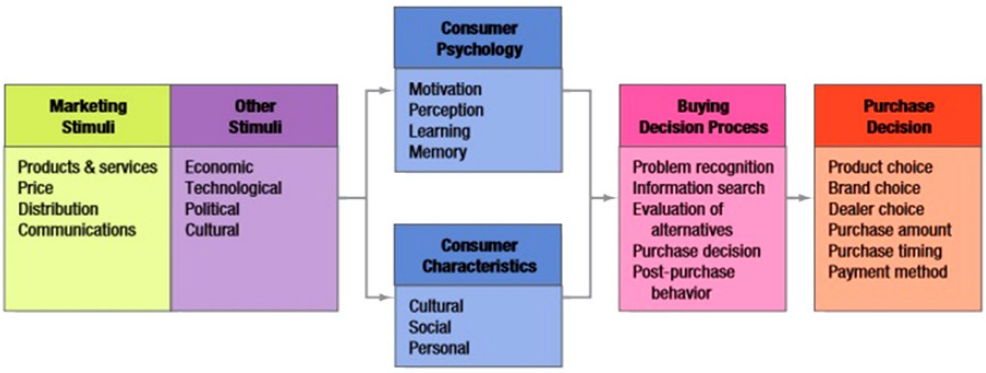
ความต้องการ ค่านิยม และความคาดหวังของแต่ละบุคคล ผู้บริโภคทำหน้าที่และตอบสนองบนพื้นฐานของการรับรู้ของพวกเขา ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง วัตถุประสงค์สำหรับแต่ละบุคคลเป็นปรากฏการณ์ส่วนบุคคลโดยสิ้นเชิง ตามความต้องการของบุคคลนั้น ความต้องการค่านิยมและความสัมพันธ์ในอดีตส่วนบุคคล ดังนั้นเพื่อให้นักการตลาดการรับรู้ข้อมูลของผู้บริโภค ในสิ่งที่ผู้บริโภคคิดว่าเป็นเช่นนั้นซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของพวกเขา สิ่งสำคัญคือนักการตลาดต้องเข้าใจแนวคิดในการรับรู้และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคให้มากขึ้น (Schiffman & Wisenblit, 2015, p.114)

(4) ด้านทัศนคติ (attitudes) คือ ความโน้มเอียงที่ได้เรียนรู้ที่จะประพฤติปฏิบัติในทางที่ดีหรือไม่ต่อวัตถุที่กำหนด ในบริบทของพฤติกรรมผู้บริโภค “วัตถุ” อาจเป็นผลิตภัณฑ์ แบรนด์ บริการ ราคา บรรจุภัณฑ์ สื่อโฆษณา การส่งเสริมการขาย หรือร้านค้าปลีกที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ส่วนในแง่มุมอื่น ๆ ของการบริโภค ทัศนคติของผู้บริโภคจะเรียนรู้จากการสัมผัสโดยตรงกับผลิตภัณฑ์ คำบอกกล่าว การรับรู้จากสื่อและแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่ผู้บริโภครับข้อมูล ทัศนคติจึงสะท้อนให้เห็นถึงข้อดีและข้อเสีย การประเมินทัศนคติที่ดีจะกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อหรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ใด ๆ ผู้บริโภคมักซื้อสิ่งที่พวกเขามีความรู้สึกดีและรู้สึกบวก นักการตลาดจึงต้องมั่นใจว่าผู้บริโภครักษาทัศนคติต่อไปนี้ไว้หลังจากการซื้อ เพื่อให้พวกเขาสามารถซื้อผลิตภัณฑ์เดียวกันซ้ำ ๆ ได้ การแนะนำสินค้าใหม่มักพยายามสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคทดลองใช้ วิธีหนึ่งในการสร้างทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ คือการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคชื่นชอบและซื้อมาเป็นประจำ อีกประการหนึ่งคือ ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ อาจจะเป็นผลจากการมีประสบการณ์โดยตรงกับสินค้า หรือได้รับข้อมูลจากบุคคลอื่น หรือจากเปิดรับจากสื่อมวลชน และทัศนคติยังมีลักษณะที่สอดคล้องกับพฤติกรรมที่สะท้อนทัศนคตินั้นออกมา (Schiffman & Wisenblit, 2015, p.172)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัจจัยจิตวิทยาที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสอดคล้องกับงานวิจัยของ สราวุธ ควชะกุล และไกรชิต สุตะเมือง (2557) ศึกษาความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร

5. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

จุดเริ่มต้นในการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคคือรูปแบบการตอบสนองต่อแรงกระตุ้น การตลาดและสิ่งเร้าทางสภาพแวดล้อมจะกระตุ้นจิตสำนึกของผู้บริโภค และชุดของกระบวนการทางจิตวิทยารวมกับลักษณะเฉพาะบุคคลของผู้บริโภค ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ และสุดท้ายจึงเกิดการตัดสินใจซื้อ งานของนักการตลาดคือการเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตสำนึกของผู้บริโภคระหว่างการมาถึงสิ่งกระตุ้นด้านการตลาดภายนอก และการตัดสินใจซื้อที่ดีที่สุด ด้านกระบวนการทางจิตวิทยาที่สำคัญคือแรงจูงใจ การรับรู้การเรียนรู้และความจำซึ่งเป็นพื้นฐานที่มีผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภค (Kotler & Keller, 2012, p.160)



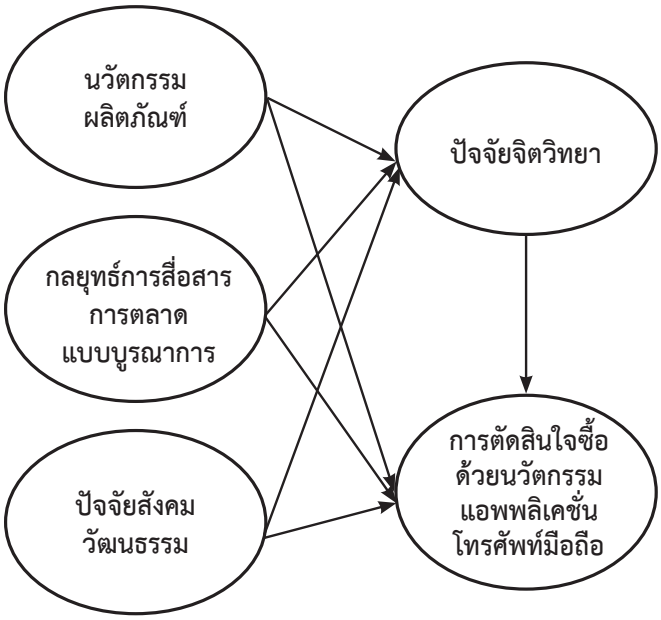
ภาพ 1 แสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

Note. From *Marketing management*: *Analyzing consumer markets* (p.161), By Kotler, P., & Keller, K. L., 2012, New Jersey: Prentice Hall.

จากแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคที่แสดงไว้ข้างต้นจะแสดงพฤติกรรมเพราะมีสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดการณ์ ทั้งนี้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ โดยมีรายละเอียดของทฤษฎี ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (stimulus) อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย (inside stimulus) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นตามสัญชาตญาณ เช่น ความหิว ความเจ็บป่วย ความกลัว เป็นต้น และจากภายนอก (outside stimulus) ดังนั้น จึงต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์หรือบริการ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจให้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านเหตุผลหรือด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ที่สามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น ประกอบด้วย (1) สิ่งกระตุ้นด้าน งานวิจัยของยุพเรศ พิริยพลพงศ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแอพพลิเคชั่นซื้อสินค้าผ่านทางสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เครื่องสำอางบ่อยที่สุด และใช้แอพพลิเคชั่น Lazada ซึ่งส่วนใหญ่ดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นจาก Play Store มากที่สุด และรู้จักแอพพลิเคชั่นที่ใช้ซื้อสินค้าจากช่องทางการโฆษณาผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด โดยให้ความสำคัญในการบริการของแอพพลิเคชั่นด้านการที่มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอต่อจำนวนลูกค้ามากที่สุด และให้ความสำคัญด้านระบบความปลอดภัยในการชำระเงินผ่านแอพพลิเคชั่นมากที่สุด รวมไปถึงด้านกระบวนการของแอพพลิเคชั่นในเรื่องของการยืนยันการชำระเงินทางอีเมลและโทรแจ้งลูกค้าก่อนส่งมากที่สุด ส่วนปัจจัยภายนอกได้แก่ ด้านเศรษฐกิจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ความสำคัญกับปัจจัยเศรษฐกิจด้านสภาพคล่อง การใช้จ่ายเงินภายในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ด้านเทคโนโลยีให้ ความสำคัญกับปัจจัยเทคโนโลยีด้านระบบสัญญาณและระดับความเร็วของอินเทอร์เน็ตมากที่สุด งานวิจัยของวีณา สุวรรณนาบูรณ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะส่วนบุคคล การสนับสนุนทางสังคม คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกลางด้านสารสนเทศของบุคคลที่สามที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก (F–commerce) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคล การสนับสนุนทางสังคมด้านการสนับสนุนทางอารมณ์ และด้านการสนับสนุนทางสารสนเทศ และคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊คของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านการตอบสนอง และสื่อกลางด้านสารสนเทศของบุคคลที่สามไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นภาพความสัมพันธ์ของปัจจัยการตลาด ปัจจัยสังคมวัฒนธรรม และปัจจัยจิตวิทยา ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อด้วยแอพพลิเคชั่นโทรศัพท์มือถือ ได้ดังภาพ 2



ภาพ 2 ปัจจัยการตลาด ปัจจัยสังคมวัฒนธรรม และปัจจัยจิตวิทยา ที่มีความสัมพันธ์ทางตรงและทางอ้อมกับการตัดสินใจซื้อด้วยแอพพลิเคชั่นโทรศัพท์มือถือต่อการตัดสินใจซื้อโดยส่งผ่านปัจจัยจิตวิทยา
หมายเหตุ วิเคราะห์และสังเคราะห์โดยผู้เขียน

สรุป

การศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้ พบว่าปัจจัยการตลาด ซึ่งประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยสังคมวัฒนธรรม และปัจจัยจิตวิทยา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น ธุรกิจผู้ให้บริการแอพพลิเคชั่น อาทิ ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยควรนำไปปรับใช้จากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสร้างกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการใช้งานซื้อสินค้าหรือบริการผ่านแอพพลิเคชั่นโทรศัพท์มือถือให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อสอดรับกับนโยบายของรัฐบาลในแผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมจากโมเดล Thailand 4.0 National e-Payment สำหรับการปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานของระบบธนาคารในประเทศและยกระดับประเทศให้เข้าสู่เศรษฐกิจยุคดิจิทัลไร้เงินสดเหมือนหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก

References

Balakrishnan, B. K., Dahnil, M. I., & Wong, J. Y. (2014). The impact of social media marketing medium toward purchase intention and brand loyalty among generation Y. *Social and Behavioral Sciences, 1*(148), 177–185.

Bangkok Poll. (2018). *Are Thai people ready to use PromptPay QR Code to pay?.* Retrieved from http://bangkokpoll.bu.ac.th/poll/result/poll841.php?pollID=729&Topic (in Thai)

Bunjertthum, C. (2014). *Social media marketing, corporate social responsibility, and self congruity affecting the intention to purchase leather products of consumers in Bangkok.* Master of Business Administration Thesis, Bangkok University. (in Thai)

Digitalreport.wearesocial.com. (2018). *We are social: Global Digital Report 2018.* Retrieved from https://digitalreport.wearesocial.com

Kawachakul, S., & Suthamuang, K. (2014). Key factors influencing customer's trustworthiness toward online banking Thai. *Journal of Finance, Investment, Marketing and Business Administration, 4*(2), 495-514. (in Thai)

Kietratsamee, J. (2015). *Factor affecting the decision making on purchasing products from the online application in Bangkok metropolitan region.* Master of Business Administration Thesis,Thammasat University. (in Thai)

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principles of marketing (17th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing management (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Maneesang, M. & William, P. W. (2017). Factors influencing tourist decision-making towards traveling to Luang Prabang. *Dusit Thani College Journal, 11*(3), 82-95. (in Thai)

Oppathum, P. (2014). *Trust and characteristics of social commerce affecting the purchase intention via social media*. Master of Business Administration Thesis, Bangkok University. (in Thai)

Pakasat, N., & Piriyaplin, T. (2015). A causal relationship model of product innovation. *Veridian E-Journal Silpakorn University, 8*(2), 141-161. (in Thai)

Piriyaponpong, Y. (2015). *Factors and consumer behaviors affecting on decision making towards buying products via mobile and tablet application in Bangkok area.* Retrieved from http://gscm.nida.ac.th/public-action/Proceeding/2558/3-1.pdf (in Thai)

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Customer behavior* (11th ed). New Jersey: Prentice Hall.

Suwannaboon, W. (2015). *Personality traits, social support, e-service quality and third-party infomediaries affecting customers' purchase intention through F-commerce in Bangkok*. Master of Business Administration Thesis, Bangkok University. (in Thai)

Theppawong, K. (2014). *Factors affecting to decision–making to used Bualuang mBanking application of Bangkok Bank's customers in Chonburi province.* Master of Business Administration Thesis, Bangkok University. (in Thai)

Utterback, J. M., & Abernathy, W. (1975). A dynamic model of process and product innovation. *Omega, 3*(6), 642.

Yokput, J. & Thongprasert, N. (2016). The factors influencing the decision of buying compact car of customers in Ubonratchathani province. *Academic Journal Uttaradit Rajabhat University, 11*(1), 38-48. (in Thai).

ปัจจัยการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์สำหรับผู้สูงอายุ

Marketing factors Associated with buying decision of furniture for the elderly

ศิรประภา ศรีวิโรจน์ และเยาวภา ปฐมศิริกุล

Siraprapha Sriviroj and Yaowapa Pathomsirikul

หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย

Doctor of Business Administration (Marketing), Eastern Asia University

Received: April 1, 2018

Revised: September 16, 2019

Accepted: April 25, 2019

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการศึกษาเชิงเอกสาร โดยเก็บรวมรวมข้อมูลจากแนวคิด ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย บทความ ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการปัจจัยการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะนำเสนอแนวคิดของนักวิชาการและข้อค้นพบของงานวิจัยที่สนับสนุนว่า ปัจจัยการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ (1) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เช่น การโฆษณา การตลาดออนไลน์และโซเชียลมีเดีย การตลาดแบบปากต่อปาก และ (2) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เช่น การลดราคา การจัดกิจกรรมพิเศษ โดยส่งผ่านปัจจัยจิตวิทยา เช่น การรับรู้ แรงจูงใจ ทัศนคติ ดังนั้นธุรกิจควรประยุกต์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายไปพร้อมกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ เกิดการเรียนรู้ เกิดแรงจูงใจ เกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการเพื่อในท้ายที่สุดแล้วลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

คำสำคัญ: ปัจจัยการตลาด, การตัดสินใจซื้อ, เฟอร์นิเจอร์, ผู้สูงอายุ

Abstract

This article is a documentary study, by collecting data from concepts, academic works, research results, articles, news related to the marketing factors related to the buying decision, with the aim of this article is intended to demonstrate the academic ideas and findings of researches that support the marketing factors related to the purchasing decision are (1) integrated marketing communication, such as advertising, online marketing and social media, viral marketing and (2) customer relationship management, such as price reductions, special events. The marketing factors related to the buying decision by mediated on psychological factors, such as perception, motivation, attitude. Therefore, businesses should apply the integrated marketing communication and customer relationship management in order to reach their target customers. Along with building good relationships with customers to let customers perception, learning, motivation, good attitude towards products and services, and the finally, customers buying decision of products and services.

Keywords: Marketing factors, buying decision, furniture, elderly

บทนำ

หลายปีที่ผ่านมาจนปัจจุบันประเทศไทยต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมประเทศเข้าสู่สังคมผู้อายุ (age society) ในปี 2558 - 2573 และเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (completed age society) ในปี 2583 เมื่อผู้สูงอายุเป็นประชากรที่มีสัดส่วนสูง การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เอื้อต่อการดำรงชีวิต จึงเป็นส่วนสำคัญของการเตรียมความพร้อมภายใต้กรอบนโยบาย แผนงานต่าง ๆ ที่ภาครัฐได้มีประกาศออกมาอย่างต่อเนื่องและพยายามผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามแผนงาน อาทิ แนวทางส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานผู้สูงอายุ แนวทางการพัฒนาคนตลอดช่วงชีวิต แนวทางการจัดให้มีสภาพแวดล้อมและนวัตกรรมที่เอื้อต่อการดำรงชีวิตในสังคมสูงวัย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) แต่จากสถิติอัตราการเสียชีวิตของผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปในประเทศไทยจากการพลัดตกหกล้มซึ่งสาเหตุประการหนึ่งคือการจัดสภาพแวดล้อมและนวัตกรรมที่ไม่เอื้อต่อการดำรงชีวิตในสังคมสูงอายุส่งผลต่อการบาดเจ็บ และเสียชีวิตของผู้สูงอายุ และจากการทบทวนงานวิจัยพบว่าการพลัดตกหกล้มของผู้สูงอายุเกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบ้าน (นงนุช วงศ์สว่าง และคณะ, 2560, น. 2492-2506) สอดคล้องกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (environment risk factors) มีความสัมพันธ์กับการเกิดการพลัดตกหกล้มทั้งภายใน และภายนอกบ้าน การประเมินและให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุ ในการจัดสิ่งแวดล้อมให้ปลอดภัยเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ไม่ควรละเลยในการการป้องกันการพลัดตกหกล้ม (ฐิติมา ทาสุวรรณอินทร์, 2559, น. 119-131)

ดังนั้นจากการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรที่ประเทศไทยมีสัดส่วนผู้สูงอายุสูงที่สุดเป็นอันดับ 4 ในทวีปเอเชียและเป็นอันดับสองในอาเซียน จึงต้องเตรียมพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ อารมณ์ สังคม และที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย ที่ผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุมีความแตกต่างจากผู้บริโภควัยอื่น ๆ รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภค เปลี่ยนแปลงไปตามโครงสร้างทางสังคมจากการที่ผู้สูงอายุสมัยใหม่เป็น Active seniors ที่ใช้ชีวิตอย่างกระฉับกระเฉง มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ชัดเจน รักษาภาพลักษณ์ของตนเอง จึงไม่ต่างกับพฤติกรรมของวัยทำงานหรือวัยรุ่น นักการตลาดที่แบ่งส่วนตลาดด้วยช่วงวัย อาจไม่สำคัญหรือจำเป็นเท่ากับการแบ่งส่วนตลาดด้วยพฤติกรรมและความสนใจของผู้สูงอายุ (วัชราภรณ์ ชีวศิษฐ, 2562, น. 38-54)

เฟอร์นิเจอร์หรืออุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุ จึงกลายเป็นโอกาสของธุรกิจอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทย เพราะผู้สูงอายุเป็นกลุ่มประชากรสัดส่วนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นกลุ่มประชากรที่มีกำลังซื้อ มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ทันสมัย ยังสามารถทำงานได้พร้อมเปิดรับสิ่งใหม่ การดำเนินชีวิตส่วนใหญ่อยู่ภายในที่พักอาศัย สินค้าและบริการกลุ่มเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่ง สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตจึงเป็นสินค้าและบริการที่ผู้สูงอายุกำลังให้ความสนใจ เช่น เตียงนอน/โต๊ะเก้าอี้ปรับระดับได้ พื้นกระเบื้องกันลื่น ราวจับ อุปกรณ์ sensor ตามจุดต่างๆ ในบ้านที่เชื่อมโยงกับสมาร์ทโฟน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561)

แม้ว่าปัจจุบัน ภาคธุรกิจมีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อส่งเสริมสุขภาพและเพื่อสนับสนุนการดำรงชีวิตประจำวัน ของผู้สูงอายุให้มีความสะดวกสบาย และมีปลอดภัยมากขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์อาหาร และ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เสริมความงามผิว เครื่องมือ เครื่องใช้ และเฟอร์นิเจอร์ (รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว, 2561, น. 42-50) แต่กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุที่ซื้อสินค้าสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ ยังมีสัดส่วนไม่มาก เมื่อเทียบกับกลุ่มลูกค้าวัยทำงาน ที่ซื้อสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์สิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับวัยทำงาน กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุจึงเป็นโอกาสในการขยายตลาดเฟอร์นิเจอร์ ดังนั้นธุรกิจเฟอร์นิเจอร์จึงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ สำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย เพื่อสามารถกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุ

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

เมื่อต้องกล่าวถึงปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อนั้น ควรต้องเข้าใจถึงความต้องการของมนุษย์ เพราะความต้องการก่อให้เกิดแรงจูงใจทางจิตวิทยา ที่จะตัดสินใจซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ๆ ทั้งนี้ความ

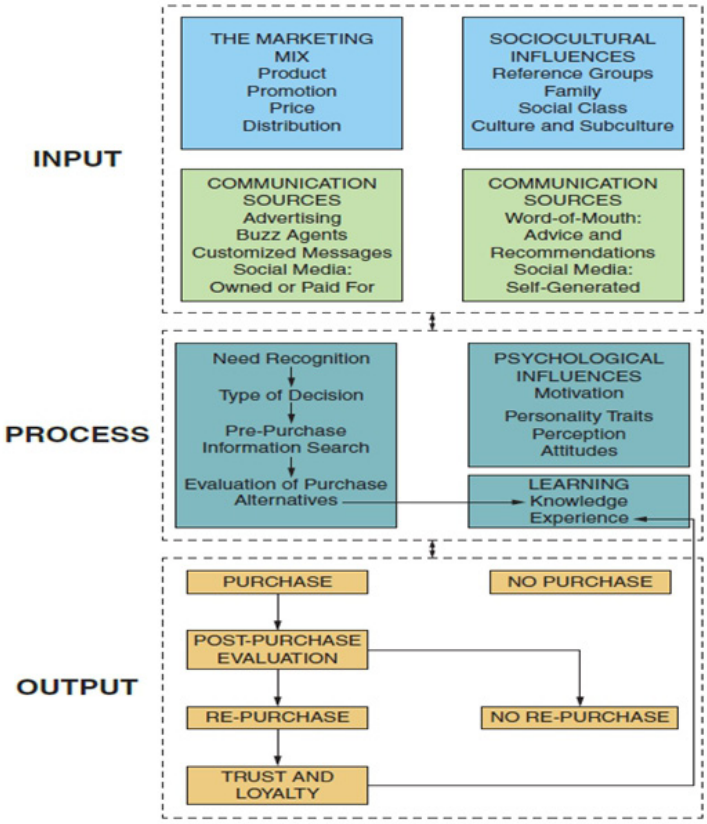
ต้องการของมนุษย์มีอยู่ 5 ระดับตามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของอับราฮัม มาสโลว์ ได้แก่ (1) ความต้องการทางกายภาพ physiological needs ถือเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานจากปัจจัย 4 ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต เป็นความต้องการจำเป็นที่ขาดไม่ได้หรือขาดไปจะส่งผลต่อความยากลำบากในการใช้ชีวิต (2) ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย safety and security needs เป็นความต้องการให้ได้รับการป้องกัน เช่น ความปลอดภัย คำสั่ง กฎหมาย ข้อจำกัด เสถียรภาพ ฯลฯ (3) ความต้องการทางสังคม social needs เป็นความต้องการทางด้านความสัมพันธ์ กล่าวคือ การได้รับความชื่มชม ได้รับความรักจากเพื่อนร่วมงาน จากครอบครัว ฯลฯ (4) ความต้องการได้รับการยกย่อง esteem and ego needs เป็นความต้องการที่มากขึ้นจากขั้นที่ 3 คือเป็นขั้นความต้องการได้รับการยอมรับยกย่องจากสังคมที่เราอยู่ อาทิ ได้รับการยอมรับจากเพื่อนที่เรียนเพราะมีผลการเรียนดีเด่น ได้รับการยอมรับจากเพื่อนที่ทำงานเพราะเป็นคนทำงานเก่งและ (5) ความต้องการตอบสนองความฝันในชีวิต self-actualization needs การบรรลุเป้าหมายด้วยตนเอง แสวงหาการเติบโตส่วนบุคคลและประสบการณ์สูงสุด เพื่อให้ตนเองประสบความสำเร็จตามความต้องการหรือตามความใฝ่ฝัน (Kotler and Keller, 2016, p.188, Schiffman and Wisenblit, 2015, p. 90-91) พฤติกรรมที่แสดงออกจึงเป็นสิ่งสะท้อนความต้องการที่ได้รับการตอบสนอง

จุดเริ่มต้นของการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค คือรูปแบบการตอบสนองต่อสิ่งเร้า การตลาดและการกระตุ้นสิ่งแวดล้อม เข้าสู่จิตสำนึกของผู้บริโภคและรูปแบบของกระบวนการทางจิตวิทยารวมกับลักษณะบางประการของผู้บริโภค เพื่อส่งผลให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ งานของนักการตลาดคือการเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตสำนึกของผู้บริโภคระหว่างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดภายนอก กับการตัดสินใจซื้อซึ่งเป็นขั้นสุดท้ายที่ต้องการให้ผู้บริโภคตัดสินใจ รูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ถูกกล่าวถึงในหลายๆ มุมมอง ดังเช่น รูปแบบการตัดสินใจของ Kotler และ Keller ที่แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยจิตวิทยาของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งปัจจัยจิตวิทยาดังกล่าวประกอบด้วย (1) แรงจูงใจ motivation (2) การรับรู้ perception (3) การเรียนรู้ learning และ (4) การจดจำ memory (Kotler and Keller, 2016, pp. 187-193) ส่วนมุมมองของ Schiffman และ Wisenblit นั้นมองว่าปัจจัยจิตวิทยาที่เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยนำเข้าของกระบวนการตัดสินใจ ประกอบด้วยคือ (1) แรงจูงใจ (2) บุคลิกภาพ (3) การรับรู้ (4) ทัศนคติ และ (5) การเรียนรู้ (Schiffman and Wisenblit, 2015, p. 82-150)

การตัดสินใจซื้อเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันตามการรับรู้ ซึ่งผลการตัดสินใจของผู้บริโภค จะส่งผลต่อสภาพเศรฐกิจ ทำให้มีการศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น การศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภคของ Tony Yeshin ที่ได้กล่าวถึงการทำความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคในระยะแรกการศึกษาเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภค มีแนวโน้มที่จะมุ่งเน้นไปที่ตัวแปรทางเศรษฐกิจเพื่ออธิบายความแตกต่างที่มีอยู่ในกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งให้ความเข้าใจที่จำกัดของกระบวนการการตัดสินใจ เนื่องจากการไม่สนใจปัจจัยทางจิตวิทยาที่เป็นตัวแปรสำคัญของการตัดสินใจของผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจประกอบด้วยขั้นตอนที่แยกออกจากกันและเป็นไปตามหลักวิชาการที่มีอยู่ ประกอบด้วยขั้นการรับรู้ปัญหา problem recognition ขั้นการรวมรวบข้อมูล information gathering ขั้นประเมินทางเลือก evaluation of alternatives และขั้นเลือกผลิตภัณฑ์ product choice ซึ่งในทางปฏิบัติการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้ง ไม่จำเป็นต้องปฏิบัติตามทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ และไม่จำเป็นต้องทำตามลำดับของกระบวนการ นอกจากนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อมาจากสภาพแวดล้อมล้อมรอบตัวผู้บริโภค เช่น วัฒนธรรม สถานะทางสังคม โดยเฉพาะกลุ่มอ้างอิงอย่างเพื่อนหรือคนในครอบครัวของผู้บริโภคที่สื่อสารข้อมูล ประสบการณ์ของตนที่ได้รับรู้หรือเรียนรู้มาถ่ายทอดให้กับผู้บริโภคได้รับรู้ ที่เรียกว่าการสื่อสารแบบปากต่อปาก และมาจากปัจจัยจิตวิทยา เช่น ความต้องการและแรงจูงใจ ทัศนคติ บุคลิกภาพ (Tony Yeshin ,1998, pp. 21-22)

Schiffman and Wisenblit (2015, p.47, 368-374) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเกิดขึ้นจากสี่ศาสตร์ ได้แก่ (1) ศาสตร์ด้านจิตวิทยา คือ การศึกษาจิตใจมนุษย์และปัจจัยทางจิตที่มีผลต่อพฤติกรรม เช่น ความต้องการ ลักษณะบุคลิกภาพ การรับรู้ ประสบการณ์ การเรียนรู้

และทัศนคติ (2) ศาสตร์ด้านสังคมวิทยา คือ การศึกษาการพัฒนาโครงสร้างการทำงานและปัญหาของสังคมมนุษย์ (3) ศาสตร์ด้านมนุษยวิทยา เป็นการเปรียบเทียบวัฒนธรรมและการพัฒนาของสังคมมนุษย์ เช่น ค่านิยมทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย และ (4) ศาสตร์ด้านการสื่อสาร เป็นกระบวนการให้หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลส่วนตัวหรือสื่อข้อมูลออกไปผ่านช่องทางต่าง ๆ และใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ ดังภาพ 2 แสดงรูปแบบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค



ภาพ 1 Consumer Decision Making Model

Note. From Consumer behavior. (P.368), by L.G. and Wisenblit, J.L., 2015, 11th edition. Carlisle Publishing Service: Courier Kendallville

จากภาพ 1 รูปแบบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซึ่งมีสามองค์ประกอบ ได้แก่

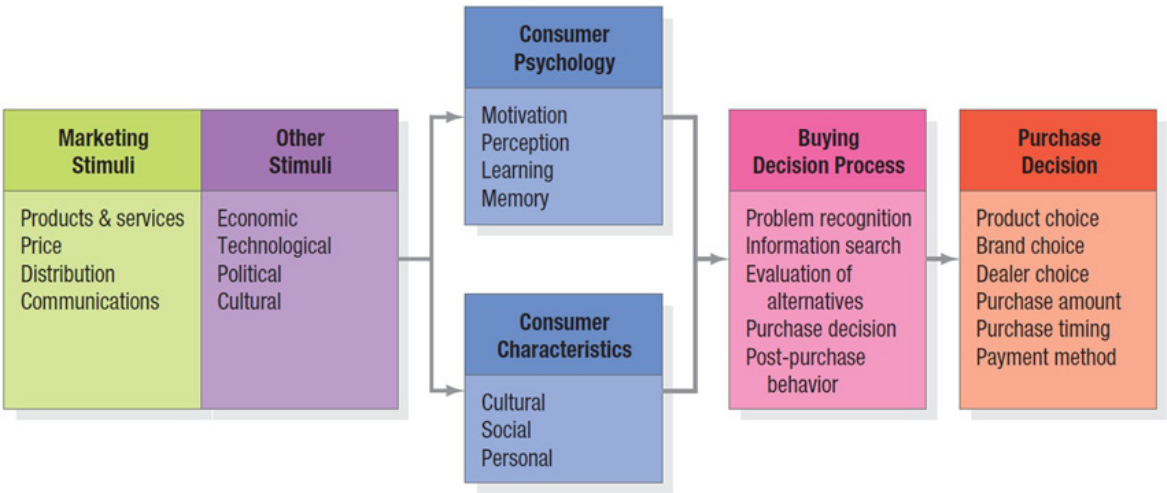
องค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้าของรูปแบบการตัดสินใจ ของผู้บริโภคประกอบด้วยอิทธิพลภายนอกสามประเภท ได้แก่ (1) ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยกลยุทธ์ที่ออกแบบมาเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค และชักชวนผู้บริโภคให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ การโฆษณาและความพยายามส่งเสริมการขายอื่น ๆ นโยบายการกำหนดราคาและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ถึงผู้บริโภค (2) อิทธิพลทางสังคมวัฒนธรรม ได้แก่ ครอบครัวของผู้บริโภค, เพื่อน, ชนชั้นทางสังคม, กลุ่มอ้างอิง, วัฒนธรรมและหรือวัฒนธรรมย่อย และ (3) การสื่อสารซึ่งเป็นกลไกที่ส่งมอบส่วนประสมการตลาดและอิทธิพลทางสังคมวัฒนธรรมให้กับผู้บริโภค เช่น การสื่อสารแบบปากต่อปาก การสื่อสารด้วยสื่อออนไลน์

องค์ประกอบด้านกระบวนการของรูปแบบเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นต้องพิจารณาอิทธิพลของแนวคิดทางจิตวิทยาประกอบด้วยอิทธิพลภายใน ได้แก่ (1) แรงจูงใจ motivation (2) บุคลิกภาพ personality traits (3) การรับรู้ perception (4) ทัศนคติ attitudes และ (5) การเรียนรู้ learning ซึ่งอิทธิพลดังกล่าวมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (1) รับรู้ถึงความต้องการ (2) การหาข้อมูลหลายทางเลือกเป็นการหาข้อมูลก่อนการซื้อ และ (3)การประเมินทางเลือก)

องค์ประกอบด้านผลลัพธ์ของรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วย พฤติกรรมการซื้อ purchase และการประเมินผลหลังการซื้อ post-purchase evaluation ซึ่งหากผู้บริโภคตัดสินใจซื้อซ้ำ re-purchase แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น trust และเกิดความภักดี loyalty ขึ้นในใจผู้บริโภค

Kotler and Keller, (2016, p. 187,194) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคยังได้รับอิทธิพลจากค่านิยมหลัก ระบบความเชื่อที่เป็นพื้นฐานของทัศนคติและพฤติกรรม ซึ่งค่านิยมหลักนั้นจะลึกลงไปมากกว่าพฤติกรรมหรือทัศนคติและตัดสินในระดับพื้นฐาน ทางเลือกและความต้องการของผู้คนในระยะยาว นักการตลาดที่เชื่อว่าด้วยการดึงดูดความสนใจ มีความเป็นไปได้ที่ทำให้เกิดอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ จะกำหนดเป้าหมายผู้บริโภคบนพื้นฐานของค่านิยมของผู้บริโภค นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย (1) ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยพื้นฐานในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น ความเชื่อ ระดับการศึกษา (2) ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เพราะเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น บทบาทหน้าที่ทางสังคมของผู้บริโภค สถานะทางครอบครัว สังคมที่เปลี่ยนไป ต้องก้าวให้ทันในสังคม (3) ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นปัจจัยจากคุณสมบัติส่วนตัวด้านกายภาพของผู้บริโภค เช่น อายุ เพศ อาชีพ รายได้ เศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต และ (4) ปัจจัยทางจิตวิทยา เป็นปัจจัยจากคุณสมบัติส่วนตัวด้านจิตใจหรือจิตวิทยาของผู้บริโภค เช่น ความเชื่อ เจตคติ การรับรู้ แนวความคิด และเมื่อมีสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นความรู้สึกหรือความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งของผู้บริโภค ย่อมมีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคเกิดการกระทำต่างๆเพื่อตอบสนองความรู้สึกหรือความต้องการ โดยหาเหตุและผลให้แก่ตนเองเป็นการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อโดยกระบวนการตัดสินซื้อของผู้บริโภคนั้น ประกอบ 5 ด้วยขั้นตอน กล่าวคือ (1) ขั้นการรับรู้ถึงความต้องการ (need recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (problem recognition) : เป็นขั้นที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง (2) ขั้นการค้นหาข้อมูล : เมื่อผู้บริโภครู้ความต้องการของตนเองแล้วก็จะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ทั้งแหล่งข้อมูลภายในและภายนอก (3) การประเมินผลทางเลือก : จะนำข้อมูลที่รวบรวมได้ในขั้นที่ 2 มาวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย เพื่อเปรียบเทียบหาทางเลือกและความคุ้มค่าในแต่ละทางเลือก (4) ขั้นการตัดสินใจเลือกทางเลือก : ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลในขั้นที่ 3 และ (5) ขั้นการประเมินภายหลังการซื้อ : ขณะที่ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อนั้นมาใช้ก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งผลการประเมินดังกล่าวของผู้บริโภคจากการใช้สินค้านั้น จะเป็นข้อมูลสำคัญในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคในครั้งถัดไป

Kotler และ Keller ยังกล่าวอีกว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การศึกษาว่าบุคคล กลุ่ม และองค์กรเลือกซื้อ เลือกใช้ และจำหน่ายสินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์เพื่อสนองความต้องการอย่างไร นักการตลาดจึงต้องเข้าใจทั้งทฤษฎีและความเป็นจริงของพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคมและส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลที่กว้างที่สุดและลึกที่สุด เพราะวัฒนธรรมเป็นปัจจัยพื้นฐานของความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ผ่านครอบครัวและสถาบันที่สำคัญอื่น ๆ นักการตลาดจะต้องใส่ใจกับคุณค่าทางวัฒนธรรมในทุกประเทศเพื่อทำความเข้าใจวิธีการทำการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้ดีที่สุดและหาโอกาสสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ นอกจากปัจจัยทางวัฒนธรรมแล้วปัจจัยทางสังคม เช่น กลุ่มอ้างอิง ครอบครัวและบทบาทและสถานะทางสังคม มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ เพราะกลุ่มอ้างอิงของบุคคลคือกลุ่มทั้งหมดที่มีอิทธิพลโดยตรงหรืออิทธิพลทางอ้อมต่อทัศนคติหรือพฤติกรรม ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีหลายบทบาท ผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนและสื่อสารถึงบทบาทและสถานะที่แท้จริงหรือสะท้อนความต้องการในสังคม สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ เช่น อายุและอาชีพและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ บุคลิกภาพและแนวคิดในตนเอง และวิถีชีวิตและค่านิยม สิ่งเหล่านี้มีผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมผู้บริโภค นักการตลาดจึงเป็นจึงต้องติดตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมาย



ภาพ 2 Model of Consumer Behavior

Note Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed). NJ: Pearson. p.187

จากภาพ 2 เป็นรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler and Keller จะเห็นได้ว่า การตัดสินใจซื้อเกิดจากการที่ผู้บริโภคดำเนินการในการเลือกผลิตภัณฑ์ product choice การเลือกแบรนด์ brand choice การเลือกผู้ขาย dealer choice จำนวนที่ซื้อ purchase amount ช่วงเวลาที่ซื้อ purchase timing เช่น ช่วงสุดสัปดาห์ และวิธีการชำระเงิน payment method เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักดี มะนะเวศ (2562, น. 75-87) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ชุดครัวนำเข้าของผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ชุดครัวนำเข้าของผู้บริโภค ส่วนหนึ่งของผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ คุณสมบัติสำคัญที่สุดของสินค้า ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ และการซื้อซ้ำ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ชุดครัวนำเข้าโดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านช่วงเวลาที่เดินเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ชุดครัวไม่แตกต่าง ส่วนการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ชุดครัวนำเข้าโดยรวม ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยระดับมากที่สุด คือ ด้านพฤติกรรมในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่มีรูปแบบตรงตามที่คาดหวัง รูปแบบการจ่ายชำระด้วยการผ่อนชำระบัตรเครดิต หรือชำระครั้งเดียวด้วยบัตรเครดิตมีอิทธิพลน้อยกว่ารูปแบบจ่ายชำระด้วยเงินสด

ถึงแม้ว่าปัจจัยจิตวิทยาเป็นอิทธิพลภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ (1) แรงจูงใจ motivation (2) บุคลิกภาพ personality traits (3) การรับรู้ perception (4) ทัศนคติ attitudes และ (5) การเรียนรู้ learning อย่างไรก็ดีเมื่อทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อจะพบว่าปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนั้นคือปัจจัยการตลาด ดังเช่น การศึกษาพฤติกรรมการซื้อของผู้สูงอายุเริ่มมีแพร่หลายในหลากหลายกลุ่มสินค้า ซึ่ง อรรนพ เรืองกัลปวงศ์ และสราวรรณ์ เรืองกัลปวงศ์ (2558, น. 78-94) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยาและการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร และ (3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นประชาชนผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในเขต

กรุงเทพมหานครจำนวน 9 คน กลุ่มที่ 2 คือ ประชาชนผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านแรงจูงใจ (เป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา) ด้านความเชื่อมั่น ด้านครอบครัว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านรูปแบบการดำรงชีวิต ด้านการส่งเสริมการตลาด และเพศ

ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล (2558, น. 51-61) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคสูงวัยในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้า ของผู้บริโภคสูงวัยในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคสูงวัยในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งในเขตเมืองและ 4 ภูมิภาค จำนวน 135 ตัวอย่าง พบว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้สูงวัยนั้นจะซื้อสินค้าในปริมาณที่พอดีต่อการบริโภค เลือกซื้อจากร้านค้าที่อำนวยความสะดวกในการซื้อด้วยบริการ 24 ชั่วโมง ร้านค้าต้องอยู่ใกล้ชุมชน หรือเป็นทางผ่านในการใช้ชีวิตประจำวัน และการส่งเสริมการขายของร้านค้าปลีกสมัยใหม่พบว่า ผู้บริโภคสูงวัยมีพฤติกรรมการซื้อจากการลดราคาสินค้ามากที่สุดและต้องการ การส่งเสริมการขายที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน และผู้สูงวัยส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาอุปสรรคจากการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ของชนิดา โมทองและทิพย์วรรณา งามศักดิ์ (2560, น. 115-133) ที่ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายเฟอร์นิเจอร์ร้าน ABC ในอำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา และ (2) เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้าน ABC เฟอร์นิเจอร์ โดยเก็บรวมรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน การกำหนดกลยุทธ์โดย TOW'S Matrix พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ในระดับสำคัญมากที่สุดได้แก่ ผลิตภัณฑ์แข็งแรงทนทาน หลากหลายสวยงาม ทันสมัย ราคาถูกเหมาะสม กับคุณภาพ ต่อรองได้ มีการลดราคา ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เจ้าของร้าน และพนักงานมีความเป็นกันเอง รับประกันคุณภาพ บริการรวดเร็วและพนักงานมีความชำนาญ

ปัจจัยการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้

1.การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (integrated marketing communication - IMC) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ Don E. Schultz กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เป็นแนวคิดผสมผสานการสื่อสารหลายรูปแบบ ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การตลาดโดยตรง การตลาดเชิงกิจกรรม การจัดแสดงสินค้า การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ การจัดทีมงานขาย สื่อเคลื่อนที่ การจัดสัมมนา หากกิจการเลือกใช้สื่อแต่ละชนิดได้ตามจุดเด่น และหากเลือกใช้สื่อใดและใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ไม่จำเป็นที่ต้องใช้สื่อให้ครบทุกประเภท การนำโปรแกรมการสื่อสารการตลาดมาใช้เพื่อจูงใจกลุ่มลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มลูกค้าคาดหวังในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ (Schultz, 1990, 1994 อ้างแล้วใน เยาวภา ปฐมศิริกุล, 2561, น. 138) สำหรับ Shimp มองว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (integrated marketing communication - IMC) คือ ขั้นตอนหรือกระบวนการในการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับแผนงานที่กิจการได้ว่างไว้ การสร้าง การรวมและการใช้งานรูปแบบต่าง ๆ ของการสื่อข้อมูลข่าวสารของกิจการออกไปยังกลุ่มลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการสื่อทางโฆษณา การส่งเสริมการขาย การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และรูปแบบอื่น ๆ ที่สื่อไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยหัวใจสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการคือ (1) เริ่มจากลูกค้าหรือผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้า (2) ใช้การสื่อสารเป็นการติดต่อหรือจุดสัมผัสที่เกี่ยวข้อง (3) การสื่อสารนั้นเป็นไปในทางเดียวกัน (4) เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์และ (5) การสื่อสารนั้นต้องมีส่งต่อพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้า (Shimp, 2007, pp. 4-7) นั้นคือส่งผลต่อ

พฤติกรรมการซื้อ นอกจากนี้ Kotler และ Keller กล่าวว่า กิจกรรมการสื่อสารการตลาดช่วยให้แบรนด์มีส่วนร่วมและเพิ่มยอดขายในหลาย ๆ ด้านโดยการสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์การสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ในความทรงจำของผู้บริโภค ทำให้เกิดการตัดสินใจในเชิงบวกหรือความรู้สึกของแบรนด์และสร้างความความภักดีของผู้บริโภคได้อย่างเข้มแข็ง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย การโฆษณา (advertising) การส่งเสริมการขาย (sales promotion) การตลาดเชิงกิจกรรมและประสบการณ์ (event and experience) การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ (public relations and publicity) การตลาดทางตรง (direct marketing) การตลาดเชิงโต้ตอบ (interactive marketing) การตลาดแบบปากต่อปาก (word-of-mouth marketing) และพนักงานขาย (personal selling) (Kotler & Keller, 2012, pp. 478-479) ต่อมาในปี 2016 Kotler และ Keller ได้กล่าวถึงการสื่อสารการตลาดแบบบูรณการ ที่ประกอบด้วย การโฆษณา (advertising) การส่งเสริมการขาย (sales promotion) การตลาดเชิงกิจกรรมประสบการณ์ (event and experience) การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ (public relations and publicity) การตลาดออนไลน์และโซเชียลมีเดีย (online and social media marketing) การตลาดบนมือถือและแท็บเล็ต (mobile marketing) การตลาดทางตรง (direct and database marketing) และพนักงานขาย (personal selling) และมองว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านกระบวนการหรือวิธีในการพยายามที่จะชักชวน เชิญชวน และเตือน ลูกค้าหรือผู้บริโภคโดยตรงหรือโดยอ้อมใดๆก็ตามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และแบรนด์ (Kotler & Keller, 2016, pp. 581-583) เป็นการทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และเสริมสร้างความภักดี

จากการศึกษางานวิจัยของธีรวีร์ วราธรไพบูลย์ (2559) ที่ได้ศึกษาการสร้างสื่อโปรโมชั่นที่ส่งผลต่อการบริโภคในธุรกิจค้าปลีก วัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาใช้บริการในธุรกิจค้าปลีก และ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยการสร้างสื่อโปรโมชั่นสินค้าที่ส่งผลต่อการบริโภคสินค้าในธุรกิจค้าปลีก โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการร้านค้าปลีกมากกว่า 5 ครั้งในหนึ่งสัปดาห์ เป็นการมาซื้อสินค้าทั่วไป การใช้บริการทางด้านการเงิน ส่วนปัจจัยการสร้างสื่อโปรโมชั่นพบว่า ประกอบด้วย สื่อต้องมีความชัดเจน มีเอกลักษณ์ มีความแตกต่างจากคู่แข่ง มีความสวยงาม จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ perception ซึ่งเป็นปัจจัยจิตวิทยา และสามารถทำนายการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ร้อยละ 59.2 (ธีรวีร์ วราธรไพบูลย์ ,2559, น. 62-50)

สำหรับธุรกิจในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ก็ได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดการตัดสินซื้อ และกลุ่มลูกค้าเดิมที่ต้องการให้กลับมาซื้อสินค้าซ้ำ ดังงานวิจัยของคณินภาสจ์ ขจร และบุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโมบายล์ แอปพลิเคชั่นของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโมบายล์ แอปพลิเคชั่นของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการเก็บข้อมูลเชิงลึก ร่วมกับการค้นคว้าหลักฐานจากเอกสารต่าง ๆ พบว่า บริษัทมีขั้นตอนการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 6 ขั้นตอน และใช้ 3 เครื่องมือในการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ เว็บไซต์บริษัท การประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายออนไลน์ การตลาดบนมือถือ นอกจากนี้ยังใช้สื่อออฟไลน์สนับสนุนการสื่อสารผ่านฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อโฆษณาในร้านค้า และการจัดกิจกรรมพิเศษ รวมถึงการมอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าสมาชิกเพื่อดึงลูกค้ากลับมาที่สาขาเพื่อซื้อสินค้าอีกครั้ง (คณินภาสจ์ ขจร และบุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์, 2559 น. 69-91)

ทั้งการจัดกิจกรรมพิเศษ และการมอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าเป็นการบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้าให้มีสายสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัท ซึ่งในปัจจุบันการจัดโปรแกรมหรือกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อให้โปรแกรมทางการตลาดหรือกิจกรรมพิเศษนั้นทำให้ลูกค้าได้รับพึงพอใจและรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าบริการหรือบริษัทผู้ขาย

2. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (customer relationship management - CRM) เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ Buttle ได้กล่าวถึงคำจำกัดความของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ว่าเป็นระบบบูรณาการข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนกำหนดเวลาและควบคุมกิจกรรมก่อนการขายและหลังการขายในองค์กร CRM รวบรวมทุกแง่มุม

ของการติดต่อกับลูกค้าและลูกค้ารวมถึงคอลล์เซ็นเตอร์ แรงขาย การตลาด การสนับสนุนทางเทคนิคและบริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เป้าหมายหลักของ CRM คือการปรับปรุงการเติบโตในระยะยาวและความสามารถในการทำกำไรผ่านความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น CRM มีพื้นฐานมาจากข้อมูลที่มีคุณภาพสูง เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและเปิดใช้งานเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยเทคโนโลยีสารสนเทศ กล่าวคือ CRM คือ “กลยุทธ์ธุรกิจหลัก” ที่มีเป้าหมายเพื่อ “สร้างและส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าเป้าหมายที่เป็นกำไรของบริษัท” (Buttle, 2009, p. 9,15) ซึ่งเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ สำหรับ Kotler มองว่า CRM เป็นเครื่องมือสำคัญในเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้า และการรักษาลูกค้า ดังนั้น CRM จึงมีบทบาทในกระบวนการทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ โดย (1) การกำหนดเป้าหมายโดยการระบุและสื่อสารกับลูกค้าที่มีศักยภาพและการย้ายลูกค้าเป้าหมายเหล่านี้ไปสู่การเป็นลูกค้าจริง (2) การจัดการการตอบสนองโดยการจัดการโอกาสในการขายและการสอบถามลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพเป็นพื้นฐาน (3) การชักนำลูกค้าเพื่อครอบคลุมกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและมีเป้าหมายที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า (4) การพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าและอาจเกี่ยวข้องกับการยกระดับแรงจูงใจด้านความภักดีและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ซื้อ (5) การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า โดยการแก้ปัญหาจากข้อร้องเรียนต้องเป็นที่พอใจของลูกค้า และ (6) การรักษาลูกค้าซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ (Kotler, 2003 อ้างแล้วใน Drummon, Ensor & Ashford 2008, p. 296) นอกจากนี้การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าเพื่อบริหารความสัมพันธ์จึงเป็นหัวใจสำคัญ โดยมีการจัดรูปแบบตาม Rapp และ Collins ซึ่งแบบจำลองในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า Traders และ Customer ได้แก่ (1) แบบจำลองการสร้างสัมพันธ์ด้วยรางวัล (reward model) เป็นแนวคิดการพยายามจัดโปรแกรมการให้รางวัลแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องกับพฤติกรรมเป้าหมายบางอย่างของลูกค้า (2) แบบจำลองการสร้างสัมพันธ์ตามเงื่อนไขสัญญา (contractual model) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบการผูกมัดลูกค้าตามเงื่อนไขสัญญาระหว่างลูกค้ากับบริษัทและลูกค้าจะได้รับประโยชน์หลักตามเงื่อนไขหรือพันธะสัญญานั้น (3) แบบจำลองการสร้างสัมพันธ์ด้วยคุณค่าเพิ่ม (value-added model) เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับเพิ่มเติมหรือนอกเหนือไปจากประโยชน์หลักที่ลูกค้าได้รับ ถือเป็นการทำให้ลูกค้าได้รับความรู้สึกที่เหนือกว่าความพึงพอใจของลูกค้า และ (4) แบบจำลองการสร้างสัมพันธ์ด้วยการให้ความรู้เฉพาะด้าน (educational model) เป็นการจัดโปรแกรมการให้ข้อมูลข่าวสาร สาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าซึ่งอยู่ในฐานข้อมูลของบริษัท (Rapp and Collins, 1996 อ้างแล้วใน เยาวภา ปฐมศิริกุล, 2561, p. 301) ซึ่งสุรเดช สุเมธาภิวัฒน์ ได้กล่าวถึงการเพิ่มประสิทธิผลในการส่งเสริมการขาย ที่มุ่งสู่ผู้บริโภคในยุค digital Marketing ซึ่งจะทำให้เกิดอิทธิพลต่อผู้บริโภคด้านโน้มน้าวความเชื่อ ด้านเปลี่ยนแปลงทัศคติ ด้านความรู้สึก นั่นคือมีอิทธิพลหรือส่งผลต่อจิตวิทยาของผู้บริโภค และเร่งพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการได้เร็วขึ้นกว่าปกติ ผ่านเครื่องมือการส่งเสริมการขายเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าประกอบด้วย (1) การแถมคูปองแลกสินค้า (Get Coupon more product) (2) การลดราคา (Price - off Deals) (3) การเล่นเกมส์สะสมแต้ม (Game Rate) และ (4) การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event - sponsorship) (สุรเดช สุเมธาภิวัฒน์, 2562, น. 172-177) จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับ Rapp และ Collins

นอกจากนี้งานวิจัยของ Wang and Feng (2013, pp.1678-1700) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสามารถในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า การวัดสิ่งที่มาก่อนและผลที่ตามมา โดยมีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อขยายมุมมองที่อิงกับทรัพยากรไปสู่บริบทของการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (2) เพื่อพัฒนารูปแบบการวัดความสามารถในการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และ (3) เพื่อสำรวจบุคคลสำคัญและผลที่ตามมาของความสามารถของ CRM โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่าแบบจำลองการวัดวัดความสามารถในการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มีสามปัจจัย คือ ความสามารถในการจัดการการโต้ตอบกับลูกค้า ความสามารถในการยกระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าและความสามารถในการชนะลูกค้า และผลลัพธ์ยังสนับสนุนอิทธิพลของการวางระบบลูกค้าขององค์กรที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางและเทคโนโลยีของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อความสามารถในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์รวมถึงอิทธิพลของความสามารถของในการบริหารลูกค้า

สัมพันธ์มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในปัจจุบันที่มีทั้งซื้อสินค้าแบบออนไลน์และออฟไลน์ก็เป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญ ดังเช่น Sunil (2015, pp. 442-455) ที่ได้ศึกษาเรื่องแนวโน้มและแนวทางปฏิบัติของผู้บริโภคที่ซื้อออนไลน์และออฟไลน์: การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภคโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อประเมินแนวโน้มและแนวทางปฏิบัติของผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของตนทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านข้อเสนอก่อนการขายซึ่งรวมถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้แก่ การลดราคา การขายพิเศษ ส่วนลด และคูปองซึ่งง่ายต่อการรับข้อมูลผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านนโยบายการแบ่งประเภทที่ดีกว่าและหลังการขายซึ่งรวมถึงการเลือกแบรนด์ และความหลากหลายบริการหลังการขาย อาทินโยบายการคืนเงิน แลกเปลี่ยนคุณภาพของสินค้า ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ในสต็อค ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รวมถึงความเร็วในการเลือกและซื้อประสบการณ์ทางสังคมและครอบครัว ตลอดจนค่าจัดส่ง และการจัดการและเรียกดูผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยต่าง ๆ สามารถสรุปเป็นตารางความสัมพันธ์และภาพความสัมพันธ์ของปัจจัยการตลาดกับการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการซื้อได้ดังนี้

ตาราง 1

สรุปข้อค้นพบจากแนวคิด ผลงารวิชาการและงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยจิตวิทยา และปัจจัยการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัย	แนวคิดและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
ปัจจัยการตลาด		
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	Don E. Schultz,1990, 1994 อ้างแล้วใน เยาวภา ปฐมศิริกุล, 2561	IMC เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ นำมาใช้เพื่อจูงใจกลุ่มลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มลูกค้าคาดหวังในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ
	Shimp and Andrews (2007)	ทำให้ลูกค้าหรือผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้า เกิดพฤติกรรมการซื้อ
	Kotler and Keller (2012)	กิจกรรมการสื่อสารการตลาดช่วยเพิ่มยอดขายในหลาย ๆ ด้านโดยผ่านการสร้างการรับรู้ perceptionถึงแบรนด์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ในความทรงจำของผู้บริโภคทำให้เกิดการตัดสินใจในเชิงบวก
	Kotler and Keller (2016)	เป็นกระบวนการชักชวน เชิญชวน ลูกค้าหรือผู้บริโภคโดยตรงหรือโดยอ้อมใดๆก็ตามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และแบรนด์ เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและเสริมสร้างความภักดี
	ธีรวีร์ วราธรไพบูลย์ (2559)	สื่อต้องมีความชัดเจน มีเอกลักษณ์ มีความแตกต่างจากคู่แข่ง มีความสวยงาม จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ perception และสามารถทำนายการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ร้อยละ 59.2

ตาราง 1 (ต่อ)

สรุปข้อค้นพบจากแนวคิด ผลงารวิชาการและงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยจิตวิทยา และปัจจัยการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัย	แนวคิดและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
	คณินภาสจ์ ขจรและบุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์ (2559)	เว็บไซต์บริษัท การประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายออนไลน์ การตลาดบนมือถือ นอกจากนี้ยังใช้สื่อออฟไลน์สนับสนุนการสื่อสารผ่านฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อโฆษณาในร้านค้า และการจัดกิจกรรมพิเศษ รวมถึงการมอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าสมาชิกเพื่อดึงลูกค้ากลับมาที่สาขาเพื่อซื้อสินค้าอีกครั้ง
การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	Buttle. F, (2009)	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นสร้างและส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าเป้าหมายที่เป็นกำไรของบริษัท เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ
	Kotler, 2003 อ้างแล้วใน Drummon, G., Ensor, J., & Ashford, R. 2008	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นการกำหนดเป้าหมายและสื่อสารกับลูกค้าที่มีศักยภาพและการย้ายลูกค้าเป้าหมายเหล่านี้ไปสู่การเป็นลูกค้าจริง (เกิดการตัดสินใจซื้อ)
	Sunil, D. (2015)	การลดราคา การขายพิเศษ ส่วนลด คูปองง่ายต่อการรับข้อมูล และนโยบายการคืนเงิน การแลกเปลี่ยนของสินค้า มีอิทธิพลต่อการซื้อ
	สุรเดช สุเมธาภิวัฒน์ (2562)	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ทำให้เกิดอิทธิพลต่อผู้บริโภคด้านโน้มน้าวความเชื่อ ด้านเปลี่ยนแปลงทัศคติ ด้านความรู้สึก นั่นคือมีอิทธิพลหรือส่งผลต่อจิตวิทยาของผู้บริโภค และเร่งพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการได้เร็วขึ้นกว่าปกติ ผ่านเครื่องมือการส่งเสริมการขายเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าประกอบด้วย 1.การแถมคูปองแลกสินค้า (Get Coupon more product) (2) การลดราคา (Price-off Deals) (3) การเล่นเกมส์สะสมแต้ม (Game Rate) และ (4) การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event-sponsorship)
	อรรนพ เรืองกัลปวงศ์ และสราวรรณ์ เรืองกัลปวงศ์ (2558)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านแรงจูงใจ (เป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา) ด้านความเชื่อมั่น ด้านครอบครัว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านรูปแบบการดำรงชีวิต ด้านการส่งเสริมการตลาด

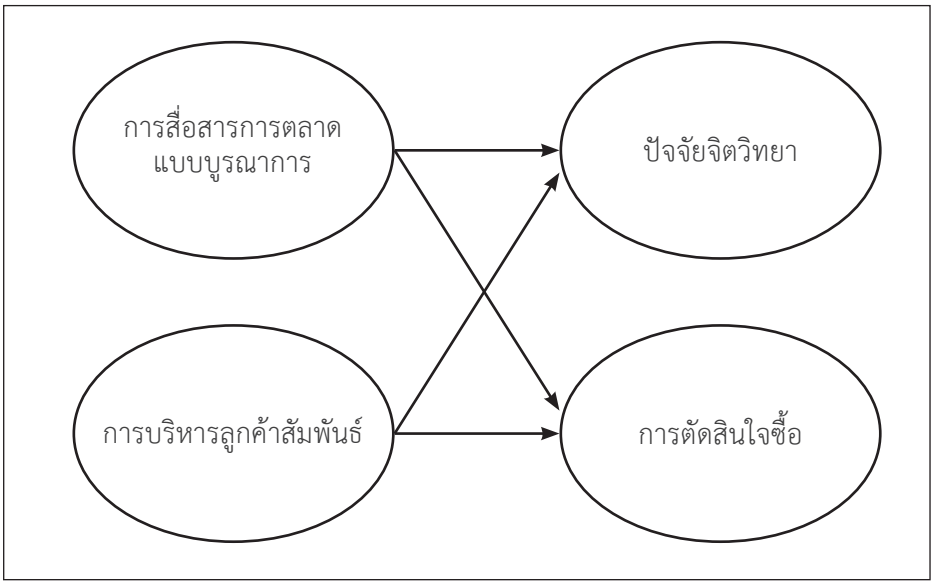
ตาราง 1 (ต่อ)

สรุปข้อค้นพบจากแนวคิด ผลงารวิชาการและงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยจิตวิทยา และปัจจัยการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัย	แนวคิดและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
	ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล (2558)	ผู้บริโภคสูงวัยมีพฤติกรรมการซื้อจากการลดราคาสินค้ามากที่สุด และต้องการ การส่งเสริมการขายที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน
	ภักดี มะนะเวศ (2562)	พบว่าปัจจัยด้าน ด้านพฤติกรรมในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่มีรูปแบบตรงตามที่คาดหวัง รูปแบบการจ่ายชำระด้วยการผ่อนชำระบัตรเครดิต หรือชำระครั้งเดียวด้วยบัตรเครดิตมีอิทธิพลน้อยกว่ารูปแบบจ่ายชำระด้วยเงินสด
	ชนิดา โมทอง และทิพย์วรรณา งามศักดิ์ (2560)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ในระดับสำคัญมากที่สุดได้แก่ ผลิตภัณฑ์แข็งแรงทนทาน หลากหลายสวยงาม ทันสมัย ราคาถูกเหมาะสมกับคุณภาพ ต่อรองได้ มีการลดราคา ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เจ้าของร้าน และพนักงานมีความเป็นกันเอง รับประกันคุณภาพ บริการรวดเร็วและพนักงานมีความชำนาญ
ปัจจัยจิตวิทยา	Kotler and Keller (2016)	ปัจจัยจิตวิทยาของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ และการจดจำ
	Schiffman and Wisenblit (2015)	-ปัจจัยจิตวิทยาที่เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยนำเข้าของกระบวนการตัดสินใจ ประกอบด้วยคือ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ การรับรู้ ทัศนคติ และการเรียนรู้ -ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรม (เช่น ความต้องการ ลักษณะบุคลิกภาพ การรับรู้ ประสบการณ์ การเรียนรู้ และทัศนคติ
	Tony Yeshin (1998)	ปัจจัยจิตวิทยาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ เช่น ความต้องการและแรงจูงใจ ทัศนคติ บุคลิกภาพ
	อรรนพ เรืองกัลปวงศ์ และ สราวรรณ์ เรืองกัลปวงศ์ (2558)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านแรงจูงใจ (เป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา) ด้านความเชื่อมั่น ด้านครอบครัว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านรูปแบบการดำรงชีวิต ด้านการส่งเสริมการตลาด

หมายเหตุ วิเคราะห์และสังเคราะห์โดยผู้เขียน

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยต่างๆ สามารถสรุปเป็นภาพความสัมพันธ์ของปัจจัยการตลาดกับการตัดสินใจซื้อได้ดังภาพ 3



ภาพ 3 ปัจจัยการตลาดที่มีความสัมพันธ์ทางตรงและทางอ้อมต่อการตัดสินใจซื้อโดยส่งผ่านปัจจัยจิตวิทยา

หมายเหตุ: วิเคราะห์และสังเคราะห์โดยผู้เขียน

บทสรุป

การศึกษาแนวคิดและงานวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ โดยส่งผ่านปัจจัยจิตวิทยา ซึ่งการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เป็นการวางแผนการใช้โปรแกรมการสื่อสารในรูปแบบต่างๆร่วมกันกับกลุ่มลูกค้าปัจจุบันหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มลูกค้าได้รับรู้ ทำให้เกิดทัศคติเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์ หรือธุรกิจ เป็นการกระตุ้นแรงจูงใจของลูกค้า ให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ เช่น การสื่อสารผ่านเว็บไซต์บริษัท การประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายออนไลน์ การตลาดบนมือถือ และสามารถสื่อสารผ่านช่องทางออฟไลน์ ร่วมกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อโฆษณาในร้านค้า และการจัดกิจกรรมพิเศษ รวมถึงการมอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าสมาชิกเพื่อดึงลูกค้ากลับมาที่สาขาเพื่อซื้อสินค้าอีกครั้ง กิจกรรมการการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ที่เรียกว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นปัจจัยการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ ซึ่งรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ถือเป็นการสร้างคุณค่าและส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าเป้าหมาย จากปัจจัยการตลาดที่กล่าวมาธุรกิจเฟอร์นิเจอร์สำหรับผู้สูงอายุ ควรนำไปปรับใช้โดยศึกษาพฤติกรรมการซื้อของผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและปรับรูปแบบการสื่อสารการตลาดของธุรกิจในสามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย ไปพร้อมกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการ

References

Buttle, F. (2009). *Customer Relationship Management* (2nd ed). NJ: Elsevier.

Chewasopit, W. (2019). Aging Society: The changed marketing factor. *Journal of MCU Nakhondhat, 6*(1), 38-54. (in Thai)

Drummond, G., Ensor, J., & Ashford, R. (2008). *Strategic Marketing* (3rd ed). NJ: Elsevier.

Kajohn, K., & Laphawattanaphan, B. (2016). Marketing Communication Strategies of Mobile Application by Home Products Center Public Company Limited. *Journal of Mass Communication, 4*(1), 69-90 (in Thai)

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). NJ: Pearson. Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). NJ: Pearson. Prentice Hall.

Mahasinpaisarn, T. (2015). Elderly Consumers Buying Behavior in Modern Retail Stores. *The Far Eastern University Gateway to Entrepreneurship, 8*(2), 51-61. (in Thai)

Manaves, P. (2019). Factors affecting consumer decision in buying imported kitchen furniture. *SSRU Graduate Studies Journal, 12*(1), 75-87 (in Thai)

Mothong, C., & Ngarmasak, T. (2017). Marketing Strategies To Increase Sales Revenue For The ABC Furniture, Sikhio District, Nakhon Ratchasima Province. *MBA-KKU Journal, 10*(2), 115-133. (in Thai)

Office of the National Economic and Social Development Board, Office of the Prime Minister, (2017). *The twelfth national economic and social development plan (2017-2021)*. Bangkok: Office of the National Economic and Social Development Board. (in Thai)

Pathomsirikul, Y. (2018). A Survey of Critical issues in Advanced Marketing Theory and Practice. NJ: Eastern Asia University. (in Thai)

Poomriew, R. (2018). Older Adults, Problem and their Innovation Product. *Journal of Health Education, 41*(2), 42-50. (in Thai)

Ruangkalpawonge, A., & Ruangkalpawongse, S. (2015). Factors Related to Decision Making to Buy Functional Food Products for Senior Citizens in The Bangkok Metropolis. *SDU Research Journal, 11*(2), 78-94. (in Thai)

Schiffman, L.G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Customer Behavior* (11th ed). NJ: Pearson. Prentice Hall.

Shimp, A. T. (2007). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communication* (7th ed). NJ: Thomsom.

Sumatapiwat, S. (2019). Consumer promotion strategy in digital marketing age. *Santapol College Academic Journal, 5*(1), 172-177. (in Thai)

Sunil, D. (2015) Trends and practices of consumers buying online and offline An analysis of factors influencing consumer's buying. *International Journal of Commerce and Management, 25*(4), 442-455,

Tasuwanin, T. (2016). The falling down on the elderly. *UBRU Journal for Public Health Research, 5*(2), 119-131 (in Thai)

Tony, Y. (1998). *Integrated Marketing Communications The holistic approach*. NJ: Butterworth-Heinemann.

Wang.Y., & Feng, H. (2012). Customer relationship management capabilities: Measurement, antecedents and consequences. *Management Decision, 50(1)*, 115-129.

Warathornpaiboon, T. (2016). Creating media of promotions for products that affect consumption in the retail business. *University of Thai Chamver of Commerce Journal Humanities and Social Sciences, 36*(4), 50-62. (in Thai)

Wongsawang, N., Jeenkhowkhum, D., Boonsiri, C., Melarplont, S., Somboosit, J., Khamthana, P., & Glomjai, T. (2017). Home Environmental Risks for Falls and Indecent of Falls in Older Adults. *Veridian E-Journal, Silpakorn University, 10*(3), 2,492-2,506 (in Thai)

The Processes of Generating Corporate Strategic Options and Selecting Strategic Alternatives
กระบวนการสร้างทางเลือกเชิงกลยุทธ์ในระดับองค์กรและการเลือกกลยุทธ์

Sookchok Thongsookularn
สุขโชค ทองสุขอุฬาร
Silpakorn University International College
วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Received: June 27, 2018
Revised: August 23, 2018
Accepted: August 23, 2018

Abstract

The objectives of this academic article are to review and to explain the process of generating corporate strategic options and the process of selecting strategic alternatives according to academic principle. An author has compiled all relevant contexts from textbooks and he has included his own views for better understanding about generating strategic options which cannot only finish at the stage of SWOT analysis and matching factors inside SWOT analysis, but the process of generating strategic options and the process of selecting strategic can be also run and categorized into three main stages as follows. Firstly, "The Input Stage" is generated into three matrices: "Internal Factor Evaluation matrix" (IFE matrix), "External Factor Evaluation matrix (EFE matrix), and Competitive Profile matrix (CP matrix). Secondly, "Matching Stage" is generated into four matrices: "Threat, Opportunity, Weakness and Strength" matrix (TOWS matrix), "Strategic Position and Action Evaluation" matrix (SPACE matrix), "Boston Consultant Group" matrix (BCG matrix) and "Internal – External" Matrix (IE matrix). Finally, after strategic alternatives were created, the leaders of the organizations need to make their decisions to select the most appropriate strategic alternatives from the second stage in order to deliver the optimum results by employing "Quantitative Strategic Planning" matrix (QSP matrix).

Keywords: input stage, matching stage, decision stage, strategic options

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการที่จะทบทวนและอธิบายกระบวนการในการสร้างกลยุทธ์ในระดับองค์กรและการเลือกกลยุทธ์ตามหลักวิชาการ โดยผู้เขียนได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากตำรา ต่างๆ รวมทั้งเพิ่มเติมจากมุมมองของผู้เขียนเข้าไปด้วยเพื่อต้องการให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น ว่าการสร้างกลยุทธ์ในระดับองค์กรนั้นไม่ใช่แค่การทำการวิเคราะห์ SWOT แล้วสิ้นสุดเพียงเท่านั้น ซึ่งกระบวนการในการสร้างและเลือกกลยุทธ์ในระดับองค์กรนั้นสามารถแยกออกมาได้เป็นสามขั้นตอนหลักๆ ดังต่อไปนี้คือ ขั้นตอนที่1 คือขั้นตอนการกำหนดปัจจัยนำเข้าหรือที่เรียกว่า The Input Stage ทำให้เกิดสามแมททริกคือ แมททริกปัจจัยภายในที่เรียกว่าIFE Matrix อันที่สองคือ แมททริกปัจจัยภายนอกหรือที่เรียกว่าEFE Matrix และสามแมททริกตำแหน่งทางการแข่งขันหรือที่เรียกว่า CP Matrix ขั้นตอนที่สองคือขั้นตอนในการจับคู่เพื่อสร้างทางเลือกเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กร มีอยู่ด้วยกัน สี่แมททริก ได้แก่ TOWS Matrix, SPACE Matrix, BCG Matrix และ IE Matrix และเมื่อได้ทางเลือกเชิงกลยุทธต่างๆแล้ว ผู้บริหารองค์กรจึงตัดสินใจว่าองค์กรควรที่จะเลือกนำเอากลยุทธ์ที่เหมาะสม ที่ได้มาจากขั้นตอนที่สอง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กรโดยใช้เครื่องมือที่เรียกว่า QSP Matrix มาเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ

คำสำคัญ: ขั้นตอนปัจจัยนำเข้า, ขั้นตอนในการจับคู่, ขั้นตอนในการตัดสินใจ, ทางเลือกเชิงกลยุทธ์

Introduction

Prior to generating and selecting strategic options for organizations, strategic management has to be defined as an organizational management which aims to maintain competitive status of the organizations and to elevate more profitable performance than their peers who refrain from applying strategic management (Olsen, 2012, p.15). In strategic management, there are three major components: strategic analysis, strategic formulation, and strategic implementation and control. If some components are missing, it cannot be counted as strategic management. In this article, the author would like to explain the process of generate corporate strategic options in the organizational level. This process is a partial element of "Strategic Formulation". In order to identify the appropriate strategies, it is important to start with strategic environmental analysis in order to define the strategic factors. Therefore, this is essential for organizations to apply SWOT analysis so as to identify their strengths, weaknesses, external opportunities, and environmental threats. It could be stated that SWOT analysis can help leaders of the organizations to compare their business' performances with their competitors. Bateman & Snell (1999, p. 137) asserted that strategic analysis will provide deep understanding of the factors, which affect business' operations: strengths that help achieve the goals, weaknesses that need to be solved, and opportunities and threats that deprive the business from the well-set goals. Therefore, environmental analysis concerning with strategic formulation at corporate level needs to be explored. After environmental analysis has been well defined through SWOT analysis, there are several strategic options: forward integration, backward integration, horizontal integration, market penetration, market development, product development, concentric diversification, conglomerate diversification, horizontal diversification, joint venture, retrenchment, divestiture, and liquidation and combination. Each alternative has countless variations as well (David, 2001, p.163).

Although there is a wide range of alternatives available, it is vital for the organizations' leaders to make decision in order to create the promising result and maintain competitive status for the organizations. In order to achieve the most appropriate strategic options, there are processes to be done.

The process of generating strategic options and choosing particular strategies

Approximately, there are 13 strategies in corporate level strategy. Each option has its own specific character and qualification. Hence, according to academic principles, the process of choosing the particular strategies anticipating to the nature of the organizations can be generated into three stages: "In put stage", "Matching stage" and "Decision stage" (David, 2001). These can be explained as follows.

1. Input Stage

The data submitted to an input stage was derived from an analysis of internal and external environ ments and competitive situations. After data was input, three matrices can be formed: internal factor evaluation matrix (IFE Matrix), external factor evaluation matrix (EFE Matrix) and competitive profile matrix (CPM Matrix) (Serirat et al., 1981, p 139). Each matrix can be explained as follows.

1.1 Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix)

This matrix is primarily focused on organizational internal strengths and weaknesses. Its process can be categorized as follows (Wheelen & Hunger, 1995, p.147; Katsioloudes, 2006, p.103-104).

1) Critical internal factor identification is consisted of strengths (good image, reputation, and core competency) and weaknesses (slow and inflexible management).

2) Weight range is described as the importance of each factor. For example, between 0.0-1.0, if the weight is 0.0, this means such factor has the least importance. On the other hand, if the weight is 1.0, this means such factor is the most important one. The overall weighting score of every factor is 1.0. Hence, the success or failure of the organizations can be predicted through the total weighted score.

Table 1

Internal Factor Evaluation of Car Dealer "A" (adapted from David, 2001, p.153).

Critical Internal Factors	Weight 2	Ratting 3	Weighted Score 4
Strengths			
Reputation of the organization	0.15	4	0.60
Vigor of the workers	0.15	4	0.60
Location	0.25	4	1.00
Bulk capital	0.20	4	0.80
Weaknesses			
Slowness in management	0.15	2	0.30
Inflexibility in management	0.10	1	0.10
Total	**1.00**		**3.40**

3) Rating is derived from numeric evaluation ranging from 1-2-3-4. If the rating value is equal to 1, it refers to "major weakness". If the rating value is equal to 2, it refers to "minor weakness". If the rating value is equal to 3, it refers to "minor strength". Finally, if the rating value is equal to 4, it refers to "major strength".

4) Weighted score can be varied depending on the factors themselves.

5) Total score is obtained from the sum of weighted score from all factors which are the result of the multiplication of weight from all factors and evaluation score. The total score is ranged from 1.0 to 4.0. If the result is 2.5, this means that organization still maintains itself in "average" level. If the result is less than 2.5, this means that organization situation falls in "weakness" If the result is greater than 2.5, this means that organization situation remains "strong".

As can be seen from the table 1, IFE Matrix score of car dealer "A" is equal to 3.4. This can be implied that this dealer pertains itself to "strength" position.

1.2 External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix)

This matrix is an analysis of external opportunities and threats effecting to the organizations. This includes the impacts from society, economy, political system, culture, technology and legal issues. According to the table 2 below, the evaluation of EFE matrix is similar to Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix) (Katsioloudes, 2006, p.81-82).

1) Critical external factors are consisted of opportunities, which include financial support from institutions, and threats from competitors, which can cause the failure of business operation.

2) Weight range describes the importance of each factor. For example, between 0.0-1.0, if the weight is 0.0, this means that factor has the least importance. On the other hand, if the weight is 1.0, this means that factor is the most important one. Thus, the success or failure of the organizations can be predicted through the total weighted score. The overall weighting score of every factor is 1.0.

Table 2

External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix) of car dealer "A"

External Strategic Factor1	Weight 2	Ratting 3	Weighted Score 4
Opportunities			
Financial support/ loan from institutions	0.20	3	0.60
Tendency of car ownership in Thailand	0.15	3	0.45
Competitors' financial bankruptcy	0.20	4	0.80
Threats			
Stagnant country's economy	0.20	2	0.40
Low political stability of government	0.10	2	0.20
Low consumers' confidence	0.15	2	0.30
Total	**1.00**		**2.75**

3) Rating is derived from numeric evaluation ranging from 1-2-3-4. If the rating value is equal to 1, it refers to "poor response" which means this organization has few opportunities but a large number of threats. If the rating value is equal to 2, it refers to "average response" which means this organization remains itself in average level as its competitors. If the rating value is equal to 3, it refers to "above average" level of the organization. Finally, if the rating value is equal to 4, it refers to "superior" level of the organization.

4) Weighted score can be varied depending on the factors themselves.

5) Total weighted score is obtained from the sum of weighted score from all factors which is the result of the multiplication of weight from all factors and evaluation score. The total score is ranged from 1.0 to 4.0. If the result is 2.5, this means that organization still maintains itself in "average" stage. If the result is 4.0, this means that organization has great number of opportunities to run its business. If the result is 1.0, this means that organization situation falls in trouble from several external threats.

As can be seen from the table 2, EFE Matrix score of car dealer "A" equals 2.75 which can be implied that this dealer has great opportunities in running its business.

1.3 Competitive Profile Matrix (CPM)

This matrix shows the comparison of the competitive positions of the car dealers including an evaluation of internal and external factors, relationship of strategic positions, and organizational strengths and weaknesses through weighted, rating and total scores.

Table 3

Competitive Profile Matrix (CPM) of three Car Dealerships

		Car Dealer "A"		Car Dealer "B"		Car Dealer "C"	
Critical Success Factors	**Weight**	**Rating**	**Score**	**Rating**	**Score**	**Rating**	**Score**
Advertising	0.20	1	0.20	4	0.80	3	0.60
Product Quality	0.10	4	0.40	4	0.40	3	0.30
Price Competitiveness	0.10	3	0.30	3	0.30	4	0.40
Management	0.10	4	0.40	3	0.30	3	0.30
Financial Position	0.15	4	0.60	3	0.45	3	0.45
Customer Loyalty	0.10	4	0.40	4	0.40	2	0.20
Global/Nation Expansion	0.20	4	0.80	2	0.40	2	0.40
Market Share	0.05	1	0.05	4	0.20	3	0.15
Total	**1.00**		**3.15**		**3.25**		**2.80**

Note: the rating values can be described as follows: 1=major weakness, 2=minor weakness, 3=minor strength, and 4=major strength.

Regarding table 3, the total weighted score of 2.80 from car dealer "C" can be indicated as the weakest dealer while car dealer "B" is the strongest one (3.25).

2. Matching Stage

After critical information has been analyzed, strategic matching is taken place between internal and external factors through applying four matrices alternatively: TOWS, SPACE, IE, and BCG. The results from matching process depend heavily on the input information.

2.1 TOWS Matrix

This tool helps leaders of the companies to match internal and external factors strategically based on the relationships among threats, opportunities, strengths, and weaknesses. By matching these factors, there are four results of strategies, which are SO strategy, WO strategy, ST strategy and WT strategy (Turner, 2004, p.255-257).

Table4

TOWS Matrix

Internal and External Factors	Strengths (S), List 1, 2, 3...	Weaknesses (W), List 1, 2, 3...
Opportunities (0): List 1, 2, 3...	SO Strategies	WO Strategies
Threats (T): List threats 1, 2, 3...	ST Strategies	WT Strategies

According to the table 4, the companies will apply SO strategy with their internal strength which could help them take advantage over the competitors through external opportunities. The companies will utilize WO strategy when they found their internal weaknesses which need to be improved. When the companies have enough internal strengths, the impact from external threats will be reduced through ST strategy. WT strategy can be applied to minimize the internal weaknesses and refrain from environmental threats.

Regarding to an analysis of IFE and EFE matrices of car dealer "A" from table 1.1 and 1.2, it is found that IFE matrix score is 3.4 and EFE matrix score is 2.75. This could be implied that the positioning of the car dealer "A" is strong with high opportunities, so "SO" strategy can be applied. For example, if car dealer "A" found out some bankrupted competitors resulting from lack of financial liquidity, the car dealer "A" can manage merging and acquisition action over the competitors by extending the ceiling of liability or arranging long term loan. This can be counted as an internal strength.

2.2 Strategic Position and Action Evaluation Matrix (SPACE Matrix)

Naveegarn (1996, p. 276-280) has described SPACE Matrix as a business evaluation based on internal and external factors. Internal factors are consisted of financial strengths (FS), such as, profitability ratio and financial security, and competitive advantage (CA), such as, cost and service advantages. On the other hand, external factors are comprised of environmental stability (ES), such as, purchasing power and economic security, and industrial strength (IS), such as, industrial growth and marketing motivated ability.

Table 5

Factors of SPACE Matrix (Adapted from David, 2001, p.209)

Internal Strategic Position	External Strategic Position
Financial Strengths (FS)	**Environmental Stability (ES)**
Return on Investment Debt Management Financial Liquidity Current Ratio Cash Flow	Technology Disruption Inflation Rate Pricing Strategy Changed by Competitors Marketing Penetration Burden Competitive Pressure
Competitive Advantage (CA)	**Industrial Strengths (IS)**
Marketing Share Customer Loyalty Bargaining Power from Suppliers	Marketing Growth Potential Profitable Generated Potential Ease of Marketing Penetration

Development processes of SPACE Matrix can be described as follows:

1) Select some factors from financial strength, competitive advantage, environmental stability and industrial strength sections.

2) Place value on each factor. (2.1) Regarding to financial strength, if the value is +1, this means the financial strength belongs to the worst situation. In contrast, if the value is +5, this means the financial strength belongs to the best situation. (2.2). Regarding to industrial strength, if the value is +1, this means the industrial strength belongs to the worst situation. In contrast, if the value is +5, this means the industrial strength belongs to the best situation. (2.3). Regarding to environmental stability, if the value is -1, this means the environmental stability belongs to the best situation. In contrast, if the value is -5, this means the environmental stability belongs to the worst situation. (2.4). Regarding to competitive advantage, if the value is -1, this means the competitive advantage belongs to the best situation. In contrast, if the value is -5, this means the competitive advantage belongs to the worst situation.

3) Calculate average overall scores of financial strength, industrial strength, environmental stability and competitive advantage. All scores need to be summed and divided by the number of factors.

4) Place the values of average scores from financial strength (FS), industrial strength (IS), environmental stability (ES) and competitive advantage (CA) on the axes of SPACE Matrix.

5) Mark two values on “X” and “Y” axes by summing up the two values on “X” axis. Then, draw a line from “X” axis corresponding “Y” axis and make “XY” point.

6) Draw a vector line from the origin (0, 0) of the SPACE Matrix through the new intersection point. This will identify strategic options for the companies.

After placing the values and marking the vector on graph, there are four possible strategies can be drawn as can be shown on picture 1.SPACE Matrix

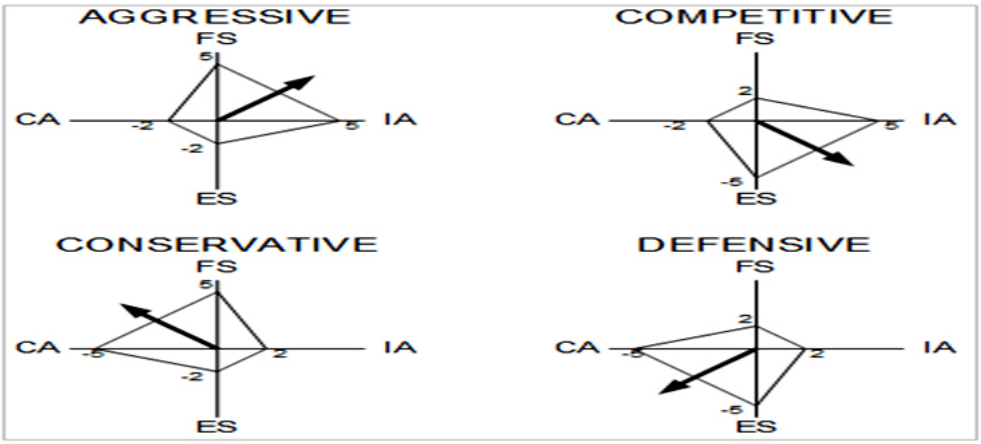


Figure 1 SPACE Matrix (David, 2001)

Firstly, the option can be "Aggressive Strategy" if the vector line points to the pair of (+5, +5). This means the company holds the most advantages on industrial strength (+5) and financial strength (+5). Therefore, it is recommended that this company will be able to seek external opportunities, to overcome the internal weaknesses and to refrain from external threats. Consequently, there are ten aggressive strategies which can be done by the company. (1) Marketing Penetration (2) Marketing Development (3) Product Development (4) Backward Integrated Strategy (5) Forward Integrated Strategy (6) Horizontal Integrated Strategy (7) Conglomerate Diversification (8) Concentric Diversification (9) Horizontal Diversification (10) Combination Strategy depending on the global situation.

Secondly, the option can be "Conservative Strategy" if the vector line points to the pair of (-5, +5). This means the company holds the worst situation on competitive advantage (-5), but it holds the most advantage on financial strength (+5). Therefore, it is recommended that this company will be able to exercise its performance based on its limited resource and cannot take risks in any situations. Consequently, there are four conservative strategies which can be done. (1) Marketing Penetration (2) Marketing Development (3) Product Development (4) Concentric Diversification.

Next, the option can be "Defensive Strategy" if the vector line points to the pair of (-5,-5). This means the company holds the worst situation on competitive advantage (-5) and environmental stability (-5). Therefore, it is recommended that this company needs to improve its internal weaknesses. Consequently, there are four strategies which can be done. (1) Retrenchment Strategy (2) Divestiture Strategy (3) Liquidation Strategy (4) Concentric Diversification.

Finally, the option can be "Competitive Strategy" if the vector line points to the pair of (+5,-5). This means the company holds the strongest situation on industrial strength (+5) but poses itself on the worst situation of environmental stability (-5). Therefore, there are seven strategies which can be done. (1) Backward Integrated Strategy (2) Forward Integrated Strategy (3) Horizontal Integrated Strategy (4) Marketing Penetration (5) Marketing Development (6) Product Development (7) Joint Venture Strategy.

2.3 BCG Growth Share Matrix

This matrix has been initiated by Boston Consultant Group (BCG) in the hope that the matrix will assist business owners to arrange their strategic business units (SBU) according to marketing growth rate and relative marketing share (Bowman

& Asch, 1987, p. 44-46; Schermerhorn, 1999, p. 167). Therefore, this matrix can be described as an analysis of the relationship between marketing growth rate and marketing share. The vertical axis of the graph can be placed as "Business Growth Rate" or "Marketing Growth Rate" whereas the horizontal axis can be placed as "Relative Marketing Share".

Marketing growth is an annual growth rate of each SBU while relative marketing share of each SBU needs to be compared with the sales of the major competitor. The result will be presented in the form of 4 matrices as shown in picture 2. on competitive advantage (-5) and environmental stability (-5). Therefore, it is recommended that this company needs to improve its internal weaknesses. Consequently, there are four strategies which can be done. (1) Retrenchment Strategy (2) Divestiture Strategy (3) Liquidation Strategy (4) Concentric Diversification.

Finally, the option can be "Competitive Strategy" if the vector line points to the pair of (+5,-5). This means the company holds the strongest situation on industrial strength (+5) but poses itself on the worst situation of environmental stability (-5). Therefore, there are seven strategies which can be done. (1) Backward Integrated Strategy (2) Forward Integrated Strategy (3) Horizontal Integrated Strategy (4) Marketing Penetration (5) Marketing Development (6) Product Development (7) Joint Venture Strategy.

2.3 BCG Growth Share Matrix

This matrix has been initiated by Boston Consultant Group (BCG) in the hope that the matrix will assist business owners to arrange their strategic business units (SBU) according to marketing growth rate and relative marketing share (Bowman & Asch, 1987, p. 44-46; Schermerhorn, 1999, p. 167). Therefore, this matrix can be described as an analysis of the relationship between marketing growth rate and marketing share. The vertical axis of the graph can be placed as "Business Growth Rate" or "Marketing Growth Rate" whereas the horizontal axis can be placed as "Relative Marketing Share".

Marketing growth is an annual growth rate of each SBU while relative marketing share of each SBU needs to be compared with the sales of the major competitor. The result will be presented in the form of 4 matrices as shown in picture 2.

Figure 2: BCG Growth Share Matrix

According to picture 2, there are four types of company's positions which can be explained as follows:

1. "Question Marks" can be described as the business with the high level of marketing growth but low level of relative marketing share. Therefore, this business would need flow of cash to extend marketing share and business to elevate itself to "Stars" level. There are two main strategies can be employed. A) Growth strategies: marketing penetration, marketing development, product development. B) Retrenchment strategies

2. "Stars" can be described as the business with the high level of marketing growth and high level of relative marketing share. The net profit margin of this business is high but its expenditure is high, too. This means the business needs to continue its investment in order to maintain its growth, so there is not enough cash flow in the business. Growth strategies (backward integration strategy, forward integration strategy, horizontal integration strategy, marketing penetration strategy, marketing development strategy, product development strategy and joint venture strategy) can be employed to elevate itself to "Cash Cows" level.

3. "Cash Cows" can be described as the business with the low level of marketing growth but high level of relative marketing share because its business and product have reached the fully grown level and it does not need any cash for further investment anymore. This business needs to maintain its marketing share by utilizing stabilized strategy and modest growth strategy. Although this business has enough cash to maintain its position in the market, they can invest another SBU which can be improved itself from "Stars" to "Cash Cows" or from "Question Marks" to "Stars".

4. "Dogs" can be described as the business with the low level of marketing growth and low level of relative marketing share. The profit margin and cash flow of this business are very low, but it needs cash flow to drive the business. Therefore, the strategies which can be applied are retrenchment strategies: divestiture strategy, harvesting strategy, or turnaround strategy (Wright, Kroll & Parnell, 1998, p.120).

2.4 Internal – External Matrix (IE Matrix)

Wheelen & Hunger (1995, p.123) have conceptualized IE matrix as an evaluation of relationship between "Internal Factor Evaluation Matrix" (IFE Matrix) and "External Factor Evaluation Matrix" (EFE Matrix). With this evaluation, the horizontal axis is defined as "Total Weighted Score of IFE Matrix" ranging from 3.00-4.00 (strong), 2.00-2.99 (average) and 1.00-1.99 (weak). In contrast, the vertical axis is defined as "Total Weighted Score of EFE Matrix" ranging from 3.00-4.00 (high), 2.00-2.99 (medium) and 1.00-1.99 (low). Likewise with the BCG Matrix, IE Matrix has been divided into nine cells as follows:

1) Strong IFE total weighted scores and high EFE total weighted scores

2) Average IFE total weighted scores and high EFE total weighted scores

3) Weak IFE total weighted scores and high EFE total weighted scores

4) Strong IFE total weighted scores and medium EFE total weighted scores

5) Average IFE total weighted scores and medium EFE total weighted scores

6) Weak IFE total weighted scores and medium EFE total weighted scores

7) Strong IFE total weighted scores and low EFE total weighted scores

8) Average IFE total weighted scores and low EFE total weighted scores

9) Weak IFE total weighted scores and

low EFE total weighted scores

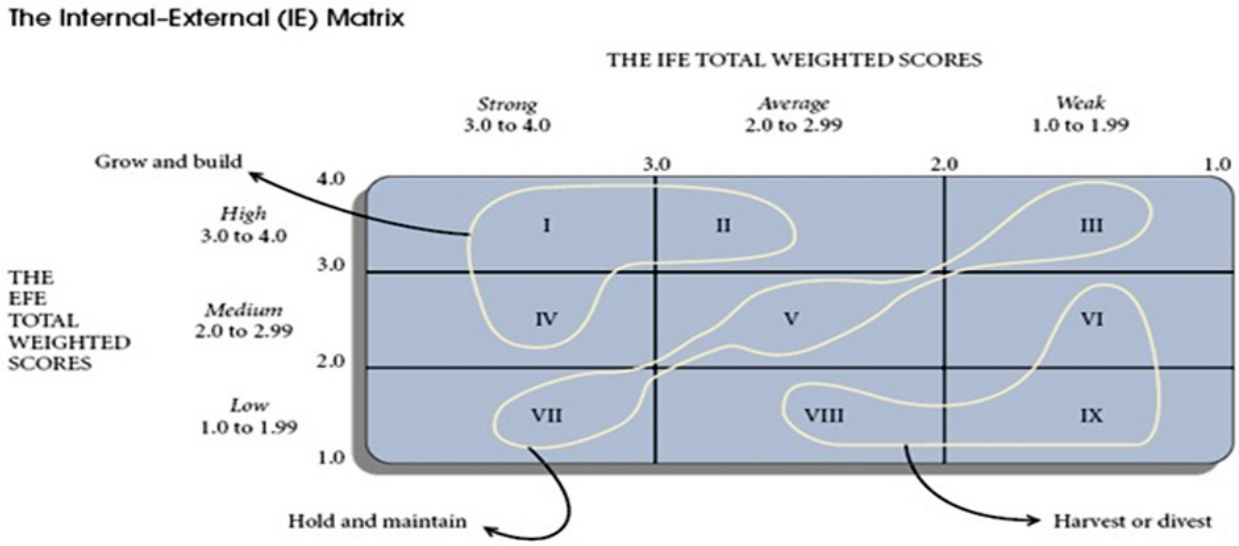


Figure 3: *Internal – External Matrix (IE Matrix) (Adapted from David, 2001)*

AAccording to the picture 3, those nine cells have been classified into three main groups (David, 2001, p. 215-217) (1) Cells no. 1, 2 and 4 are defined as "Grow and Build" strategy which focuses on "Intensive Growth Strategy" and "Integrated Growth Strategy". The business can apply marketing penetration, marketing development and product development strategies which are derived from "Intensive Growth Strategy". As well as this, the business can employ "Backward Intgration", "Forward Integration" and "Horizontal Integration" strategies which are stemmed from "Integrated Growth Strategy". (2) Cell no. 3, 5 and 7 are defined as "Hold and Maintain" strategy which focuses on marketing penetration and product development strategies. (3) Cells no. 6, 8 and 9 are defined as "Harvest or Divestiture" strategy which focuses on retrenchment strategy.

3. Decision Stage

David (2001, p. 219-222) has identified "Decision Stage" as the final stage of the process of generating corporate strategic options and selecting strategic alternatives. At this stage, the companies' leaders will apply "Quantitative Strategic Planning Matrix" (QSP Matrix) in order to finalize their decision by evaluating internal factors (organizational strength and weakness) and external factors (organizational opportunity and threat) as can be seen from table 6 below:

Table 6

QSP Matrix for Car Dealership Company

		Strategic Alternatives			
		Market Development		Market Penetration	
Key Factors	Weight	AS	TAS	AS	TAS
Opportunities					
Desire of car ownership	0.5	4	0.6	3	0.45
Financial support from institution	0.10	4	0.4	2	2
Competitors' financial crisis	0.25	4	1	3	0.75
Threats					
Stagnant domestic economy	0.20	2	0.4	3	0.6
Low consumer's confidence	0.10	2	0.2	3	0.3
Great numbers of competitors in the same area	0.20	4	0.8	2	0.4
	1.00				
Strengths					
Company's Reputation	0.15	4	0.6	4	0.6
Highly motivated staff	0.10	2	0.2	4	0.4
Location	0.20	2	0.4	3	0.6
Bulk capital of the company	0.20	4	0.8	3	0.6
Weaknesses					
Slow management	0.15	2	0.3	2	0.3
Inflexible management	0.20	2	0.4	2	0.4
Total	1.00		6.1		5.6

AS=Attractiveness Score;
TAS=Total Attractiveness Score
Attractiveness Score; 1=Not acceptable; 2=possibly acceptable; 3= probably acceptable; 4=most acceptable.

From table 6 QSP Matrix car Dealership Company, it can be concluded that this car dealership company should apply "Marketing Development Strategy" rather than "Marketing Penetration Strategy" due to greater average score.

Summary

According to the mentioned data above, it can be concluded that the process of generating corporate strategic options can be categorized into three stages: input stage, matching stage and decision stage. These stages can be explained as follows. Firstly, in "Input Stage", the companies' leaders need to engage a strategic analysis through SWOT analysis tool. By applying this analysis, the leaders will be able to seek input information from internal and external strategic environments. In terms of external environment, this can be described as social, economic, technological, political and competitive environments.

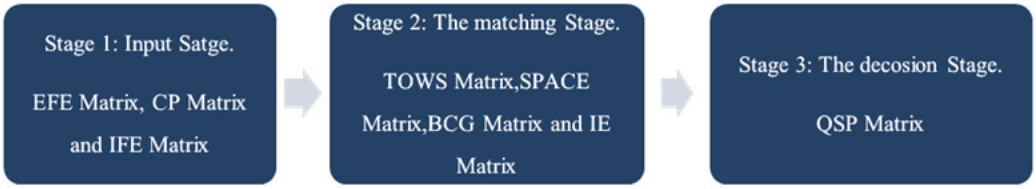


Figure 4: *The Strategic Creating Process Framework.*

After employing this analysis, the leaders will perceive the organizational opportunities and threats from external environments. As well as this, they will discover organizational strengths and weaknesses from internal environments. Then, the results can be generated into three matrices: EFE Matrix, CP Matrix and IFE Matrix. Secondly, in "Matching Stage", there are four strategic matrices: TOWS Matrix, SPACE Matrix, BCG Matrix and IE Matrix which can be utilized as a strategic selection for the organization. Finally, after several strategic options have been generated, "Decision Stage" needs to be applied. At this stage, the strategists need to evaluate the most appropriate strategic options in order to achieve the most profitable results. Those strategists can apply only one strategic option for the organization to implement. Then, the leaders of the organizations will utilize the "QSP Matrix" to make their decisions as can be seen in picture 4: the strategic creating process framework.

References

Bateman, T. S., & Snell, S. (1999). *Management: Building competitive advantage*. Boston: McGraw-Hill.

Bowman, C., & Asch, D. (1987). *Strategic management*. Hong Kong: Macmillan.

David, F. R. (2001). *Strategic management* (8th ed.). New Jersey: Donnelly & Sons.

Katsioloudes, M. (2006). *Strategic management global cultural perspectives for profit and nonprofit organization*. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Naveegarn, S. (1996). *Strategic management and business policy* (3rd ed.). Bangkok: Manager Publishing.

Olsen, E. (2012). *Strategic planning kits for dummies* (2nd ed.). Hoboken: John Wiley & Sons.

Schermerhorn, J. R. (1999). *Management* (6th ed.). New York: John Wiley & Son.

Serirat, S., et al. (1981). *Strategic management and cases*. Bangkok: Diamond in Business World. (in Thai)

Turner, S. (2014). *Tools for success: A manager's guide*. Bangkok: Mc-Graw Hill.

Wheelen, T. L., & Hunger, D. (1995). *Strategic management and business policy* (5th ed.). New Jersey : Addison-Wesley.

Wright,P., Kroll, M. J., & Parnell, J. A. (1998). *Strategic management concept and case*. New Jersey: Prentice Hall.

แนวทางการเขียนผลงานวิชาการในสาขาการพยาบาลศาสตร์ไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์

Guidelines for writing academic works in nursing science:
Without the violating of copyright Law

ชัชวาล วงค์สารี[1], เปรมวดี คฤหเดช[1] และเกตุนรินทร์ บุญคล้าย[2]

Chutchavarn Wongsaree[1] , Premwadee Karuhadej[2] and Ketnarin Bunklai

[1]อาจารย์ประจำ วิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

[1]Instructor, Collage of Nursing and Health, Suan Sunandha Rajabhat University

[2]อาจารย์ประจำ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี นพรัตน์วชิระ

[2]Instructor, Boromarajonani College of Nursing Nopparat Vajira

Received: July 3, 2018

Revised: November 26, 2019

Accepted: November 27, 2018

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายแนวทางการเขียนผลงานวิชาการในสาขาการพยาบาลศาสตร์ไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์และผู้เขียนมุ่งเสนอให้นักวิชาการพยาบาลได้ศึกษาทำความเข้าใจแนวทางให้ชัดเจนก่อนลงมือเขียนผลงานทางวิชาการสำหรับประกอบการขอตำแหน่งที่สูงขึ้นหรือก่อนเผยแพร่ผลงานวิชาการทางสื่อต่าง ๆ เนื้อหาในบทความประกอบด้วย (1) ความหมายและลักษณะลิขสิทธิ์ผลงานวิชาการในศาสตร์การพยาบาล (2) แนวทางการเขียนผลงานวิชาการในสาขาการพยาบาลศาสตร์ไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ (3) ลักษณะการเขียนอ้างอิงให้ครอบคลุมเพียงพอตามหลักกฎหมายลิขสิทธิ์ (4) การตรวจจับการโจรกรรมทางผลงานวิชาการด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (5) กรณีศึกษาจากคำพิพากษาศาลฎีกาเกี่ยวกับการคัดลอกผลงานทางวิชาการ

คำสำคัญ: แนวทางการเขียนผลงานวิชาการ, ผลงานวิชาการในสาขาพยาบาล, การละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์, การคัดลอกผลงานวิชาการ

Abstract

The article aimed at explaining the guidelines for writing academic works in nursing science by violating of copyright Law and provide my academic staff with a clear understanding of the approach before writing academic papers for higher positions or for dissemination of academic papers. This article consists of: (1) the meaning and nature of copyright in academic work in nursing science (2) the guiding for writing academic works in nursing science by violating of copyright Law (3) the use of references according to copyright law (4) the detection of plagiarism academic theft by program (5) Case study: Judgment of the Supreme Court on plagiarism

Keywords: guidelines for writing academic works, academic writing in nursing science, violation of copyright Law, plagiarism

บทนำ

โลกยุคปัจจุบันถูกพัฒนาอย่างรวดเร็วด้วยหลักฐานเชิงประจักษ์ เทคโนโลยีสารสนเทศและปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่ถูกจัดการความรู้รวมถึงผลงานวิจัยถูกเผยแพร่วันละหลายล้านชิ้นงานทั่วโลกซึ่งผลงานเหล่านี้ถูกเรียกว่า “ผลงานวิชาการ” (Commission on Civil Service in Higher Education,2017) ผลงานวิชาการที่ถูกผลิตขึ้นและเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆนั้นล้วนมีผลกระทบศาสตร์นั้นๆในวงกว้าง บางชิ้นงานที่ถูกผลิตขึ้นให้ประโยชน์ตอบแทนเป็นมูลค่ามหาศาล(Tachaprasertporn, 2013) เช่น ผลงานวิจัย ตำรา หนังสือ บทความวิชาการ สิ่งประดิษฐ์นวัตกรรม รวมถึงงานเขียนวิจารณ์ตามแนวคิด รูปภาพ สื่อวีดีโอที่แพร่ในโซเชียลมีเดีย เป็นต้น ชื่อเสียงอันเป็นสิ่งบ่งบอกลิขสิทธิ์จะผูกติดกับผลงานวิชาการนั้น ๆ เสมอ (Kuljitjveewong, 2014)บ่อยครั้งที่เกิดข้อขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่ต้องฟ้องเป็นคดีในชั้นศาล เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาในวงวิชาการและวงการนักแสดง หน่วยงานยุติธรรมจึงต้องหามาตรการมาจัดระเบียบ สร้างความเป็นธรรมให้เจ้าของผลงาน มาตรการนี้ก็คือ กฎหมาย ที่เข้ามากำกับดูแลให้การคุ้มครองสิทธิของผู้สร้างสรรค์หรือที่เรียกว่า “ลิขสิทธิ์” ซึ่งเรียกว่า กฎหมายลิขสิทธิ์นั่นเอง

ภายใต้การคุ้มครองลิขสิทธิ์ของอนุสัญญากรุงเบอร์และข้อความตกลงทริปส์ (TRIPs) ที่ให้ทุกประเทศทั่วโลกยึดหลักเกณฑ์เดียวกันในการคุ้มครองลิขสิทธิ์ (Thaweechai, 2017) ประเทศไทยจึงเริ่มให้ความสำคัญกับลิขสิทธิ์อย่างจริงจังโดยมีพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537เป็นกฎหมายกำหนดกรอบขอบเขตลิขสิทธิ์และพัฒนาตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเรื่อยมาจนถึงฉบับล่าสุด คือ พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558 ซึ่งสรุปเนื้อหาใจความหลักเกี่ยวกับผลงานวิชาการที่พยาบาลต้องรู้คือตามมาตรา 6 ที่ระบุว่า งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ได้แก่ งานสร้างสรรค์ประเภทวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ ของผู้สร้างสรรค์ไม่ว่างานดังกล่าวจะแสดงออกโดยวิธีหรือรูปแบบอย่างใด ซึ่งกฎหมายลิขสิทธิ์จัดเป็นหนึ่งในกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (Kuljitjveewong, 2014) จึงถูกพัฒนาให้ทันการเปลี่ยนสังคมอยู่เสมอปัจจุบันประเทศไทยเริ่มคุ้มครองลิขสิทธิ์บนสื่อดิจิตัล บุคคลที่กระทำการละเมิดลิขสิทธิ์เคยต้องโทษด้วยถูกพิพากษาสูงสุดทั้งทางอาญา แพ่ง ต่างปรากฏให้เห็นในประเทศไทยมาแล้วทั้งสิ้น (Sindam,2016) เหตุจากการสร้างผลงานวิชาการทำให้บุคคลที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ตามกฎหมายต้องได้รับประโยชน์เต็มที่ อาทิ ค่าตอบแทน การขึ้นตำแหน่งระดับสูงจากการใช้ผลงานนั้นประกอบการเข้าสู่ตำแหน่ง และผลงานสร้างสรรค์ทางวิชาการยังผูกติดกับชื่อเสียงของบุคคลนั้น ๆ อีกด้วย กล่าวโดยสรุปผลงานวิชาการตามกฎหมายลิขสิทธิ์ เป็นผลงานที่มีผลต่อการได้ประโยชน์และเสียประโยชน์ของบุคคล ดังตัวอย่างกึ่งสมมติที่ผู้เขียนสรุปความเพื่อให้ผู้อ่านสะท้อนคิด ดังเหตุการณ์ต่อไปนี้ “ อาจารย์มหาลัยของรัฐบาลปัจจุบันดำรงตำแหน่งคณบดี ซึ่งก่อนเข้าสู่ตำแหน่งนี้ได้เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้ลูกศิษย์ระดับปริญญาโท หลังลูกศิษย์คนนี้สำเร็จการศึกษาได้รับเข้ามาทำงานในตำแหน่งอาจารย์ที่สถาบันเดียวกัน ด้วยพันธกิจของอาจารย์ระดับอุดมศึกษาคณาจารย์ต้องศึกษาวิจัยเพื่อหาองค์ความรู้ใหม่ทุกปี อาจารย์ท่านนี้จึงให้ลูกศิษย์ที่ตนเคยเป็นที่ปรึกษาทำงานวิจัยโดยขอรับเงินสนับสนุนการวิจัยจากเงินแผ่นดินของมหาวิทยาลัยโดยใช้ตนเองเป็นชื่อหลักและให้ลูกศิษย์เป็นผู้ร่วมวิจัย ต่อมาอาจารย์ท่านนี้ได้ใช้ผลงานวิจัยนี้เป็นเรื่องหลักยื่นประกอบการขอตำแหน่งทางวิชาการ ต่อมาได้รับพิจารณาอนุมัติให้ได้รับตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และเหตุจากการที่ได้รับตำแหน่งวิชาการนี้ทำให้อาจารย์เกิดภูมิฐานทางวิชาการสูงขึ้นผนวกกับวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกที่มีมาก่อนจึงถูกเลือกสรรเข้าสู่ตำแหน่งคณบดี หลังจากนั้น 1 ปี มีผู้ตรวจสอบพบว่าผลงานวิจัยหลักที่อาจารย์ท่านนี้ใช้ประกอบการขอตำแหน่งทางวิชาการมีลักษณะคล้ายคลึงกันกับวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทของผู้วิจัยร่วม และผู้ตรวจสอบพบได้ทำหนังสือประกอบหลักฐานยื่นฟ้องไปที่หน่วยงานที่มีอำนาจตรวจสอบ ผลการตรวจสอบพบว่าผลงานวิจัยข้างต้นได้คัดลอดดัดแปลงมาจากวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัยร่วมร้อยละ 84 ซึ่งเข้าข่ายการละเมิดลิขสิทธิ์ทางกฎหมาย.....” ประเด็นชวนคิดจากสถานการณ์ดังกล่าว คือ ผลการตัดสินที่จะเกิดขึ้นมีผลต่อตำแหน่งคณบดี ตำแหน่งทางวิชาการ โทษทางอาญา โทษทางแพ่ง โทษทางจริยธรรมของอาจารย์ผู้นั้นอย่างแน่นอน ความรุนแรงทางแพ่งกับการชดใช้ย่อมเกิด

ขึ้นกับกรณีนี้ ดังนั้นพยาบาลวิชาชีพปฏิบัติการและอาจารย์พยาบาลต่างต้องเขียนผลงานทางวิชาการเพื่อประกอบการขอตำแหน่งที่สูงขึ้นหรือเพื่อเผยแพร่ความรู้ทางสื่อต่าง ๆ นักวิชาการพยาบาลเหล่านี้ซึ่งเป็นทั้งผู้สร้างความรู้และผู้ใช้ความรู้จากผู้อื่นในเวลาเดียวกัน อนึ่งการเขียนเสนอความคิดที่คล้ายกันกับความคิดของนักวิชาการที่เขียนไว้ก่อนย่อมเกิดขึ้นได้เสมอและโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปก็สามารถตรวจจับการคัดลอดด้วยรูปแบบต่าง ๆ ได้เช่นกัน ดังนั้นเพื่อป้องกันปัญหาการคัดลอกหรือการโจรกรรมทางผลงานวิชาการ ผู้เขียนจึงได้วิเคราะห์เรียบเรียงพร้อมเสนอแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการเขียนผลงานวิชาการในสาขาพยาบาลศาสตร์ไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ โดยบางหัวข้อได้ยกคำพิพากษาของศาลฎีกาในคดีที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์อธิบายประกอบด้วย

1. ความหมายและลักษณะลิขสิทธิ์ผลงานวิชาการในศาสตร์การพยาบาล

ผลงานสร้างสรรค์วรรณกรรมในศาสตร์การพยาบาล จะประกอบไปด้วยชื่อ ความหมาย ลักษณะของผลงาน และชื่อผู้สร้างสรรค์ผลงานนั้น ๆ ผลงานวิชาการในสาขาพยาบาลศาสตร์จึงถูกคุ้มครองตาม มาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ด้วย (The Royal Thai Armed Forces,1994) ดังนี้

1.1 ลิขสิทธิ์ (Copyright) หมายถึง สิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวของผู้ที่รังสรรค์งาน ที่จะสามารถกระทำการใด ๆ กับงานที่ตนได้รังสรรค์ขึ้น เช่น การจำหน่าย จ่ายแจก ดัดแปลง ทำซ้ำ หรือเผยแพร่ ไม่ว่างานดังกล่าวนั้นจะสามารถจับต้องได้ หรือจับต้องไม่ได้ ประเภทของลิขสิทธิ์ที่กฎหมาย กำหนด ได้แก่ ศิลปกรรม ดนตรีกรรม นาฏกรรม วรรณกรรม โสตทัศนศึกษา ภาพยนตร์ สื่อบันทึก เสียง งานแพร่ภาพ งานกระจายเสียง หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือ แผนกศิลปะ เป็นต้น ซึ่งผลงานวิชาการในศาสตร์การพยาบาลถูกตีความอยู่ในผลงานสร้างสร้างสรรค์ด้านวรรณกรรม

1.2 ลักษณะของผลงานวิชาการในศาสตร์การพยาบาล ซึ่งผู้เขียนได้วิเคราะห์และอ้างอิงลักษณะของผลงานวิชาการในศาสตร์การพยาบาลตามประเภทผลงานทางวิชาการตามเอกสารแนบท้ายประกาศ ก.พ.อ. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์ พ.ศ. 2560 หน้า 41 ซึ่งแบ่งผลงานวิชาการไว้ 4 กลุ่ม รวม 15 ประเภท ขอยกตัวอย่างผลงานทางวิชาการที่พบได้ในศาสตร์การพยาบาล 9 ประเภท (Commission on Civil Service in Higher Education, 2017)ดังนี้

1.2.1 กรณีศึกษา นิยามว่า งานเขียนที่เกิดจากบุคคลหรือสถาบัน (หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รัฐบาล ฯลฯ) ศึกษาเหตุการณ์ การบริหารจัดการ คดีหรือกรณีที่เกิดขึ้นจริง มาจัดทำเป็นกรณีศึกษาเพื่อใช้ในการสอน (Teaching case study) ทั้งนี้ โดยการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ตามหลักวิชาการถึงสาเหตุปัญหาและปัจจัยอื่นๆ นำมาประกอบการตัดสินใจและกำหนดทางเลือกในการแก้ไขปัญหาตามหลักวิชาหรือทำข้อเสนอในการพัฒนาองค์กรหรือเพื่อให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมของบุคคลหรือพฤติกรรมขององค์กรเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการวิเคราะห์หาเหตุผลและแนวทางในการตัดสินใจตามหลักวิชาการหรือเพื่อวิเคราะห์ข้อเท็จจริงและการใช้ดุลพินิจตัดสินในคดีนั้น ๆ (หน้า 51)

1.2.2 งานแปล นิยามว่า งานแปลจากตัวงานต้นแบบที่เป็นงานวรรณกรรม หรืองานด้านปรัชญา หรือประวัติศาสตร์ หรือวิทยาการสาขาอื่นบางสาขาที่มีความสำคัญและทรงคุณค่าในสาขานั้น ๆ ซึ่งนำมาแปลแล้วจะเป็นการเสริมสร้างความก้าวหน้าทางวิชาการที่ประจักษ์ชัด เป็นการแปลจากต่างประเทศเป็นภาษาไทย หรือแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศ หรือแปลจากภาษาต่างประเทศภาษาหนึ่งเป็นอีกภาษาหนึ่ง (หน้า 52)

1.2.3 ผลงานวิชาการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนการเรียนรู้ นิยามว่า ผลงานวิชาซึ่งอาจดำเนินงานในรูปแบบการศึกษาหรือการวิจัยเชิงทดลองหรือวิจัยและพัฒนามีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมคุณลักษณะที่พึงประสงค์หรือแก้ไขพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน องค์ประกอบของผลงานประกอบด้วยคำอธิบายหรือข้อมูลหลักฐานสำคัญ ได้แก่ (1) สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้อกับการเรียนการสอน (2) แนวคิด ทฤษฎี หลักการและเหตุผลหรือความเชื่อที่ผู้สอนใช้ในการออกแบบการเรียนการสอนที่เป็นนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมผู้เรียนหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งนี้นวัตกรรมดังกล่าวอาจเป็นรูปแบบใหม่ของการสอนหรือเป็นการ

สอนแนวใหม่ หรือเป็นงานประดิษฐ์คิดค้นพัฒนาขึ้นใหม่ กิจกรรมใหม่หรือเทคนิคใหม่ในการจัดการเรียนการสอน รวมถึงการสร้างพัฒนาสื่อที่ใช้ในการเรียนการสอนใหม่ และ (3) กระบวนการและผลลัพธ์ในการนำนวัตกรรมนั้นไปทดลองใช้กับผู้เรียนในสถานการณ์จริง แสดงผลในการพัฒนาผู้เรียนให้มีลักษณะที่พึงประสงค์ โดยมีหลักฐานข้อมูลว่าได้เกิดการเปลี่ยนเปลี่ยนแปลงในผู้เรียนในทิศทางที่พึงประสงค์ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทั้งในผู้เรียนและผู้สอน (หน้า 48)

1.2.4 งานวิจัย นิยามว่า ผลงานวิชาการที่มีการศึกษาหรือค้นคว้าอย่างเป็นระบบด้วยวิธีวิทยาการวิจัยที่เป็นที่ยอมรับในสาขานั้นๆและมีที่มาและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นคำตอบหรือข้อสรุปรวมที่จะนำไปสู่ความก้าวหน้าทางวิชาการ (งานวิจัยพื้นฐาน) หรือการนำวิชาการนั้นมาใช้ประโยชน์ (งานวิจัยประยุกต์) หรือการพัฒนาอุปกรณ์หรือกระบวนการใหม่ที่เกิดประโยชน์ (หน้า 42)

1.2.5 สิทธิบัตร นิยามว่า เป็นสิทธิตามกฎหมายสิทธิบัตร (หน้า 57) ซึ่งเนื้อความทางกฎหมายจะเป็นลักษณะเฉพาะขอให้ผู้อ่านสืบค้นอ่านประกอบหากสนใจ

1.2.6 ผลงานวิชาการรับใช้สังคม นิยามว่า ผลงานวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมมีการจัดเวทีนำเสนอผลงานในพื้นที่หรือการเปิดให้เยี่ยมชมพื้นที่และจะต้องมีการเผยแพร่สู่ที่สาธารณะอย่างกว้างขวางในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่สอดคล้องกับผลงาน โดยการเผยแพร่นั้นจะต้องมีการบันทึกเป็นเอกสารหรือลายลักษณ์อักษรที่สามารถใช้อ้างอิงหรือศึกษาค้นคว้าต่อไปได้ (หน้า 61)

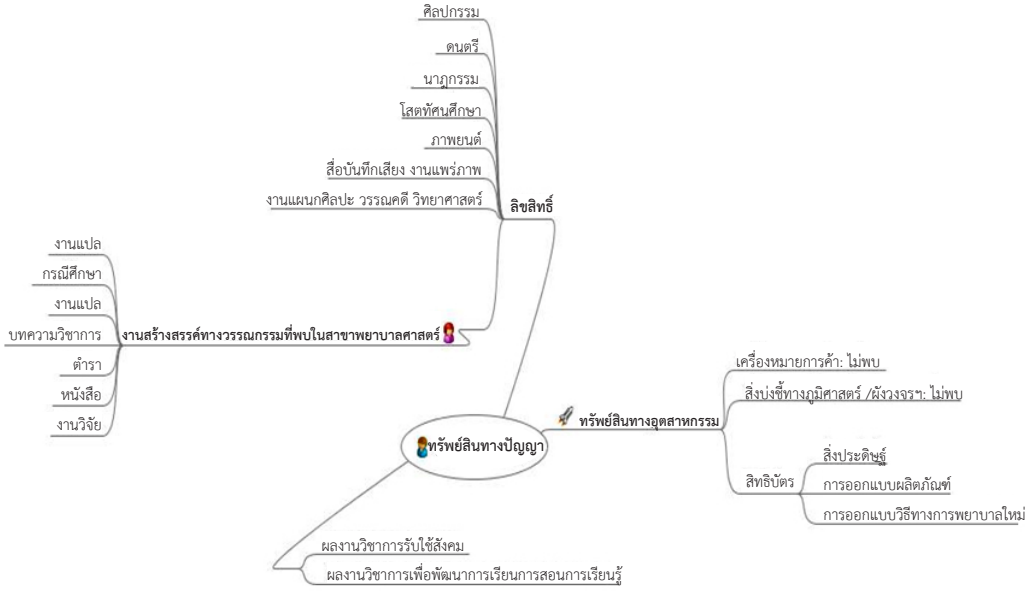
1.2.7 บทความวิชาการ นิยามว่า ผลงานเขียนทางวิชาการซึ่งมีการกำหนดประเด็นที่ต้องการอธิบายหรือวิเคราะห์อย่างชัดเจน ทั้งนี้มีการวิเคราะห์ประเด็นดังกล่าวตามหลักวิชาการ โดยมีการสำรวจวรรณกรรมเพื่อสนับสนุนจนสามารถสรุปวิเคราะห์ในประเด็นนั้นได้ อาจเป็นการนำความรู้มาจากแหล่งต่างๆมาประมวลร้อยเรียงเพื่อวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยที่ผู้เขียนแสดงทัศนะของตนไว้อย่างชัดเจนด้วย (หน้า 66)

1.2.8 ตำรา นิยามว่า เอกสารทางวิชาการที่เรียบเรียงอย่างเป็นระบบ อาจเขียนเพื่อตอบสนองเนื้อหาทั้งหมดของรายวิชา หรือส่วนหนึ่งของวิชา ซึ่งเกิดจากการนำข้อค้นพบจากทฤษฎี จากงานวิจัยของผู้เขียนหรือความรู้ที่ค้นคว้ามาวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวบรวมและเรียบเรียงโดยมีมโนทัศน์ของผู้เขียนกำหนดไว้เป็นแกนกลางซึ่งสัมพันธ์กับมโนทัศน์ย่อยอื่นอย่างเป็นระบบ มีเอกภาพสัมพันธภาพและสารัตถภาพตามหลักการเขียนที่ดี ใช้ภาษาที่เป็นมาตรฐานทางวิชาการและให้ความรู้ใหม่เป็นความรู้สำคัญที่มีผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อวงการวิชาการนั้น ๆ (หน้า 62)

1.2.9 หนังสือ นิยามว่า งานวิชาการที่เกิดจากการค้นคว้าศึกษาความรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างรอบด้านและลึกซึ้ง มีการวิเคราะห์และเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วยมโนทัศน์หลักที่เป็นแกนกลางและมโนทัศน์ย่อยที่สัมพันธ์กัน มีความละเอียดลึกซึ้งใช้ภาษาที่เป็นมาตรฐานวิชาการ ให้ทัศนะของผู้เขียนที่สร้างเสริมปัญญาความคิดและสร้างความแข็งแกร่งทางวิชาการให้แก้สาขาวิชานั้นๆหรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาของหนังสือไม่จำเป็นต้องสอดคล้องหรือเป็นไปตามข้อกำหนดของหลักสูตรหรือวิชาใดวิชาหนึ่งในหลักสูตรและไม่จำเป็นต้องนำไปใช้ประกอบการเรียนการสอนในวิชาใดวิชาหนึ่ง (หน้า 64)

กล่าวโดยสรุปผลงานวิชาการสาขาพยาบาลศาสตร์ 9 ประเภท ตามรูปที่ 1 ที่กล่าวมาข้างต้นต้องเกิดจากการกระบวนการพัฒนาวิชาการตามข้อบังคับของสถาบันอุดมศึกษานั้นๆ ซึ่งผู้มีอำนาจต้องแต่งตั้งมีผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกสถาบันตรวจประเมินผลงานดังกล่าวให้เป็นไปตามมาตรฐานวิชาการ

และบางรายการอาจจำเป็นต้องมีเลขที่ลิขสิทธิ์ตามกฎหมายกำหนดด้วย ผลงานวิชาการเหล่านี้จึงมีลิขสิทธิ์ผูกติดไปพร้อมกับการเผยแพร่ ฉะนั้นนักวิชาการพยาบาลต้องตรวจสอบความคิดที่ผู้อื่นเสนอเผยแพร่ไว้ก่อนแล้วให้ครอบคลุมด้วยการทบทวนวรรณกรรมที่ลึกซึ้ง และต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักการเขียนผลงานทางวิชาการในสาขาการพยาบาลศาสตร์ไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ รายละเอียดตามหัวข้อถัดไป



ภาพ1 สรุปผังความคิดทรัพย์สินทางปัญญาที่พบในสาขาพยาบาลศาสตร์

2. แนวทางการเขียนผลงานวิชาการในสาขาการพยาบาลศาสตร์ไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์

การคัดลอกผลงานทางวิชาการ หมายถึง การใช้งานหรือความคิดของบุคคลอื่นโดยไม่เขียนระบุถึงที่มาของความคิดนั้นหรือแสดงการรับรู้ความเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของผู้นั้น เพื่อทำให้ดูเสมือนเป็นงานหรือความคิดของตนเอง (Tampa, 2013) การโจรกรรมทางวิชาการถือเป็นขาดจริยธรรมของนักวิชาการและในบางกรณีอาจเข้าข่ายการละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ด้วย จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาพยาบาลศาสตร์ พบว่า “.....ปัจจุบันการละเมิดลิขสิทธิ์ทางผลงานทางวิชาการสาขาพยาบาลศาสตร์มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่ด้วยใจที่เอื้ออาทรของเจ้าของผลงานผนวกกับความเป็นพยาบาลที่มีความเมตตาธรรมสูง จึงไม่มีการฟ้องร้องหรือทำให้เป็นคดีในชั้นศาล....” อย่างไรก็ดีนักวิชาการทางการพยาบาลต้องตระหนักเกี่ยวกับการละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ให้มากขึ้นและต้องพิจารณาตัวบทกฎหมายให้ละเอียด รอบครอบ ชัดเจนและรัดกุมให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการง่ายต่อการหาความรู้ดังกล่าวผู้เขียนจึงเสนอแนวทางการเขียนผลงานวิชาการในสาขาการพยาบาลศาสตร์ไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ ไว้ 4 กรณี (Kuljitjveewong., 2014; Tampa, 2013) ดังนี้

2.1 การถอดความจากผลงานที่เผยแพร่ไว้แล้ว (paraphrase) หมายถึง การอ่านจับใจความคิดของข้อความก่อนสรุปความเขียนด้วยโครงสร้างประโยคใหม่แต่คงความหมายเดิมหรือคล้ายเดิมรวมถึงการแปลภาษาอื่นมาเป็นภาษาไทย และการปะติดปะต่อผลงานของนักวิชาการอื่นเข้าด้วยกันที่ต่างจากต้นฉบับเดิมแต่ยังให้ความหมายคล้ายเดิม (patchwork, mosaic) แนวทางปฏิบัติ (1) ต้องเขียนข้อความระบุที่มาตามสมควร โดยระบุรายละเอียดว่าดัดแปลงมาจากต้นฉบับของใครบ้าง ตัวอย่างเช่น บทบาท 4 มิติของผู้ประกอบวิชาชีพการพยาบาล (สรุปจาก : ชัชวาล วงค์สารีและอุทัยวรรณ พงษ์บริบูรณ์, 2557) (เรียบเรียง จาก : ชัชวาล วงค์สารีและอุทัยวรรณ พงษ์บริบูรณ์, 2557 และ เปรมวดี คฤหเดช,2561) เป็นต้น (2) การแปลงานของบุคคลอื่นสามารถทำได้บางตอนตามสมควร แต่หากต้องแปลจำนวนมากต้องได้รับหนังสืออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อนเสมอ

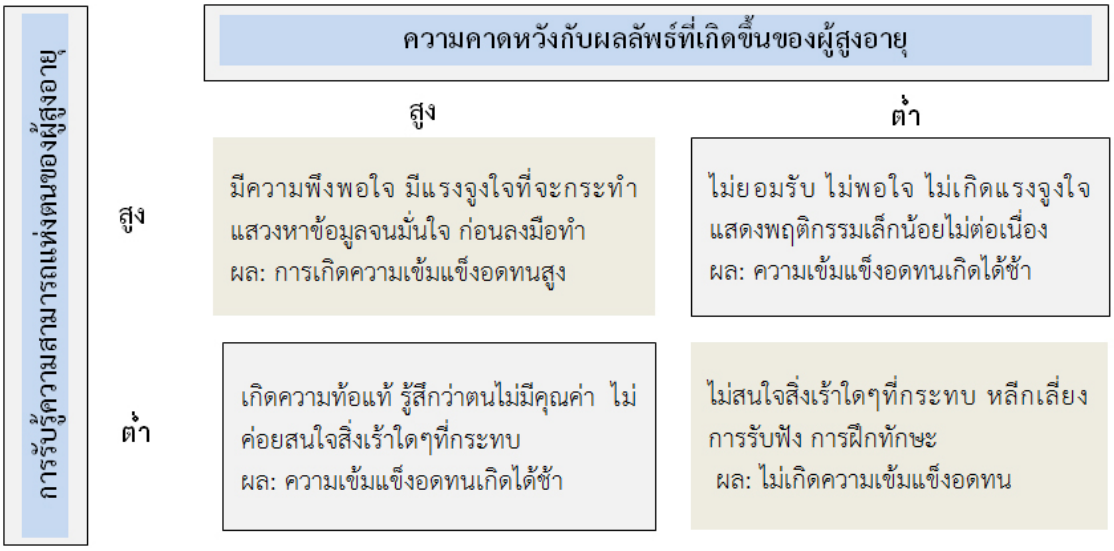
2.2 การคัดลอกแบบคำต่อคำหรือวลีต่อวลีจากผลงานที่เผยแพร่ไว้แล้ว (Verbatim and Apt phrase) หมายถึง การเขียนคัดลอกข้อความของผู้อื่นทำซ้ำโดยไม่มีการตัด ดัดแปลงใด ๆ แนวทางปฏิบัติ (1) ต้องใส่คำหรือวลีที่คัดลอกอยู่ในเครื่องหมายอัญประกาศ “.....” พร้อมทำตัวอักษรเอียงและระบุที่มี ตัวอย่างเช่น “1) ผู้ป่วยโรคไตวายเรื้อรังระยะสุดท้ายที่ฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียมที่มีอาการบวมขึ้นอย่างรวดเร็ว เหนื่อย หอบ หายใจลำบาก นอนราบไม่ได้ให้รีบมาพบแพทย์ที่ห้องฉุกเฉิน

ของโรงพยาบาลทันทีหรือเข้ารับบริการฟอกเลือดฉุกเฉินในสถานพยาบาลที่รับฟอกเลือดที่อยู่ใกล้ที่สุดอย่างเร่งด่วน 2) กรณีมีอาการตามข้อ 1) ให้ท่านโทรมาแจ้งอาการฉุกเฉินของท่านกับพยาบาลไตเทียมโดยตรงในเวลาทำงานหรือโทรแจ้งที่แผนกฉุกเฉินที่เบอร์โทรฉุกเฉิน เพื่อที่จะได้รายงานให้แพทย์ทราบและเตรียมอุปกรณ์สำหรับการฟอกเลือดอย่างเร่งด่วนให้แก่ท่าน" (คัดลอกจาก ชัชวาล วงค์สารี, 2560) เป็นต้น (2) การคัดลอกบทร้อยกรอง คือ โคลง ฉันท์ กาพย์ กลอน ให้ถือปฏิบัติตามข้อ (1) แต่ต้องไม่เกิน 250 คำ หากเป็นร้อยกรองที่ยาวต้องตัดทอนให้เหลือ 250 คำ (3) การคัดลอกบทร้อยแก้ว ให้คัดลอกได้ไม่เกิน 1,000 คำ หรือร้อยละ 10 แล้วแต่ความสั้นยาวของงานเขียนนั้น แต่คัดลอกได้อย่างน้อย 500 คำ โดยข้อความที่คัดลอกให้ถือปฏิบัติตามข้อ (1) อย่างไรก็ดีการคัดลอกความความตามข้อ (1) และข้อ (2) อาจยาวกว่ากฎหมายกำหนดได้เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของความเข้าใจในข้อความนั้นๆ แต่ต้องไม่ขยายต่อเพื่อคัดเลือกเพิ่ม ผู้เขียนความกระชับในภาษาและสื่อความหมายให้ได้ตามคำที่กำหนดเป็นการดีที่สุด

2.3 การคัดลอกหรือดัดแปลงผลงานเดิมของตนเองที่เผยแพร่ไว้แล้วมาใช้ใหม่ (self plagiarism) หมายถึง การนำผลงานวิชาการเก่าของตนเองมาทั้งหมด หรือส่วนใหญ่หรือส่วนที่เป็นสาระสำคัญ โดยไม่มีการพัฒนาหรือปรับปรุงหรือปรับปรุงเพียงเล็กน้อย เพื่อเสนอเป็นความคิดและเขียนแสดงลวงเผยแพร่เสมือนว่าเป็นผลงานสร้างสรรค์ที่ตนได้ศึกษา ค้นคว้าหรือเรียบเรียงวิเคราะห์ขึ้นมาใหม่ตามประเภทของผลงานวิชาการนั้น ๆ โดยทั่วไปตามหลักสากลแล้วการคัดลอกผลงานตนเองกระทำได้ 4 ประเภท (Roig,2010; Supak-Simolcic and Bilic-Zulle, 2013; Supak-Simolcic,2013) สรุปรายละเอียดโดยสังเขป ดังนี้ 1) การทำซ้ำ (Duplicate) เกิดจากผู้เขียนส่งผลงานวิชาการของตนเองไปตีพิมพ์มากกว่า 1 แหล่งเผยแพร่ โดยอาจเจตนาให้ได้จำนวนผลงานเพิ่มมากขึ้นหรืออาจจะป้องกันการถูกปฏิเสธการตีพิมพ์จากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง สังเกตพฤติการณ์ได้จากเนื้อหาบทความไม่ถูกขายความไปมากกว่าเดิมและไม่มีการอ้างอิงผลงานของตนที่มีลักษณะคล้ายกัน 2) การต่อเติมผลการศึกษาเดิมของตน (Augmented) การคัดลอกผลงานวิชาการของตนเองประเภทนี้เกิดจากผลการศึกษายังไม่เสร็จสิ้นสมบูรณ์ (Foocharoen, 2014)แต่ข้อมูลที่ศึกษาได้นั้นสามารถวิเคราะห์ที่ตอบโจทย์การศึกษาได้แล้วบางส่วนผู้เขียนจึงได้วิเคราะห์และส่งตีพิมพ์ไปก่อนแต่พอวิเคราะห์ข้อมูลแบบสมบูรณ์แล้วผลการศึกษาที่ค้นพบเพิ่มเติมอาจถูกวิเคราะห์ให้เป็นผลการศึกษาใหม่ แล้วเขียนบทความตีพิมพ์เป็นเรื่องใหม่โดยผู้ศึกษาเดิม และจะส่งไปยังวารสารฉบับใหม่ การคัดลอกลักษณะนี้จะสามารถเลี่ยงโปรแกรมตรวจจับการโจรกรรมวิชาการแบบสำเร็จรอบได้สูง เพราะเนื้อหาจะถูกถอดความใช้ข้อความแบบใหม่ในการนำเนอความคิด ตั้งข้อสังเกตว่ามักจะไม่พบบทความเรื่องแรกมาการอ้างอิงในบทความเรื่องใหม่ 3) การแบ่งแยกย่อยตีพิมพ์(Segmented)ตามรายวัตถุประสงค์ การคัดลอกแบบนี้จะพบได้มาก คือ มีการศึกษาวิจัยเพียงเรื่องเดียวกับประชากรกลุ่มเดียว ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเดียวแต่ศึกษาหลายวัตถุประสงค์ ผ่านการพิจารณาทางจริยธรรมเดียว แต่ในกระบวนการตีพิมพ์ผู้เขียนจะเขียนแยกผลงานเป็น 2 - 3 บทความโดยในเนื้อความไม่ระบุว่าเป็นส่วนที่ 1 2 หรือ 3 ของงานวิจัยเรื่องเดิมที่เคยตีพิมพ์ไว้แล้ว และมีเจตนาที่ไม่บริสุทธิ์ที่ไม่อ้างอิงบทความที่ตนเผยแพร่ไปก่อนแล้ว 4) การคัดลอกข้อความสำคัญหรือข้อความส่วนใหญ่มาเผยแพร่ซ้ำ (Text recycling) ผลงานวิชาการลักษณะนี้พบได้บ่อยที่สุด และโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปจะตรวจพบได้ไม่ว่าจะอ้างอิงบทความของตนฉบับก่อนหรือไม่ก็ตาม แนวทางปฏิบัติ (1) การนำผลงานวิชาการเดิมของตนมาเสนอแสดงเป็นส่วนหนึ่งของความคิดในผลงานใหม่นั้นผู้เขียนต้องถอดใจความ สรุปความใหม่ สังเคราะห์ให้เข้ากับผลการศึกษาใหม่และระบุชื่อตนเองในการอ้างอิงไปถึงงานวิชาการเดิมให้ชัดเจน (2) หากจำเป็นต้องคัดลอกผลงานเดิมมาแทรกอยู่ในผลงานใหม่แบบไม่ถอดความใหม่ผู้เขียนต้องแสดงหัวข้องานเดิม ผู้เขียนทุกคน ปีที่พิมพ์สำนักพิมพ์ไว้ในเชิงอรรถในหน้าเดียวกันให้ชัดเจน และเน้นให้ผู้อ่านเห็นการสืบค้นเพิ่มเติม เช่น ผู้สนใจหัวข้อนี้โปรดศึกษาเพิ่มเติมจากงานที่ปรากฏอยู่แล้วของ....ชื่อเรื่อง.... ปีที่พิมพ์...สำนักพิมพ์ เป็นต้น

2.4 การนำข้อมูล รูปภาพ วิดีโอ จากอินเทอร์เน็ตและสื่อสารสนเทศมาใช้ประโยชน์ หมายถึง การคัดลอกแผนภูมิ (chart) กราฟ (graph) แผนผัง (diagram) ภาพวาด (printing) การ์ตูน (cartoon) รูปภาพ (picture) หรือภาพประกอบหนังสือ จากแหล่งนิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์อินเทอร์เน็ตมาใช้ประโยชน์ในการเขียนผลงานวิชาการ

แบบไม่ได้ดัดแปลงใดๆ (Tampa, 2013) แนวทางปฏิบัติ (1) การข้อมูล รูปภาพ วิดีโอ จากอินเทอร์เน็ตและสื่อสารสนเทศมาใช้ประโยชน์ให้คัดลอกได้เพียง 1 ครั้ง/ชิ้นผลงานวิชาการ (2) ให้ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล รูปภาพ วิดีโอ จากอินทอร์เน็ตและสื่อสารสนเทศที่ชัดเจน พร้อมวัน เดือน ปี ที่ผู้เขียนได้นำมาใช้ประโยชน์ด้วย (3) หากมีความจำเป็นต้องคัดลอกเกินกฎหมายกำหนดต้องมีหนังสือรับรองว่า อนุญาตให้ใช้อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ถือลิขสิทธิ์ในวรรณกรรมนั้นๆด้วย ตัวอย่างเช่น.....คัดลอกจากบทบาทพยาบาลกับการสร้างความเข้มแข็งอดทนของผู้สูงอายุโดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีความสามารถแห่งตนแบนดูราโดยชัชวาล วงค์สารีและคณะ (ชัชวาล วงค์สารี ภพธรรม วิชาดี และเฉลิมพล กำใจ,2561) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองกับความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้นตามแผนภูมิที่ 2



แผนภูมิที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองกับความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น
ที่มา : แบนดูรา (1978) สืบค้นจาก http://www.novabizz.com/NovaAce/Personality/ Self_ Efficaca.htm (27 พฤษภาคม 2561)

รูปที่ 2 ตัวอย่างการคัดลอกแผนภูมิมาใช้ในผลงานตนเองและการเขียนอ้างอิง

2.5 การการโจรกรรมความคิดของผู้อื่นมาเผยแพร่แสดงโดยลวงว่าเป็นความคิดของตน หมายถึง การมีพฤติกรรมที่แสดงถึงเจตนาลักนำความคิดของผู้อื่นมาเขียนในผลงานวิชาการของตนโดยมีพฤติการณ์ในการลักเอามาเพื่อแสดงให้คนอื่นดูเสมือนว่าเป็นความคิดของตนเอง แต่อย่างไรก็ดีการเขียนเสนอความคิดของตนเอง โดยไม่ได้นำความคิดจากการคัดลอกบุคคลอื่น แม้ปรากฏภายหลังว่าความคิดที่เสนอนั้นไปซ้ำซ้อนกับบุคคลอื่นที่ได้เสนอความคิดแบบเดียวกันไว้ก่อนหน้าแล้ว ก็ไม่ถือว่าเป็นการโจรกรรมทางความคิดของผู้อื่น เพราะขาดพฤติการณ์ในการลักเอามาและไม่มีเจตนานำในการลวงให้ผู้อ่านเข้าใจผิด ในวรรคนี้กฎหมายจะตีความตามพฤติการณ์ของผู้เขียนเป็นหลัก แนวทางปฏิบัติ (1) ให้ทบทวนวรรณกรรมให้ลึกซึ้งก่อนเขียนเสนอความคิดของตนออกมา (2) เขียนเสนอให้เห็นความสอดคล้อง ความแตกต่างและความขัดแย้งอย่างชัดเจน โดยให้เปิดเผยชื่อผู้สร้างสรรค์ผลงานไว้ก่อน เจ้าของความคิดที่ได้เสนอไว้ก่อนให้ครบทุกคน เช่น .....ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชัชวาล วงค์สารี (2559) ที่พบว่า ผู้ป่วยเพศชายโรคไตวายเรื้อรังที่ฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม มักจะมีสมรรถภาพทางเพศเสื่อม จากปัญหาทางจิตใจ การรับประทานยาโรคหัวใจและยารักษาโรคความดันโลหิตสูงบางชนิด ผลการค้นพบยังสอดคล้องกับแนวคิดของนรลักขณ์ เอื้อกิจและวินิต หลงละเลิง (2554) ที่ว่าผู้ป่วยโรคหัวใจมีอาการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดก่อให้เกิดปัญหาทางจิตใจระดับสูงและสมรรถภาพทางเพศจะลดลง....เป็นต้น (3) กรณีชื่อผู้วิจัยหรือผู้ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์มีจำนวนหลายคนจน

เป็นเหตุพ้นวิสัยที่จะเขียนระบุได้ครบถ้วนตามข้อกฎหมายบังคับ อนุโลมให้เขียนดังตัวอย่าง .....ชัชวาล วงค์สารี (หัวหน้าโครงการวิจัย) และคณะ (2561)....เป็นต้น

อย่างไรก็ดีมักจะเกิดการสับสนกับการเขียนอ้างอิงในลักษณะที่ไม่เจตนาลักนำเอาความคิดของคนอื่นมาแอบอ้างว่าเป็นความคิดของอีกคนหนึ่ง ซึ่งบุคคลนั้นไม่มีความรู้เห็นในการเขียนของผู้เขียนผลงานแต่อย่างไร แต่เหตุจากการไม่เข้าใจวิธีการเขียนที่ถูกต้อง ทำให้ผู้เขียนนำข้อความของคนหนึ่งมาเขียนแต่ระบุชื่ออ้างอิงเป็นอีกคนหนึ่ง การเขียนลักษณะนี้มักพบความผิดพลาดบ่อยในกรณีที่มีผู้ร่วมนิพนธ์ตำราหนังสือนั้นหลายคน และมีเพียง 1-2 คนรับผิดชอบเป็นบรรณาธิการ เช่น อุดม ไกรฤทธิชัย เป็นผู้นิพนธ์เรื่อง Adequacy of Hemodialysis และยังมีนักวิชาการท่านอื่นรับผิดชอบนิพนธ์งานวิชาการหัวข้ออื่นในเล่มด้วย โดยมีประเสริฐ ธนกิจจารุและสุพัฒน์ วานิชย์การ เป็นผู้รวบรวมผลงานเขียนของทุกคนมาจัดทำเป็นเล่มและตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาหรือที่เรียกว่า “บรรณาธิการงานเขียนวิชาการ”ผลงานทางวิชาการที่ทุกคนนิพนธ์ถูกเรียงตามบทในชื่อตำรา การฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียมและการพยาบาล ตำราดังกล่าวถูกจัดพิมพ์เผยแพร่ในปี 2551 เป็นต้น ประเด็นทางกฎหมายลิขสิทธิ์ คือ “...หากจะนำข้อความที่อยู่ในเนื้อความส่วนที่อุดม ไกรฤทธิชัยเป็นผู้นิพนธ์มาเขียนในงาน ผู้เขียนจะระบุอ้างอิงเป็น อุดม ไกรฤทธิชัย หรือจะระบุอ้างอิงเป็น ประเสริฐ ธนกิจจารุและสุพัฒน์ วานิชย์การ ซึ่งเป็นบรรณาธิการจึงจะถูกต้องตามหลักกฎหมาย ? ” วิธีการเขียนให้ถูกหลักกฎหมาย (1) การเขียนอ้างอิงในเนื้อหา ปฏิบัติ ดังนี้...การฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียมในช่วงเวลาหนึ่งไม่สามารถควบคุมความเป็นกรดของเลือดได้ตลอด จึงจำเป็นต้องฟอกเลือดอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง (อุดม ไกรฤทธิชัย, 2551) โดยให้นำผู้นิพนธ์เนื้อหามาเขียนอ้างอิงในเนื้อเรื่อง และ (2) การเขียนอ้างอิงท้ายเนื้อหาหรือท้ายเล่ม ปฏิบัติ ดังนี้ อุดม ไกรฤทธิชัย (2551). “Adequacy of Hemodialysis” ในตำราการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียมและการพยาบาล, หน้า 47-63.ประเสริฐ ธนกิจจารุและสุพัฒน์ วานิชย์การ, บรรณาธิการ.กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพเวชสาร.

3. ลักษณะการเขียนอ้างอิงให้ครอบคลุมเพียงพอตามหลักกฎหมายลิขสิทธิ์ ตามบทบัญญัติมาตรา 33 ของพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ที่ว่า การกล่าว คัด ลอก เลียน หรือการอ้างอิงบางตอนตามสมควรจากงานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ โดยมีการรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานนั้น มิให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้ปฏิบัติตามมาตรา 32 วรรคหนึ่ง (The Royal Thai Armed Forces, 1994)กล่าวโดยสรุปดังนี้

การคัด ลอก เลียน อ่านเพิ่มเติมในข้อ 2.2 การคัดลอกแบบคำต่อคำหรือวลีต่อวลีจากผลงานที่เผยแพร่ไว้แล้ว (ซึ่งปรากฏในบทความฉบับนี้ตามข้างต้นที่กล่าวมา) การอ้างอิงบางตอนตามสมควร ผู้เขียนขอยกคำบางตอนของคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 1908/2546 มาชี้ประเด็นและอธิบายสรุปดังนี้ ...หนังสือ “กลยุทธ์ในการฝึกอบรม” ของจำเลยที่ 1 เป็นหนังสือคำอธิบายเกี่ยวกับการฝึกอบรมจัดอยู่ในหนังสือประเภทขนาด 8 หน้ายก ซึ่งจำเลยที่ 1 สามารถที่จะแสดงการรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ของโจทก์ได้อยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นการทำเชิงอรรถหรือกล่าวถึงเจ้าของลิขสิทธิ์ เมื่อจำเลยที่ 1 นำข้อความของงานนั้นมาเขียนไว้ในหนังสือของจำเลยที่ 1 ดังที่จำเลยที่ 1 ได้กระทำแล้วในส่วนอื่น ๆ ของหนังสือดังกล่าว การที่จำเลยที่ 1 เพียงแต่อ้างอิงถึงชื่อโจทก์และบุคคลอื่นพร้อมงานเขียนรวม 26 รายการ ไว้ในหัวข้อเอกสารอ้างอิงที่ท้ายเล่มในกรณีเช่นนี้ ผู้อ่านย่อมไม่สามารถที่จะทราบได้ว่าข้อความส่วนใดของงานดังกล่าวเป็นงานเขียนของโจทก์ซึ่งจำเลยที่ 1 คัดลอกมา จึงยังไม่เป็นการเพียงพอที่จะถือได้ว่าเป็นการรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ของโจทก์ อันจะถือได้ว่าการกระทำของจำเลยที่ 1 เข้าหลักเกณฑ์ประการแรกของข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ตามมาตรา 33 แห่ง พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 จากคำตัดสินของศาลชี้ให้เห็นว่าการลักนำผลงานของโจทก์มาเขียนในงานของตนเกินกว่าข้อ 2.2 (ที่เขียนอธิบายในบทความนี้ตามข้างต้น) ถึงแม้จะนำชื่อผู้เขียน ชื่อผลงานและอื่นๆไปเขียนระบุในส่วนที่เป็นอ้างอิงท้ายบท หรืออ้างอิงท้ายเล่มไว้เพียงแห่งเดียวก็ไม่เข้าข่ายการอ้างอิงบางตอนตามสมควรตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ฉะนั้นเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาตามที่กล่าวมา นักวิชาการพยาบาลต้องยึดการเขียนตามที่อธิบายในข้อ 2.2 อย่างเคร่งครัด และเขียนอ้างอิงแทรกในเนื้อหาตามรูปแบบการเขียนอ้างอิงที่สากลนิยม

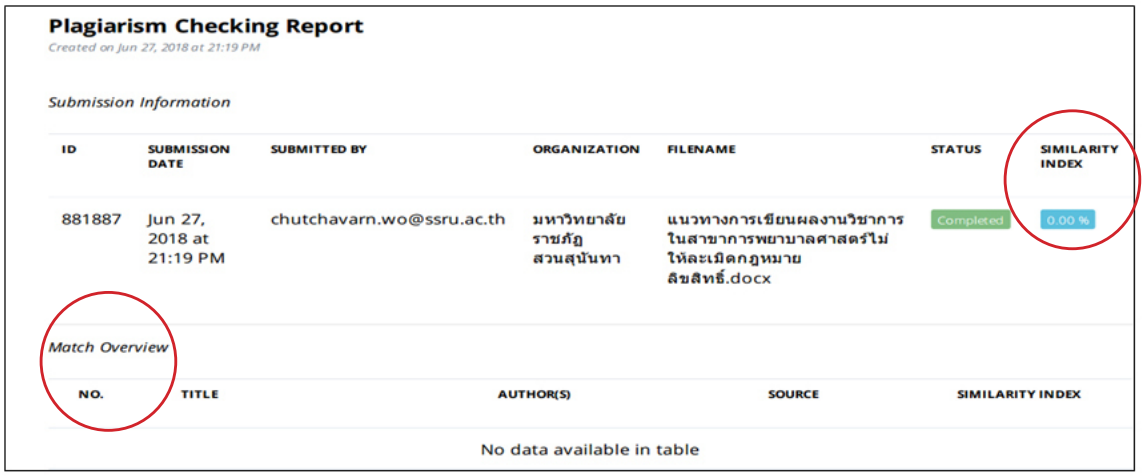
ส่วนการฝ่าฝืนมาตรา 32 วรรคหนึ่ง ที่เป็นข้อฟ้องร้องในศาลที่พบบ่อยมี 2 กรณี คือ (2) การกระทำนั้นต้องไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์ตาม

ปกติของเจ้าของลิขสิทธิ์ และ (3) การกระทำนั้นต้องไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิอันชอบด้วยกฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์เกินสมควร โดยผู้กระทำมักจะผ่าฝืนบทบัญญัติตามมาตรา 32(2) และ 32(3) จึงเป็นเหตุให้ฟ้องร้องจากเจ้าของลิขสิทธิ์อยู่บ่อยครั้ง

4. การตรวจจับการโจรกรรมทางผลงานวิชาการด้วย โปรแกรมสำเร็จรูป การคัดลอกผลงานทางวิชาการ (Academic plagiarism) เกิดขึ้นเมื่อผู้เขียน คัดลอกคำจากต้นฉบับมากกว่า 4 คำโดยปราศจากการใช้เครื่องหมายอัญประกาศ “ .... ” ตรงข้อความที่คัดลอก ทำให้เสมือนว่าเป็นผลงานของตนเองเป็นสิ่งที่โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปตรวจจับได้ (Library of Medicine, Chiang Mai University, 2015)จากข้อความข้างต้นนักวิชาการพยาบาลต้องตระหนักแล้วว่าการเขียนผลงานแต่ละชิ้นงานจะมีโอกาสซ้ำซ้อนความคิดของคนอื่นที่เสนอไว้ก่อนที่สูง ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้คิดค้นการตรวจจับการโจรกรรมทางผลงานวิชาการในเชิงลึกได้เพิ่มมากขึ้น กระบวนการโจรกรรมผลงานทางวิชาการจะมีหลายรูปแบบมากขึ้นจากการตรวจจับได้จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ทุกโปรแกรมจะมีเป็นพื้นฐาน (Matakul, 2008) คือ “ (1) การคัดลอก-วาง (Copy and Paste Plagiarism) คือ การนำข้อความจาก ต้นฉบับมาใช้โดยไม่ใส่เครื่องหมายคำพูดและเขียนอ้างอิงให้ถูกต้อง (2) การเปลี่ยนคำ (Word Switch Plagiarism) คือ การนำข้อความต้นฉบับมา เปลี่ยนบางคำโดยไม่ใส่เครื่องหมายคำพูดและเขียนอ้างอิงให้ ถูกต้อง (3) การอุปมา (Metaphor Plagiarism) คือ การนำคำอุปมาของต้นฉบับมาใช้ โดยไม่ได้อุปมาเป็นอย่างอื่น โดยไม่มีการอ้างอิง (4) สำนวน (Style Plagiarism) การนำข้อความต้นฉบับผู้อื่นมาใช้โดยเรียบเรียง ประโยคใหม่อันแสดงถึงรูปแบบสำนวนเดิม (5) ความคิด (Idea Plagiarism) คือ การนำทฤษฎีต่าง ๆ มาวิเคราะห์ วิจารณ์ ถึง ความรู้ทั่วไป หากมีผู้อื่นวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีนั้นแล้วจะต้องอ้างอิง หากไม่อ้างอิงจะเป็นการโจรกรรมผลงานวิชาการ” การปฏิบัติเพื่อเลี่ยงการตรวจจับการโจรกรรมวิชาการจากโปรแกรมสำเร็จรูป ให้นักวิชาการพยาบาลถือปฏิบัติตามแนวทางที่แนะนำไว้ตามข้อ 2. แนวทางการเขียนผลงานวิชาการในสาขาการพยาบาลศาสตร์ไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ อย่างเคร่งคัดบางครั้งผลงานที่ไม่ได้รับการรับตีพิมพ์สาเหตุหนึ่งคือวารสารตรวจสอบพบการโจรกรรมในบทความที่ส่งไปก็เป็นได้

โปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ตรวจจับการโจรกรรมทางวิชาการในปัจจุบันมีหลายชื่อและสถาบันต่าง ๆ ก็ใช้โปรแกรมที่ต่างกัน อาทิ (1) CopyCat http://www.copy-cat.in.th/ พัฒนาโดยศูนย์อิเล็กทรอนิกส์ (2) Anti-Koppae (แอนตี้ กอปแป๊ะ) http://anti-kobpae.in.th/ พัฒนาขึ้นโดยหน่วยปฏิบัติการวิจัยเทคโนโลยีเสียง ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติร่วมกับศูนย์ความรู้เฉพาะด้านวิศวกรรมความรู้และวิศวกรรมภาษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (3) อักขราวิสุทธิ์ http://www.akarawisut.com/ ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ (4) โปรแกรมอื่น ๆ สามารถตรวจสอบได้จากลิงค์ของห้องสมุดสตางค์ฯ http://stang.sc.mahidol.ac.th/text/plagiarism.htm ของมหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมแล้วโปรแกรมที่กล่าวมาข้างต้นสามารถตรวจจับการโจรกรรมวิชาการได้ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้ในการประมวลผลคราวเดียวกัน

ผู้เขียนขอยกตัวอย่างโปรแกรมอักขราวิสุทธิ์มาเป็นตัวอย่างและอธิบายพอสังเขป ดังนี้ โปรแกรมอักขราวิสุทธิ์สามารถจับการคัดลอกที่ค่อนข้างสมบูรณ์มีสมาชิกมากกว่า 40 สถาบันแห่งที่เข้าร่วมใช้ตรวจสอบผลงานของนักวิชาการ โดยการประมวลผลของโปรแกรมจะอ่านผลเป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์การคัดลอกผลงานวิชาการ (similarity index) ตามรูปที่ 3 และโปรแกรมจะเปรียบเทียบให้เห็นว่ามีรายการใดบ้างที่ผลงานคล้ายกันดูจาก Math Overview ซึ่งโปรแกรมจะแสดงรายละเอียดแบบชัดเจนตามรายการที่ตรวจจับได้ ซึ่งตามข้อตกลงของการใช้โปรแกรมนี้หากเปอร์เซ็นต์การโจรกรรมผลงานวิชาการน้อยกว่า 10 เปอร์เซ็นต่อรายการถือว่าอยู่ในเกณฑ์ยอมรับ หากมากกว่านี้ต้องขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ (Graduate School Education,Ban Somdet Chaopraya Rajabhat University,2016) แต่โดยรวมทั้งฉบับต้องไม่เกิน 30 เปอร์เซ็น อย่างไรก็ดีการมีเปอร์เซ็นต์การโจรกรรมผลงานวิชาการน้อยที่สุดจะเป็นการดี อนึ่งโปรแกรมอักขราวิสุทธิ์สามารถตรวจจับประมวลไฟล์งานได้เกือบทุกนามสกุลไฟล์ เช่น .doc / .pdf เป็นต้น



Plagiarism Checking Report

Created on Jun 27, 2018 at 21:19 PM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
881887	Jun 27, 2018 at 21:19 PM	chutchavarn.wo@ssru.ac.th	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	แนวทางการเขียนผลงานวิชาการในสาขาการพยาบาลศาสตร์ไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์.docx	Completed	0.00 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

ภาพ 3 ตัวอย่างบันทึกการประมวลผลเปอร์เซ็นต์การโจรกรรมผลงานวิชาการของโปรแกรมอักขราวิสุทธิ์

การประมวลผลเปอร์เซ็นต์การโจรกรรมผลงานวิชาการที่มากกว่า 30 เปอร์เซ็น แปลผลว่า ความคิดที่ผู้เขียนเสนอมีการซ้ำซ้อนคล้ายคลึงกับคนอื่นที่เผยแพร่ไว้แล้ว เพื่อลดเปอร์เซ็นต์การโจรกรรมผลงานวิชาการจากประสบการณ์ของผู้เขียนเสนอ วิธีการปฏิบัติ ทำได้ดังนี้ (1) วิเคราะห์ประมวลผลเปอร์เซ็นต์การโจรกรรมผลงานวิชาการตามรายการที่โปรแกรมประมวลได้ โดยโปรแกรมจะระบุแหล่งอ้างอิงไว้อย่างชัดเจน (2) สืบค้นแหล่งข้อมูลตามโปรแกรมระบุนำเอกสารนั้นมาอ่านวิเคราะห์ให้เข้าใจ (3) ผู้เขียนปฏิบัติตามแนวทางที่แนะนำไว้ตามข้อ 2 แนวทางการเขียนผลงานวิชาการในสาขาการพยาบาลศาสตร์ไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ จนครบทุกรายการ (4) เมื่อแก้ไขเสร็จส่งไฟล์งานนั้นเข้าตรวจสอบด้วยโปรแกรมอักขราวิสุทธิอีกครั้ง ก่อนส่งผลงานวิชาการนั้นไปตีพิมพ์กับวารสารที่คัดสรร

5. กรณีศึกษาจากคำพิพากษาศาลฎีกาเกี่ยวกับการคัดลอกผลงานทางวิชาการ

เนื้อความตามคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 1908/2546 ซึ่งเป็นตัวอย่างโจรกรรมวิชาการแล้วมีการฟ้องคดีในชั้นศาลผู้เขียนคัดลอกมาบางส่วนพร้อมสรุปความสังเขปดังนี้...โจทก์ฟ้องจำเลยที่ 1 ในคดีคัดลอกหรือเลียนแบบงานวรรณกรรมอันมีลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นในส่วนอันเป็นสาระสำคัญซึ่งถือว่าเป็นการทำซ้ำหรือดัดแปลงงานอันมีลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นสิทธิแต่ผู้เดียวของเจ้าของลิขสิทธิ์ตาม พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 15 (1) หากจำเลยที่ 1 กระทำไปโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ การกระทำของจำเลยที่ 1 ซึ่งเป็นข้าราชการสังกัดมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งย่อมเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ตามมาตรา 27 (1) แห่ง พ.ร.บ. ฉบับเดียวกัน หนังสือ “กลยุทธ์ในการฝึกอบรม” ของจำเลยที่ 1 ในหัวข้อความหมายของการประเมินผล ขั้นตอนในการประเมินผลการฝึกอบรม รูปแบบของรายงาน แนวทางเบื้องต้นในการวิเคราะห์โครงการฝึกอบรม การกำหนดขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการประเมินผล และการวางแผนประเมินผล มีข้อความที่เหมือนและคล้ายกับข้อความที่ปรากฏอยู่ในหนังสือ “คู่มือการประเมินผลการฝึกอบรมสำหรับผู้รับผิดชอบโครงการฝึกอบรม/สัมมนา” และ “คู่มือการประเมินและติดตามผลการฝึกอบรมสำหรับผู้รับผิดชอบโครงการฝึกอบรม/สัมมนา” ของโจทก์ในส่วนอันเป็นสาระสำคัญของงานประมาณ 30 หน้า จากจำนวนประมาณ 150 หน้า ข้อความบางตอนมีลักษณะเกือบเหมือนกันคำต่อคำ บางตอนมีลักษณะดัดแปลงให้ต่างกันเล็กน้อย และบางตอนก็เพียงแต่ปรับเปลี่ยนหัวข้อเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งยากที่จะเกิดขึ้นได้โดยบังเอิญ การกระทำของจำเลยที่ 1 จึงเป็นการทำซ้ำและดัดแปลงงานวรรณกรรมอันมีลิขสิทธิ์ของโจทก์ เมื่อจำเลยที่ 1 กระทำไปโดยไม่ได้รับอนุญาตจากโจทก์ การกระทำของจำเลยที่ 1 จึงเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของโจทก์ แม้ในการเผยแพร่ตำราและสิ่งตีพิมพ์ภายในมหาวิทยาลัยจำเลยที่ 1 ไม่ได้มุ่งแสวงหาผลกำไรแบบธุรกิจเอกชน เพราะตั้งราคาจำหน่ายหนังสือใกล้เคียงกับต้นทุน แต่จำเลยที่ 1 ก็ได้รับค่าตอบแทนจากงานเขียนนั้น แสดงให้เห็นว่าการกระทำของจำเลยเป็นการกระทำเพื่อหากำไรแล้ว จึงไม่เข้าข้อยกเว้น

ส่วนจำเลยที่ 2 เป็นหน่วยงานมหาวิทยาลัยการจัดพิมพ์ตำราต่าง ๆ มีระเบียบว่าด้วยสำนักพิมพ์ของ

มหาวิทยาลัย โดยมีคณะกรรมการบริหารของสำนักพิมพ์พิจารณาในขั้นต้น และมีบรรณาธิการตรวจคุณภาพ ในการจัดพิมพ์หนังสือ “กลยุทธ์ในการฝึกอบรม” ของจำเลยที่ 1 ก็ได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังกล่าว จึงย่อมจะเป็นเหตุให้จำเลยที่ 2 ไม่อาจทราบในเบื้องต้นได้ว่าหนังสือดังกล่าวเป็นหนังสือที่เขียนขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ของโจทก์ ส่วนการจำหน่ายและเผยแพร่ต่อสาธารณชนในระยะต่อมานั้นเมื่อข้อเท็จจริงฟังไม่ได้ว่า จำเลยที่ 2 รู้อยู่แล้วหรือมีเหตุอันควรรู้ว่าหนังสือดังกล่าวจำเลยที่ 1 เขียนขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ในงานวรรณกรรมของโจทก์ แล้วจำหน่ายหรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนซึ่งหนังสือดังกล่าวเพื่อการค้า การกระทำของจำเลยที่ 2 จึงไม่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ในงานวรรณกรรมของโจทก์ ตาม พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 31 (1) และ (2)ข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ตามอุทธรณ์ของจำเลยที่ 1 นั้น ประกอบด้วยหลักเกณฑ์ 3 ประการ คือ (1) เป็นการกระทำต่าง ๆ ตามที่มาตรา 32 วรรคสอง ถึงมาตรา 33 บัญญัติไว้ (2) การกระทำนั้นต้องไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์ตามปกติของเจ้าของลิขสิทธิ์ และ (3) การกระทำนั้นต้องไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิอันชอบด้วยกฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์เกินสมควร แม้จำเลยที่ 1 จะอ้างข้อยกเว้นว่าการเขียนหนังสือ “กลยุทธ์ในการฝึกอบรม” เพื่อใช้เป็นเอกสารประกอบการสอนและเป็นผลงานทางวิชาการใช้ประกอบการพิจารณาขอรับการแต่งตั้งเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์เท่านั้น อันอาจถือได้ว่าเป็นการวิจัยงานหรือทำซ้ำและดัดแปลงโดยผู้สอนเพื่อแจกจ่ายแก่ผู้เรียนในชั้นเรียนหรือในสถาบันการศึกษาโดยไม่ได้หากำไร ซึ่งเข้าข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ก็ตาม แต่ปรากฏว่าจำเลยที่ 1 ได้กระทำถึงขั้นจัดพิมพ์เพื่อจำหน่ายแก่บุคคลทั่วไปเพื่อหากำไร และเนื้อหาในการลวงนำมาจัดพิมพ์นั้นเกินการสมควร การกระทำของจำเลยที่ 1 จึงไม่เข้าข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าว (คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 1908/2546 แหล่งที่มา: กองผู้ช่วยผู้พิพากษาศาลฎีกา https://deka.in.th/view-110887.html เผยแพร่เมื่อ: 1 ม.ค. 2553 07:00:00)

5.1 สภาพบังคับทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 กฎหมายต้องมีความศักดิ์สิทธิด้วยการกำหนดบทลงโทษและการเคร่งในการบังคับของเจ้าพนักงานในการดำเนินโทษตามคำพิพากษาของศาลนั้นในบทกำหนดโทษที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์แบ่งเป็นการรับผิดทางอาญาและการรับผิดทางแพ่ง (The Royal Thai Armed Forces,1994) ดังนี้

5.1.1 การรับผิดทางอาญา เป็นการที่โจทก์ขอให้ศาลลงโทษผู้กระทำความผิดฐานการละเมิดลิขสิทธิ์ มีทั้งโทษจำคุกและปรับแล้วแต่ความรุนแรงของการกระทำผิด คดีอาญากรณีที่การกระทำผิดนั้นสามารถยอมความกันได้ต้องมีการร้องทุกข์ต่อเจ้าพนักงาน (ตำรวจ) ภายใน 3 เดือน นับตั้งแต่รู้เรื่องตำรวจจึงจะทำการดำเนินคดีไกล่เกลี่ยยอมความให้ หากล่วงเลยมากกว่า 3 เดือนคดีจะต้องจบลงในชั้นศาลเท่านั้น

5.1.2 การรับผิดทางแพ่ง เป็นการชดใช้ค่าเสียหาย ระงับการละเมิดลิขสิทธิ์และแก้ไขความเสียหายด้วยวิธีอื่น เช่น ลงประกาศ แจ้งทางหน้าหนังสือพิมพ์ ให้ทำลายสำเนางานอันเนื่องมากจากการละเมิดลิขสิทธิ์ อายุความทางแพ่งผู้ที่ถูกละเมิดลิขสิทธิ์ต้องฟ้องร้องภายใน 3 ปี นับแต่รู้เรื่องว่ามีการละเมิดผลงานทางวิชาการตน แต่ต้องไม่เกิน 10 ปี นับจากวันที่ละเมิด ประเด็นในเรื่องค่าเสียหายที่ต้องจ่ายในคดีละเมิดลิขสิทธิ์จะมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความรุนแรง ความเสียประโยชน์ เสียสิทธิของผู้ที่ถูกละเมิด มาตรา 69 ระบุความรับผิดทางแพ่งที่เกี่ยวข้องกับการทำซ้ำหรือดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ทำสำเนา ขายหรือให้เช่าผลงานวิชาการอันเกิดจากการละเมิดลิขสิทธิ์นั้น ต้องละวางโทษปรับตั้งแต่สองหมื่นบาทถึงสองแสนบาท

บทสรุป

การพัฒนาผลงานวิชาการเป็นสิ่งที่พึงปฏิบัติของนักวิชาการพยาบาล แต่ผลงานวิชาการทุกชิ้นในสาขาพยาบาลศาสตร์ย่อมต้องเขียนอธิบายความเป็นมาเชิงเหตุผลขององค์ความรู้ให้ชัดเจนถึงจะเกิดความน่าเชื่อถือ โดยความรู้นั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยพัฒนาศาสตร์การพยาบาลให้เจริญยิ่งขึ้น แต่จริยธรรมของนักวิชาการจะต้องให้เครดิตแก่ความคิดของผู้สร้างสรรค์ผลงานที่มีไว้ก่อนหน้า ดังนั้นผลงานวิชาการที่มีคุณค่าในสาขาพยาบาลศาสตร์ อันได้แก่ การเขียนกรณีศึกษา การแปลงานจากภาษาหนึ่งเป็นอีกภาษาหนึ่ง การเขียนผลงานวิชาการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนการเรียนรู้ การเขียนงานวิจัย การเขียนงานสิทธิบัตร การเขียนผลงานวิชาการรับใช้สังคม การเขียนบทความวิชาการ การเขียนตำราและการเขียนหนังสือก็ดี ผู้เขียนต้องระบุที่มาของ

ความคิดที่นำมาสรุปในงานของตนให้ชัดเจนอันนำไปสู่การสืบค้นกลับไปหาต้นฉบับของความคิดนั้นได้ โดยวิธีเขียนอ้างอิงแต่ละแบบได้เขียนไว้ในเนื้อหาบทความแล้วผู้เขียนจึงขอเสนอแนะแก่นักวิชาการพยาบาลทุกท่านที่กำลังจะเขียนผลงานวิชาการเผยแพร่ ว่า ท่านควรทำความเข้าใจในเนื้อหาบทความ แนวทางการเขียนผลงานวิชาการในสาขาการพยาบาลศาสตร์ไม่ให้ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ให้ละเอียดก่อนลงมือเขียนผลงานวิชาการของตนเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น หากขาดการตระหนักรู้ตามที่แนะนำแล้ว ผลงานวิชาการของท่านอาจเกิดการละเมิดและถูกฟ้องร้องตามกฎหมายลิขสิทธิ์ตามมาได้และท่านเองอาจต้องเสียค่าใช้จ่ายตามคดีแพ่งขณะเดียวกันท่านอาจต้องรับผิดตามคดีอาญาด้วย

Reference

Commission on Civil Service in Higher Education. (2017). Assistant professor, Associate professor And the Professor. *The Royal Envoy Book 134, Special Edition 265*, 41-66. (in Thai)

Foocharoen, S. (2014). Self-plagiarism. *Journal of Medical Technology and Physical Therapy*, 26(3), 209-212. (in Thai)

Graduate School Education,Ban Somdet Chaopraya Rajabhat University. (2016). Workshop work shop: writing research articles, publishing and using the akarawisut program. Bangkok, Thailand. [online]. *HCU Journal,18* (35), 145-160. (in Thai)

Library of Medicine, Chiang Mai University. (2015). *Turnitin Applications*. Bangkok, Thailand.[online]. Retrieved from: https://www.med.cmu.ac.th/library/activities/act-2015.php (June 29,2018)

Matakul, B. (2008). Plagiarism, literary theft. *World sport of Science, 8*(2), 7-10. (In Thai)

Roig, M. (2010). Plagiarism and self-plagiarism: what every author should know. *Biochemical Medicine, 20*, 295-300.

Sindam,M. (2016).Legal Problems of Copyright Regarding the Distribution of Digital Goods. *Journal of Law Naresuan University*, *9*(1), 251-274. (In Thai)

Supak-Simolcic, V., & Bilic-Zulle, L. (2013). How do we handle self-plagiarism in submitted manuscripts. *Biochemical Medicine, 23,* 150-3.

Supak-Simolcic V. (2013). Salami publication: definitions and examples. *Biochem Med*, 23,137-41.

Tachaprasertporn, K. (2013). *Problem Concerning the Analysis of Literary Adaptation Under the Copyright Act B.E. 2537*. Master degree of Laws, Bangkok University. (In Thai)

Tampa, M. (2013). *How to write academic works, do not infringe copyright and not copy the work*. (Plagiarism) (2nd ed) . Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai)

Thaweechai, S. (2017). *Documentation: Copyright Law. The Council of the Royal Family , Bangkok, Thailand.[online].* Retrieved from::http://www.thethaibar.or.th/ thaibarweb/index.php/th88-1.html (June 29,2018)

The Royal Thai Armed Forces. (1994). The Copyright Act. *The Royal Thai Government.111*, (59), 1-22. (In Thai)

ธุรกิจสุขภาพสู่สังคมผู้สูงอายุ

Health Business for the Aged Society

นวรัตน์ ไวชมภู และนูรรีย๊ะ ล่าเตะเกะ

Navarat Waichompu and Nuriya Latekeh

หลักสูตรวิทยาการธุรกิจสุขภาพ คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและก ารเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

Bachelor of Science Program in Heath Business Science

Received: December 3, 2018

Revised: January 28, 2019

Accepted: January 30, 2019

บทคัดย่อ

ประเทศไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุ (Aging society) และกำลังก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบ (Aged society) ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และ ภาคเอกชนต้องตื่นตัวเพื่อเตรียมรับมือกับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบ ด้วยเหตุผลจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นและปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมที่เปลี่ยนไปส่งผลให้ธุรกิจด้านสุขภาพผู้สูงอายุขยายตัวเพื่อรองรับจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอแนวทางการจัดธุรกิจสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบ ภายใต้แนวคิดทฤษฎีความสูงอายุด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม เนื้อหาประกอบด้วย (1) แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ (2) แนวคิดธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุ และ (3) แนวทางการจัดธุรกิจสุขภาพเพื่อรองรับสังคม ผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบ ที่เกิดจากกระบวนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ โดยบทสรุปของบทความนี้จะนำไปสู่แนวทางการเตรียมความพร้อมด้านธุรกิจสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบอย่างมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพต่อไป

คำสำคัญ: การเตรียมความพร้อม, ธุรกิจสุขภาพ, ผู้สูงอายุ

Abstract

Thailand is an aging society and moving the aged society. Therefore, it is the reason for the various agencies involved both public and private be prepared to deal with the aged society. Due to the increasing number of aging people and the changing social and economic factors. As a result, the aging health business expanded to accommodate the increasing number of aging. This article aims to provide a holistic approach to health care delivery for the aged society. Based on the concept of physical, mental and physical aging. Content consists (1) the concept of the elderly (2) the Concept of Health Care for the elderly and (3) guidelines for the organization of health care business for the aged society. The summary of this article will lead to a more effective and efficient way of preparing for the health business to support the aged society.

Keywords: preparation, health business, aging

บทนำ

องค์การสหประชาชาติ (The United Nations UN) นิยามคำว่า "ผู้สูงอายุ" ไว้ว่า ประเทศใดมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นสัดส่วนเกิน 10% หรืออายุ 65 ปีขึ้นไป เกิน 7% ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้นได้ก้าวเข้าสู่สังคม ผู้สูงอายุ (Aging Society) และจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบ (Aged Society) เมื่อสัดส่วนประชากร อายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มเป็น 20% และอายุ 65 ปีขึ้นไป เพิ่มเป็น 14% โดยประเทศไทย ได้นิยามคำว่า "ผู้สูงอายุ" ไว้ในพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ว่าหมายถึง "ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป" ประเด็นสำคัญคือประเทศไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2548 โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นด้วยอัตราที่เร็วมากคือ สูงกว่าร้อยละ 4 ต่อปี ในขณะที่ประชากรรวมเพิ่มขึ้นด้วยอัตราเพียงร้อยละ 0.5 เท่านั้น (National Board of the Elderly, 2015) ดังนั้นเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการรองรับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบที่กำลังจะมาถึง การเตรียมความพร้อมด้านธุรกิจสุขภาพจึงเป็นสิ่งที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าธุรกิจด้านอื่น ๆ เนื่องจากวัยสูงอายุเป็นวัยที่มีธรรมชาติการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เสื่อมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ทำให้ผู้สูงอายุเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่ใช้บริการทางสุขภาพและมีค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมและป้องกันภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุตามการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ธุรกิจสุขภาพจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้สูงอายุที่เข้ามามีบทบาทเพื่อรองรับบริการทางสุขภาพที่อาจไม่เพียงพอกับจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งความต้องการที่แตกต่างกันของผู้สูงอายุตามบริบท สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมด้านธุรกิจสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุภายใต้แนวคิดสำคัญ คือ การส่งเสริมและชะลอความเสื่อมสภาพทุกมิติของผู้สูงอายุ ภายใต้ความเข้าใจ ความตระหนักพื้นฐานของผู้สูงอายุแต่ละบุคคล รวมทั้งการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อจัดธุรกิจสุขภาพให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี

ธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุ เป็นการจัดธุรกิจที่ส่งเสริมเพื่อป้องกันความเสื่อมสภาพ ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ให้แก่ผู้สูงอายุ ภายใต้ความหลากหลายของกิจกรรม โดยอาศัยพื้นฐานความเข้าใจในทฤษฎีความสูงอายุที่ครอบคุลมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม อาทิเช่น ทฤษฎีทางชีวภาพ (Biological Theories) ที่เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงตามกระบวนการสูงอายุมีความแตกต่างเฉพาะบุคคล หรือแม้แต่ระบบต่าง ๆ ในร่างกายของบุคคลเดียวกันก็ยังมีความแตกต่างกัน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เกิดจากปัจจัยภายในและภายนอก เป็นทฤษฎีที่อธิบายว่าความสูงอายุเป็นกระบวนการที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Involuntary process) (Eliopoulos, 1997) ทฤษฎีทางจิตวิทยา (Psychosocial Theories) ของอิริสัน ขั้นที่ 8 ระยะวัยสูงอายุ (Aging period) คือ ขั้นความมั่นคงทางจิตใจกับความสิ้นหวัง (Integrity vs Despair) อธิบายว่า วัยนี้เป็นวัยสุขุม รอบคอบ ฉลาด บุคคลจะยอมรับความเป็นจริงของชีวิต ระลึกถึงความทรงจำในอดีต หากประสบความสำเร็จในอดีตก็จะรู้สึกไว้วางใจผู้อื่นและตนเอง มีความมั่นคงทางจิตใจ ภูมิใจต่อการบอกเล่าเกี่ยวกับประสบการณ์ ในชีวิตให้บุตรหลานฟัง ตรงกันข้ามหากบุคคลต้องประสบกับความล้มเหลว และ ความผิดหวังในอดีต จะเกิดความรู้สึกท้อแท้สิ้นหวังในชีวิต รู้สึกคับข้องใจ ไม่สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข และ ทฤษฎีบทบาท (Role Theory) ที่อธิบายว่า บุคคลมีการปรับตัวต่อความสูงอายุและการเป็นผู้สูงอายุ กล่าวคือ ตลอดช่วงชีวิตของบุคคลจะผ่านบทบาททางสังคมหลายบทบาท เช่น การเป็นพ่อ แม่ปู่ย่า เป็นต้น บทบาทเหล่านี้ จะเป็นสิ่งที่แยกแยะสถานภาพทางสังคม และทัศนะที่มีต่อตนเอง ผู้สูงอายุเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของสังคม เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ บทบาท และความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Ladda, 2008) การทำความเข้าใจทฤษฎีและกรอบแนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งจำเป็น รวมทั้งการประยุกต์ใช้หลักการในแต่ละทฤษฎี ที่ว่าด้วยความสูงอายุจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวางแผนส่งเสริมฟื้นฟูสุขภาพของผู้สูงอายุให้เหมาะสม และ สอดคล้องตามแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงาน และการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุ (Thanayot & Hananmuhibbatuddin, 2015)

ดังนั้นการเข้าใจในธรรมชาติ และ การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ซึ่งส่งผลไปในทางที่เสื่อมสภาพของผู้สูงอายุ ช่วยในการดำเนินการธุรกิจสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพที่ดี เพื่อนำพาซึ่งความผาสุกแก่ผู้สูงอายุและสมาชิกในครอบครัว บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอแนวทาง

ดำเนินการธุรกิจ สุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบ ประกอบด้วย (1) แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ (2) แนวคิดธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุ และ (3) แนวทางการจัดธุรกิจสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบ สำหรับใช้เป็นแนวทางในการประยุกต์การดำเนินการธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุ พร้อมด้วยบทสรุปและข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นข้อมูลทางวิชาการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจทั่วไป

แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ 2546 ให้ความหมายคำว่าผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป Chuo (1982) พิจารณาความผู้สูงอายุจาก 4 ลักษณะ ดังนี้ (1) พิจารณาจากอายุ (2) การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย (3) การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ และ (4) การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม โดยองค์การสหประชาชาติ (United Nations : UN) ให้นิยาม ประเทศใดมีประชากรอายุมากกว่า 60 ปี ขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีมากกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงว่าประเทศนั้นกำลังเข้าสู่ สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) และ จะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) เมื่อสังคมหรือประเทศมีประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี มากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ และเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-aged society) เมื่อสังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่า ร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ สำหรับประเทศไทย สำนักงานสถิติแห่งชาติ สรุปว่าไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ตั้งแต่ปี 2548 โดยมีประชากรผู้สูงอายุ ร้อยละ10.4 ของประชากรทั้งประเทศและคาดว่าจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ในช่วงปี 2564 (National Board of the Elderly, 2014) เมื่อเปรียบเทียบประชากรในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนในปี 2558 พบว่า มีประชากรรวมทั้งหมด 630 ล้านคน มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปอยู่ประมาณ 59 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 9 ของประชากรทั้งหมด โดยประเทศที่เข้าเกณฑ์เป็นสังคมสูงอายุมี 3 ประเทศ คือ สิงคโปร์ (ร้อยละ 18) ไทย (ร้อยละ 16) และเวียดนาม (ร้อยละ 10) ในปี 2558 ประชากรไทยมีจำนวน 65.1 ล้านคน โดยในจำนวนนี้เป็นประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป 11 ล้านคน หรือคิดเป็น (ร้อยละ 16) ของประชากรทั้งหมด (National Board of the Elderly, 2015)

ธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงของบุคคลเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ โดยรวมมีความใกล้เคียงกัน แม้ว่าจะมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลที่ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น พันธุกรรม สิ่งแวดล้อม การดูแลสุขภาพและภาวะสุขภาพ ของแต่ละบุคคล ซึ่งวัยสูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น 3 ด้านใหญ่ ๆ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม โดยการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายสามารถเห็นได้ชัดเจนกว่าด้านอื่นๆ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ และสังคม ก็มีความสำคัญกับตัวผู้สูงอายุเอง และบุคคลรอบข้าง โดยการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายในผู้สูงอายุมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป และเป็นการเปลี่ยนแปลงในทาง เสื่อมสภาพของการทำงานในระบบต่างๆ ของร่างกาย ดังนั้นการดูแลผู้สูงอายุโดยอาศัยตัวผู้สูงอายุและครอบครัวจึงเป็นการชะลอให้ผู้สูงอายุคงไว้ซึ่งความสามารถทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม โดยการส่งเสริมการทำงานของระบบอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายให้มีประสิทธิภาพตามสภาวะของร่างกาย ตามแนวคิด 4 อ คือ (1) อ : อาหาร (2) อ : ออกกำลังกาย (3) อ : อารมณ์ และ (4) อ : อุบัติเหตุและอันตราย ซึ่งสาระสำคัญทั้ง 4 อ นี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุที่ไม่มีปัญหาสุขภาพ ส่วนผู้สูงอายุที่มีปัญหาสุขภาพ อาทิเช่น โรคประจำตัว โรคเรื้อรัง หรือมีความพิการ ผู้สูงอายุเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการดูแลจากสหสาขาของทีม จะเห็นได้ว่าผู้สูงอายุไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเสื่อมสภาพที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ไม่ได้ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในผู้สูงอายุสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ใหญ่ๆ ตามแนวคิดทฤษฎีความสูงอายุ ตามรายละเอียด ดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย เป็นการเปลี่ยนแปลงเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ ที่สามารถมองเห็นเป็น

รูปธรรมจากสภาพร่างกายภายนอก หรือจากการตรวจร่างกาย ซึ่งในระยะยาวอาจส่งผลในทางเสื่อมสภาพต่อการเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ และ สังคม เช่น การบกพร่องทางสรีรวิทยาของระบบต่าง ๆ ในร่างกาย ตามทฤษฎีการสูงอายุ อาทิเช่น ทฤษฎีวิวัฒนาการ (Evolution theory) หรือ ทฤษฎีเซลล์ (Cell Theory) ที่อธิบายว่าสิ่งมีชีวิตต่าง

ก็มีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการตลอดเวลา ทฤษฎีการเสื่อมโทรม (Wear and Tear Theory) ที่เชื่อว่า การบาดเจ็บเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการใช้อวัยวะมาเป็นเวลานาน หรือใช้อย่างหักโหม สะสมมาเรื่อย ๆ เมื่ออายุมากขึ้น จึงเกิดการตายของเซลล์ เนื้อเยื่ออวัยวะและระบบต่างๆ ในร่างกายจะทำงานเสื่อมลง เช่น หลอดเลือด ข้อเข่า ฯลฯ ทฤษฎีอนุมูลอิสระ (Free Radical Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึง ความสูงอายุเกิดจากการสะสมสารที่เกิดจากการเผาผลาญไขมัน โปรตีนและคาร์โบไฮเดรต ประกอบกับการได้รับการกระตุ้นจากความร้อน แสงและรังสี ก่อให้เกิดสารที่เรียกว่า อนุมูลอิสระ (free radical) และทฤษฎีสรีรวิทยา (Physiological Theory) เป็นต้น โดยผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย ที่เกิดจากความเสื่อมสภาพของระบบต่าง ๆ ในร่างกายสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน เช่น อาการหูตึง อาการนอนไม่หลับ ปวดข้อและกระดูก กล้ามเนื้ออ่อนแรง การปรับตัวต่ออุณหภูมิลดลง ระบบย่อยอาหารผิดปกติ ระบบขับถ่ายผิดปกติ เป็นต้น (Ebersole, Hess, Touhy, & Jett, 2005)

2) การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เกี่ยวกับความรู้สึก ความนึกคิด ภายใน

จิตใจของผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจที่พบบ่อย ได้แก่ ความซึมเศร้า ความวิตกกังวล และความรู้สึกสิ้นหวัง ครอบครัว และ ผู้ดูแลผู้สูงอายุจำเป็นต้องเข้าใจและหาทางช่วยเหลือ โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory) ที่เชื่อว่า ผู้สูงอายุจะมีความสุขหรือความทุกข์ ขึ้นอยู่กับภูมิหลังและการพัฒนาจิตใจของบุคคล ทฤษฎีของอิริคสัน (Erikson,s Theory) เชื่อว่า ชีวิตแต่ละขั้นตอนของคนต้องฝ่าฟันอุปสรรคให้สำเร็จเพื่อก้าวเข้าสู่ขั้นตอนชีวิตขั้นต่อไป ซึ่งการพัฒนาช่วงวัยสูงอายุ ได้แก่ การปรับตัวต่อการเจ็บป่วย การสูญเสียและการเปลี่ยนแปลง การชื่นชมกับชีวิตในอดีต และการเตรียมตัวเข้าสู่วาระสุดท้ายของชีวิต โดยผู้สูงอายุต้องปรับตัวต่อความสิ้นหวัง (despair) ให้คงไว้ซึ่งความรู้สึกเป็นตัวของตัวเอง (ego integrity) ทฤษฎีนี้มีจุดเน้นที่สำคัญ คือ การเป็นผู้สูงอายุที่มีสุขภาพจิตดี อยู่บนพื้นฐานของการประสบความสำเร็จ ในเผชิญกับพันธกิจในแต่ละขั้นตอนของชีวิต การเปลี่ยนด้านจิตใจเหล่านี้มักได้รับการละเลยมาก โดยที่คนส่วนใหญ่มักคิดว่าเป็นเพราะผู้สูงอายุไม่เข้มแข็ง ฟุ้งซ่านไปเอง หรือ เรียกร้องความสนใจ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วอาการเหล่านี้ เป็นภาวะเจ็บป่วยอย่างหนึ่ง แต่เป็นอาการเจ็บป่วยทางจิตใจ ซึ่งต้องการการดูแลและช่วยเหลือด้วยความเข้าใจและหากจำเป็นอาจต้องพึ่งการรักษาด้วยการใช้ยาหรือการบำบัดเฉพาะ โดยผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจเกิดจากการสูญเสียด้านต่าง ๆ เช่น การสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก เพื่อนฝูง หรือแม้การที่ลูกหลานแต่งงานแยกครอบครัวออกไป และการสูญเสียฐานะทางสังคม เศรษฐกิจ หรือ รายได้ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีผลให้ผู้สูงอายุเกิดความไม่มั่นคงทางจิตใจ เช่น คิดว่าตนเองหมดคุณค่า สิ้นหวัง ไม่เป็นที่รักของลูกหลาน ท้อแท้ คิดอยากฆ่าตัวตาย เป็นต้น (Wilaiwan, 2015)

3) การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทต่างๆ ทางสังคมของผู้สูงอายุ ซึ่งมี

ทฤษฎีรองรับ อาทิเช่น ทฤษฎีบทบาท (Role Theory) ที่เชื่อว่า เมื่อบุคคลเข้าสู่วัยสูงอายุจะปรับบทบาท และ

สภาพต่าง ๆ หลายอย่างที่ไม่ใช่บทบาทเดิมของตนมาก่อน เช่น การละทิ้งบทบาททางสังคมและความสัมพันธ์ซึ่งเป็นไปแบบวัยผู้ใหญ่ ยอมรับบทบาทของสังคม และ ความสัมพันธ์ในแบบผู้สูงอายุ และเว้นจากความผูกพันกับคู่สมรสเนื่องจากการตายไปของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง เป็นต้น ทฤษฎีแยกตนเองหรือทฤษฎีการถอยห่าง (Disengagement Theory) เชื่อว่า ผู้สูงอายุและสังคมจะลดบทบาทซึ่งกันและกัน อย่างค่อยเป็นค่อยไปตามความต้องการของร่างกายและไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ เนื่องจากยอมรับว่าตนเองมีความสามารถลดลง สุขภาพเสื่อมลงจึงถอยหนีจากสังคมเพื่อลดความเครียดและรักษาพลังงาน ทฤษฎีกิจกรรม (Activity Theory) เชื่อว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการที่จะเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อความสุขและการมีชีวิตที่ดีเช่นเดียวกับวัยผู้ใหญ่ และสามารถเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองสนใจ ทฤษฎีความต่อเนื่อง (Continuity Theory) เชื่อว่า การดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพและแบบแผนชีวิต ของแต่ละช่วงวัยที่ผ่านมา และ มีปัจจัยอื่น ๆ ที่เข้ามาร่วมอธิบาย ได้แก่ แรงจูงใจ สถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นการส่งเสริมทางสังคมเพื่อชะลอ หรือ คงไว้ซึ่งบทบาททางสังคมของ

ผู้สูงอายุจะเป็นการช่วยให้ผู้สูงอายุมีความภูมิใจ และรู้ว่าตัวเองยังมีคุณค่าทางสังคม (Orawan, 2010)

สรุปได้ว่า ผู้สูงอายุเป็นบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ในทางเสื่อมสภาพ ดังนั้นการส่งเสริมคุณค่าให้กับผู้สูงอายุจะเป็นการช่วยชะลอความเสื่อมสภาพตามการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญตามทฤษฎีความสูงอายุทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม โดยการทำความเข้าใจและตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาประยุกต์ในการจัดธุรกิจเพื่อส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุทั้ง 3 ด้าน ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

แนวคิดธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุ

ปัจจุบันประเทศไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากร ที่สำคัญ คือ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) และกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแบบสมบูรณ์ (Aged society) ส่งผลให้สัดส่วนวัยทำงานและวัยเด็กลดลง เนื่องจากอัตราการเกิด และอัตราการตายของประชากรลดลงอย่างต่อเนื่อง เป็นเหตุผลให้ประชากรไทยโดยเฉลี่ยมีอายุยืนยาวขึ้น ดังนั้นธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพผู้สูงอายุจึงกลายเป็นธุรกิจที่มีความเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดดไม่น้อยไปกว่าธุรกิจด้านเทคโนโลยี แต่สิ่งที่ตรงกันข้ามคือผู้สูงอายุกลับมีพฤติกรรมสุขภาพที่มีแนวโน้มไปในทางที่เสื่อมลง เห็นได้จากพฤติกรรมตามแนวคิด 4 อ ประกอบด้วย ออกกำลังกาย:ขาดการออกกำลังกาย อาหาร: การรับประทานอาหารเกินความจำเป็น ขาดความสมดุลของสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย อารมณ์: ไม่สามารถปรับตัวกับความเครียดต่าง ๆ ได้ อากาศ: สิ่งแวดล้อมภายในที่อยู่อาศัยไม่เหมาะสม ซึ่งสิ่งเหล่านี้จัดเป็นพฤติกรรมที่บั่นทอนสุขภาพของผู้สูงอายุในทางที่เสื่อม และเป็นจุดพลิกผันให้ผู้สูงอายุกลายเป็นผู้สูงอายุที่มีร่างกายอ่อนแอ ต้องพึงพาบุคคลในครอบครัว ทำให้อนาคตประเทศไทยเผชิญกับปัญหาการดูแลผู้สูงอายุเพราะผู้สูงอายุที่มีสุขภาพไม่ดีต้องพึ่งพาลูกหลานมากขึ้น ก่อให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ในครอบครัวตามมา เช่น ขาดคนดูแลผู้สูงอายุ เพราะทุกคนต้องหาเลี้ยงชีพตนเอง และครอบครัวรวมทั้งผู้สูงอายุ ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในครอบครัวเพิ่มขึ้น ดังนั้นทางออกสำหรับครอบครัวในการดูแลผู้สูงอายุ จึงมุ่งเน้นมายังธุรกิจที่สามารถส่งเสริมหรือชะลอความเสื่อมสภาพด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านสังคมตามความสามารถของครอบครัวในการเข้าถึงบริการทั้งภาครัฐ และ เอกชน ซึ่งปัจจุบันธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุมีความหลากหลาย ในที่นี้ผู้เขียนแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ๆ ตามระยะเวลาการจัดกิจกรรม ดังนี้ (1) ธุรกิจสุขภาพระยะสั้น เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นให้บริการผู้สูงอายุ ในการใช้ชีวิตประจำวันที่เหมาะสมกับสภาพของแต่ละบุคคลทั้งในและนอกสถานที่ เช่น การจัดกิจกรรมผ่อนคลาย การสร้างสังคมระหว่างเพื่อนวัยเดียวกัน รวมทั้งการให้บริการด้านการแพทย์ สำหรับผู้สูงอายุที่มีโรคเรื้อรัง และ (2) ธุรกิจสุขภาพระยะยาว มุ่งเน้นรูปแบบบริการบ้านพัก หรือ ห้องพักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ที่ต้องการย้ายถิ่นฐานเข้ามาในโครงการเพื่อความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตหลังวัยเกษียณ ยุคนี้จึงเป็นยุคทองของธุรกิจ เกี่ยวกับสุขภาพผู้สูงอายุ ซึ่งภายใต้การจัดธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุประเภทต่าง ๆ นั้น ผู้จัดการหรือผู้บริหารธุรกิจควรมีความรู้ ด้านการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ บนพื้นฐานทฤษฎีความสูงอายุ และการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม เนื่องจากผู้สูงอายุมีข้อจำกัดจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน ดังนั้นการที่ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องมีความรู้ด้านการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุที่ถูกต้อง จะเป็นประโยชน์ในการวางแผน ดำเนินงานและจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้เหมาะสม รวมทั้งการวางแผนสำรองหากมีปัญหาหรือข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นกรณีฉุกเฉิน

บทความนี้ผู้เขียนให้ความหมายของธุรกิจ สุขภาพผู้สูงอายุที่หมายถึงสถานบริการใด ๆ ก็ตามที่ให้บริการเกี่ยวกับการส่งเสริม การชะลอการเสื่อมของสุขภาพผู้สูงอายุทุกรูปแบบโดยการนำแนวคิดทฤษฎีการสูงอายุที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมมาประยุกต์ใช้ อาทิเช่น ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพผู้สูงอายุ ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์สำหรับผู้สูงอายุ ธุรกิจความงามสำหรับผู้สูงอายุ ธุรกิจบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ธุรกิจท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เป็นต้น ตามรายละเอียดดังนี้

ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพผู้สูงอายุ เป็นการนำแนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายของผู้สูงอายุมาประยุกต์ใช้ในการจัดธุรกิจสุขภาพ เช่น ระบบผิวหนัง ระบบกล้ามเนื้อ ระบบประสาท ซึ่งยุคนี้การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นเรื่องที่นิยมในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเฉพาะ

อาหารที่มุ่งเน้นการส่งเสริมและชะลอการเสื่อมสภาพของร่างกายในผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอาหาร หรือเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ รวมถึงอาหารเสริม หรือสมุนไพรต่าง ๆ อย่างไรก็ตามการทำธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพผู้สูงอายุต้องสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายของผู้สูงอายุ เช่น อาหารย่อยง่าย มีกากใยอาหาร ไขมันต่ำ ไม่มีคอลเลสเตอรอล น้ำตาลน้อย หรือปราศจากน้ำตาล และมีส่วนประกอบที่ป้องกันลดความเสี่ยงต่อโรคที่ไม่ติดต่อในผู้สูงอายุ ได้แก่ โรคหัวใจ เบาหวาน มะเร็ง เป็นต้น

ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์สำหรับผู้สูงอายุ เป็นการนำแนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายของผู้สูงอายุมาประยุกต์ใช้ เช่น ระบบโครงกระดูก ระบบกล้ามเนื้อ ระบบประสาท ซึ่งธุรกิจนี้อาจถูกมองข้าม หรือให้ความสำคัญน้อยถึงความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสมตามการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายของผู้สูงอายุ โดยการออกแบบให้เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพและวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุที่สภาพร่างกายเริ่มถดถอย อาทิเช่น เตียงนอนที่ปรับระดับความสูงต่ำได้ เก้าอี้ไม้ที่มีพนักพิง เป็นต้น

ธุรกิจความงามสำหรับผู้สูงอายุ เป็นการนำแนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายมาใช้ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ตอบโจทย์ผู้สูงอายุ ที่ให้ความสำคัญด้านการคงสภาพรูปลักษณ์ที่ดีทั้งภายใน และ ภายนอก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ช่วยชะลอวัยด้านร่างกายที่สามารถส่งผลต่อจิตใจของผู้สูงอายุในการดำเนินชีวิตอยู่ในสังคม โดยผู้สูงอายุต้องการดูแลตัวเองให้ดีอยู่ตลอดเวลา เช่น เครื่องแต่งกายที่เหมาะกับผู้สูงอายุ เครื่องสำอางที่ผลิตมาจากธรรมชาติหรือสมุนไพรที่มีสรรพคุณต่อต้านชะลอริ้วรอย เป็นต้น

ธุรกิจบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เป็นการนำแนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย ที่มีการเสื่อมสภาพตามช่วงอายุ เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นกลุ่มผู้สูงอายุ 2 กลุ่ม คือ (1) ผู้สูงอายุที่เจ็บป่วยหรือไม่สามารถดูแลตนเองได้ และ (2) ผู้สูงอายุปกติ ซึ่งการจัดธุรกิจประเภทนี้ผู้ประกอบการต้องมีความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงแต่ละด้านในผู้สูงอายุ รวมทั้งต้องมีจิตบริการ มีเมตตา เนื่องจากผู้สูงอายุมีความหลากหลายในพื้นฐานการดำเนินชีวิตที่ผ่านมา

ธุรกิจท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เป็นการนำแนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ และ สังคมมาใช้ในการจัดธุรกิจที่มุ่งเน้นกลุ่มผู้สูงอายุที่ยังต้องการสังคม เพื่อพบปะพูดคุยสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อนในวัยเดียวกัน การจัดธุรกิจประเภทนี้ผู้ประกอบต้องมีความรู้และเข้าใจในข้อจำกัดที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย รวมทั้งรสนิยมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ เพื่อนำมาวางแผนจัดกิจกรรมท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม อาทิเช่น ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นต้น

ธุรกิจนวดแผนไทยสำหรับผู้สูงอายุ เป็นการนำแนวคิดทฤษฎี การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย โดยเป็นธุรกิจที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ในการนำมาใช้กับผู้สูงอายุ เพื่อมุ่งเน้นทั้งการรักษาและการผ่อนคลาย และเป็นธุรกิจที่ได้รับความสนใจ ในผู้สูงอายุจำนวนมาก นอกจากได้รับการรักษาและผ่อนคลายแล้วยังได้พูดคุย และ พบปะกับบุคคลต่าง ๆ ในขณะเข้ารับบริการ

สรุปได้ว่า การจัดธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารต้องมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ของผู้สูงอายุอย่างถ่องแท้ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้มีความเหมาะสมกับสภาพ หรือข้อจำกัดของผู้สูงอายุแต่ละบุคคลภายใต้การก้าวทันยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

แนวทางการจัดธุรกิจสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบ

ประเทศไทยมีพัฒนาการทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มต้นจาก Thailand 1.0 ที่เน้นเกษตรกรรมแบบดั้งเดิม Thailand 2.0 ที่เน้นอุตสาหกรรมเบา Thailand 3.0 ที่เน้นอุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนมากขึ้น และ Thailand 4.0 ที่เน้นการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน โดยเป้าหมายหลักของ Thailand 4.0 คือ การปรับเปลี่ยนเชิงโครงสร้างจากการ “ปักชำ” สู่การมี “รากแก้ว” ของตนเอง โดยกลุ่มสุขภาพใช้เทคโนโลยีชีวการแพทย์ (Health & Wellness – Biomedical) เป็น 1 ใน 5 ของกลุ่มเทคโนโลยีหรืออุตสาหกรรม ของประเทศไทยที่ต้องการพัฒนา (Research and Quality Assurance Department, 2016) ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุจึงเป็นธุรกิจอันดับต้น ๆ ที่ได้รับประโยชน์จากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

ซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิต (Quality of Life Services) ดังนั้นเพื่อเป็นการรองรับ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบ ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนจะนิ่งเฉยอยู่ไม่ได้ ต้องวิเคราะห์และค้นหากลยุทธ์ในการจัดธุรกิจสุขภาพเพื่อตอบสนองกลุ่มผู้สูงอายุ ให้มีความเหมาะสมตามสภาพและข้อจำกัดที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงตามวัย

จากการทบทวนเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดผู้สูงอายุ แนวคิดธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุ สามารถสังเคราะห์และสรุปแนวทางการจัดธุรกิจเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบ ตามแนวคิดทฤษฎีผู้สูงอายุ 3 ด้านที่สำคัญ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ และการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม ดังนี้

ตาราง 1
แนวทางการจัดธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุตามการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย

การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย	แนวทางการจัดธุรกิจสุภาพ
ผิวหนังแห้งเป็นแผลหรือติดเชื้อง่าย ข้อเข่าเสื่อม ปวดตามข้อ กล้ามเนื้ออ่อนแรง สายตาพร่ามัว ต้อกระจก หูตึง ความจำเสื่อม ระบบขับถ่ายผิดปกติ	1. ธุรกิจอาหารสุขภาพ อาหารเสริม เพื่อเสริมสร้างระบบที่เสื่อมสภาพให้กับร่างกาย 2. ธุรกิจฟิตเนส หรือศูนย์ออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุเพื่อเสริมความแข็งแรงให้กับร่างกาย 3. ธุรกิจสปา ศูนย์ดีท๊อก (Detox) เพื่อสุขภาพ 4. ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์สำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย 5.ธุรกิจขายและจัดส่งสินค้าแบบเดลิเวอร์รี่ (Delivery) สำหรับผู้สูงอายุ

ตาราง 2
แนวทางการจัดธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุตามการเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ

การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ	แนวทางการจัดธุรกิจสุภาพ
รู้สึกหดหู่ ต้องพึงพาลูกหลาน สูญเสียคนรัก โดดเดี่ยว คุณค่าในตัวเองลดลง เก็บตัว	1. ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (edu-meditation tourism) เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ปรัชญาความรู้ทางศาสนา เพื่อสร้างความแข็งแรงด้านจิตใจผ่านสิ่งยึดเหนี่ยวด้านจิตใจ 2. ธุรกิจธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) เพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายและจิตใจ 3. ธุรกิจทางการเงิน ประกันชีวิต สำหรับผู้สูงอายุเพื่อสร้างความมั่นคงทางจิตใจ

ตาราง 3

แนวทางการจัดธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุตามการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม

การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม	แนวทางการจัดธุรกิจสุภาพ
บทบาททางสังคมลดลง โรคประจำตัวที่ไม่เอื้อต่อการเข้าสังคม	1. ธุรกิจนันทนาการตามความชื่นชอบส่วนบุคคล เช่น ธุรกิจลีลาศ ธุรกิจคาราโอเกะ เป็นต้น 2. ธุรกิจฟิตเนสเพื่อสุขภาพเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุเพื่อสร้างการเข้าสังคมให้กับผู้สูงอายุวัยเดียวกัน 3. ธุรกิจสัตว์เลี้ยงสำหรับผู้สูงอายุเพื่อคลายเหงารวมทั้งเสริมสร้างบทบาทในการดูแลผู้อื่น

บทสรุป

การสังเคราะห์แนวทางการจัดธุรกิจสุขภาพตามการเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมในบทความนี้เพื่อเสนอเป็นแนวทางการจัดธุรกิจสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบ ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสมในการส่งเสริมและชะลอการเสื่อมสภาพของผู้สูงอายุจากการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ด้าน เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถดำเนินชีวิตอย่างผาสุกตามบริบทของตนเอง ครอบครัว และสังคมต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการจัดธุรกิจสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อความคล่องตัวในการขับเคลื่อนภายใต้ความรู้ความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ โดยการขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบายเพื่อลงสู่การปฏิบัติ ในการสร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องว่าทำไมต้องจัดธุรกิจสุขภาพผู้สูงอายุที่มีความแตกต่างจากช่วงวัยอื่น ๆ เพื่อให้กระบวนการดำเนินการมุ่งสู่เป้าหมายตามที่ตั้งไว้ คือ ผู้สูงอายุมีสุขภาพกาย จิตและสังคมที่ดี

References

Chuo, N. (1982). *Thai old man.* Bangkok: Research Institute Chulalongkorn University. (in Thai)

Eliopoulos, C. (1997). *Gerontological Nursing* (4th ed.). Philadelphia: J.B. Loppincott.

Ebersole, P., Hess, P., Touhy, T., & Jett, K. (2005). *Diabetes mellitus in late life InGerontological Nurse & Healthy Aging (3rd ed.).* St. Louis: Mosby Westline Industrial Drive.

National Board of the Elderly. (2014). *Situation of the Thai elderly 2015.* Bangkok: Foundation for Thai Elderly Research and Development Institute. (in Thai)

National Board of the Elderly. (2015). *Situation of the Thai elderly 2016.* Bangkok: Foundation for Thai Elderly Research and Development Institute. (in Thai)

Pankong, O. (2010). *Nursing Care for the Elderly.* (2nd ed.). Bangkok: Thana Press.

Research and Quality Assurance Department. (2016). *Blueprint Thailand 4.0 Model driven country Thailand to prosperity and stability. Retrieved on September 4, 2560.* Retrieved from http://www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf.

Sumalrot, T. and Hananmuhibbatuddin N. S. (2015). Aging in the world of work:Biopsychosocial perspectives. *Panyapiwat Journal, 7*(1), 242-254. (in Thai)

Suton, L. (2008). A*pplication of the Elderly Wisdom to support the programs of Senior Citizens Club : A Case Study in Senior Citizens Council of Thailand (SCCT).* Master's Thesis (Social Welfare Administration and Policy), Thammasat University, Bangkok. (in Thai)

Thongcharoen, W. (2015). *Nursing Science and Arts.* (2nd ed.). Bangkok: NP Press.

นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล
Television Program Production Innovation in Digital Era

อุษา ศิลป์เรืองวิไล
Usa Silraungwilaii
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
Faculty of Communication Arts, Eastern Asia University
Received: June 7, 2018
Revised: December 12, 2018
Accepted: December 13, 2018

บทคัดย่อ

วิจัยนี้เป็นการวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มจำนวนสองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภครายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล และกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล เพื่อศึกษาถึงนวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ผู้วิจัยใช้แนวคิด 4R และ 3P เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมการรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อใหม่ (new media consumption) ที่มีความต้องการบริโภคข้อมูลดิจิทัล ที่มีลักษณะ 4R ประกอบด้วย Real (R1), Rich (R2), Rapid (R3), และ ® (Trademark) (R4) (R1) Real เป็นการสื่อสารในรูปแบบเสมือนจริง เช่น การเสนอภาพลักษณ์สินค้าผ่านแอพพลิเคชั่น ประเภท AR (Augmented Real) (R2) Rich ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ ในทุกช่องทางการสื่อสารดิจิทัล เช่น ยูทูป เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม แฟนเพจ เว็บเพจ (R3) Rapid ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่เน้นความรวดเร็ว อาทิ การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ ไลน์ออฟฟิศเชียล (R4) ® (Trademark) ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่เน้นการสร้างแบรนด์

คำสำคัญ: รายการโทรทัศน์, นวัตกรรม, ยุคดิจิทัล

Abstract

This qualitative research used focus group method to interview two focus groups: those are television consumers in digital era group and television production in digital era group; to study television program production innovation in digital era. Researcher applied 4R and 3P concept as study framework. Findings showed that television program production innovation in digital era should match consumer's digital content consumption which was characterized as 4R which consisted of Real (R1), Rich (R2), Rapid (R3), and ® (Trademark) (R4). (R1) Real is considered as a virtual communication; such as promoting brand image through application in AR (Augmented Real) type. (R2) Rich is a communication form that focuses on interaction between every digital communication channel such as Youtube, Facebook, Instagram, FanPage, and WebPage. (R3)

Rapid is a communication type that concentrates on being fast; for example, communication through Facebook Live Line official. (R4) ® (Trademark) is a communication focusing on branding.

Keywords: Keywords: television program, innovation, digital era

บทนำ

นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ปรับตัวเพื่อรับมือกับพฤติกรรมการการรับชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล (สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย, 2560) ที่ผู้รับสารบริโภคข้อมูลผ่านนวัตกรรม “4 Screen” 4screens.net, 2018) ได้แก่ หน้าจอทีวี หน้าจอคอมพิวเตอร์ หน้าจอแท็บเล็ต และหน้าจอมือถือในรูป แบบมัลติสกรีน (multi-screen)

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลจึงต้องสร้างสรรค์กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ทำรายการโทรทัศน์ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งขันรายอื่น เพื่อที่ผู้ชมดูแล้วสนใจติดตามรายการโทรทัศน์ต่อไป (Kapook.com, 2560) ซึ่งก่อนที่จะเป็นรายการ การผลิตรายการในยุคดิจิทัลที่ดีและน่าสนใจได้นั้นกระบวน การผลิตจะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลมีความสมบูรณ์ ซึ่งใช้ครบทุกหลักการได้แก่ กระบวนการก่อนการผลิต (pre - production) คือ ขั้นตอนก่อนลงมือผลิตรายการโทรทัศน์จริง เช่น การหาข้อมูล การประชุม การคิดเนื้อเรื่อง การคิดบท การหาสถานที่ถ่ายทำต่าง ๆ ที่จะไปลงพื้นที่ในการถ่ายทำ กระบวนการผลิต (production) คือ ขั้นตอนการผลิตงานจริง การออกกองถ่ายทำลงพื้นที่ การเก็บภาพ กำกับการแสดง ให้เป็นไปตาม Storyboard ที่ได้กำหนดและกระบวนการหลังการผลิต (post - production) คือ ขั้นตอนหลังการผลิตงาน หลังจากการถ่ายทำรายการโทรทัศน์เสร็จสิ้น ก็จะนำมาเรียบเรียงโดยการตัดต่อวิดีโอ การลำดับภาพและเสียง การตกแต่งสีแต่งเสียง แต่งภาพด้วยคอมพิวเตอร์ การใส่เทคนิคพิเศษและกราฟฟิกให้ตรงตามที่ได้กำหนดไว้ตามแผนที่วางไว้ จึงมีความจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินการแต่ละขั้นตอน โดยจะมีกระบวนการต่างๆ ที่ทำให้เกิดรายการ เพื่อนำเสนอข้อความหรือสาระต่อผู้ชม โดยรายการที่ผลิตจะมีลักษณะการนำ เสนอที่มีรูปแบบวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ชัดเจนร่วมกัน การผลิตรายการในยุคดิจิทัลนั้น เป็นการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นเรื่องจริงที่เคยเกิดขึ้นจริง โดยมีการเตรียมการค้นหาข้อมูล เรียบเรียงภาพและเสียงให้มีความน่าสนใจและสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถทำให้ผู้ชมได้รับสาระความรู้ เกิดความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ร่วมตามวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่กำหนดได้ ทำให้การประสานงานเป็นไปตามแบบแผน โดยรวมก็จะประสานงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้งานเป็นไปอย่างราบรื่นและสัมพันธ์กัน

การศึกษานวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์จึงเป็นการศึกษาปรับตัวของผู้ประกอบการสื่อเพื่อรองรับโมเดลพัฒนาเศรษฐกิจ Thailand 4.0 เป็นที่รัฐบาลคาดหวังว่าจะช่วยผลักดันระบบเศรษฐกิจไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษานวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่านวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อใหม่ (new media consumption) ที่มีความต้องการบริโภคข้อมูลดิจิทัล (digital content) ที่มีลักษณะ 4R คือ (R1) Real ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบเสมือนจริง เช่น การเสนอภาพลักษณ์ผ่านแอพพลิเคชั่นประเภท AR (Augmented Real), (R2) Rich ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ (interactive) ในทุกช่องทางการสื่อสารดิจิทัล เช่น ยูทูป (Youtube) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) แฟนเพจ (FanPage) เว็บเพจ (WebPage), (R3) Rapid ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่เน้นความรวดเร็ว เช่น การสื่อสารผ่าน เฟซบุ๊ก

ไลฟ์ (Facebook Live) ไลน์ออฟฟิศเชียล (Line official), และ (R4) ® (trademark) ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่เน้นการสร้างแบรนด์

ดังนั้นการศึกษานวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลจึงต้องให้ความสำคัญกับ พฤติกรรมการบริโภคข้อมูลในยุคดิจิทัล และการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลในยุคดิจิทัล ได้แก่ แนวคิดเรื่อง 4R

1.1 R1: Real

การสื่อสารในรูปแบบเสมือนจริง เช่น การสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Augmented Reality (AR) คือ การพัฒนาเทคโนโลยีที่ผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริงและความเสมือนจริงเข้าด้วยกันผ่านซอฟแวร์เชื่อมต่อต่าง ๆ เช่น เว็บแคม คอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์อื่นที่เกี่ยวข้อง ภาพเสมือนจริงนั้นจะแสดงผลผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ หน้าจอโทรศัพท์มือถือ บนเครื่องฉายภาพหรือบนอุปกรณ์แสดงผลอื่น ๆ โดยภาพเสมือนจริงที่ปรากฏขึ้นจะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ทันทีขึ้นกับการออกแบบสื่อแต่ละรูปแบบโดยกระบวนการของเทคโนโลยีเสมือนจริง คือ การวิเคราะห์ภาพ การคำนวณค่าตำแหน่งเชิงสามมิติ และกระบวนการสร้างภาพสองมิติ รวมทั้งมีการใช้โปรแกรมในการสร้างงานเสมือนจริงเช่น AI (Adobe Illustrator) AE (After Effect) และการใช้เทคนิค Green screen ในการผลิตภาพนิ่งและภาพเคลื่อนที่เสมือนจริงนำมาใช้ในการผลิตรายการ Greentime TV 360องศา ด้วย

1.2 R2: Rich

รูปแบบการสื่อสารที่เน้นการสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์

ปฏิสัมพันธ์ (interactive) คือ การทำงานที่เน้นการสื่อสารการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่มในการจัดการผลิตรายการในยุคดิจิทัล เช่น รายการ คิดใสไทยแลนด์ ซีซั่น 4 นิยมสร้างความสัมพันธ์ในห้องผลิตรายการเพื่อให้ผู้ร่วมการทางานในการสร้างรายการมีกิจกรรมประเภทต่าง ๆ ที่จะให้ผู้ร่วมทีมงานมีส่วนร่วมในการทำงาน ผ่านการถ่ายทอดสดวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ หรือ การไลน์สด ผ่านช่องทาง Facebook และ You Tube ซึ่งหน้าที่นี้จะต้องมีการพบปะกับทีมงานและเพื่อนร่วมงานที่ค่อนข้างอยู่ใกล้ชิดกัน โดยดาเนินรายการที่ได้รับมอบหมายซึ่งในการดาเนินรายการจะมีโอกาสได้แลกเปลี่ยนความรู้สึกที่ดีร่วมกัน การมีโอกาสได้ปรับตัวเข้ากับบุคคลอื่น ความกระตือรือร้นในการที่จะพบปะกับผู้อื่น ทำให้ต้องมีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันและทาให้มีการสื่อสารที่มุ่งเน้นให้ผู้ที่สื่อสารเข้าใจในเนื้อหาหรือข้อมูลร่วมกันได้อย่างถูกต้องและดาเนินรายการได้อย่างสมบูรณ์และถูกต้องที่สุด

1.3 R3: Rapid

เป็นการสื่อสารในรูปแบบที่เน้นความรวดเร็ว เช่น การสื่อสารผ่าน เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ไลน์ออฟฟิศเชียล (Line official) เป็นการสื่อสารที่เน้นความรวดเร็วต้องอาศัยการสื่อสารผ่านเว็บไซต์หรืออินเทอร์เน็ต เช่น รายการละหมาดต่างถิ่น On TV Muslim จะเน้นการสื่อสารแบบรวดเร็วโดยการถ่ายทอดสดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น การถ่ายทอดสดผ่าน Facebook และ Youtube ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรวดเร็วและมากยิ่งขึ้นอีก ทั้งยังสามารถประหยัดค่าใช้จ่าย การ Live ตอบโจทย์ผู้ใช้ให้สามารถถ่ายทอดออกอากาศสด ๆ ได้ทันที แจ้งเตือน Notifications ให้คนติดตามรู้ว่ามีถ่ายทอดสดแล้วนะ แถมคนที่เข้ามาดูยังคอมเมนต์กันได้สดๆ Facebook Live เป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการแสดงคอนเทนต์ จากแต่ก่อนที่ทำคอนเทนต์ได้แค่ข้อความ และรูปภาพ แต่ปัจจุบันทำเป็นภาพเคลื่อนไหวได้ ซึ่งการถ่ายทอดสดนั้นมีเสน่ห์ในเรื่องของเวลาเข้ามาเป็นมิติสำคัญ สามารถถ่ายทอดคอนเทนต์แบบเรียลไทม์ได้เลย แต่ที่น่าสนใจไปกว่านั้น การถ่ายทอดสดแตกต่างจากวิดีโอทั่วไป นอกจากเรื่องเวลายังสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนดูได้ในเวลาเดียวกัน “ถ้าเป็นคอนเทนต์การรีวิวสินค้าธรรมดาก็ทำเป็นแค่วิดีโอ แต่เมื่อเป็นการถ่ายทอดสดการเปิดตัวสินค้า ก็จะมีเรื่องเรียลไทม์เข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้คอนเทนต์นั้นมีมิติขึ้น สามารถเห็นคอมเมนต์ของคนดูแบบสดๆ ที่ได้อินเตอร์แอ็กทีฟกับคนดูได้ ในขณะที่วิดีโอเหมือนเป็นการสื่อสารทางเดียว”

นอกจากนี้ Facebook Live ยังทำได้ง่าย แค่มีโทรศัพท์เครื่องเดียวก็ถ่ายทอดสดได้แล้ว และการถ่ายทอดสดเรียกว่าตรงกับพฤติกรรมคนไทยด้วย เพราะชอบความสนุก ชอบเล่นฟีเจอร์อะไรใหม่ ๆ และชอบดูคอนเทนต์ที่สดใหม่ด้วย

1.4 R4: ® Trademark

การสื่อสารรูปแบบเน้นสร้างแบรนด์ เป็นการใช้สื่อใหม่ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ทำให้เกิดการสื่อสารที่รวดเร็ว และสามารถสื่อสารไปถึงกลุ่มคนจำนวนมากได้ ภายในการสื่อสารครั้งเดียว ซึ่งการสื่อสารเหล่านี้จะช่วยให้เรานั้นสามารถสามารถสร้างรายการของตนเองให้กลายเป็นแบรนด์ได้ โดยการพยายามสร้างอัตลักษณ์หรือสร้างความแตกต่างที่เป็นของรายการตนเองขึ้นมา และจะใช้อัตลักษณ์นั้นสื่อสารกับผู้คนภายในโลกโซเชียลซ้ำ ๆ โดยการสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างหรือการสร้างตนเองให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภค ส่งผลให้รายการมีโอกาสประสบผลสำเร็จในยุคดิจิทัล นี้ได้ (ปิยะชาติ อิศรภักดี, 2559)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ได้แก่ แนวคิดเรื่อง 3P

ก่อนการผลิตรายการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ผู้ผลิตจำเป็นจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผนการผลิต การเตรียมการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการผลิต และการประเมินผลการผลิตสื่อ (สุรัญชนา สิทธิพูล, 2554)

2.1 P1: Pre-Production

ขั้นเตรียมการผลิต

นับเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งก่อนเริ่มทำการผลิตสื่อ ได้แก่ การเตรียมข้อมูล การกำหนดหรือวางเค้าโครงเรื่อง การประสานงาน กองถ่ายกับสถานที่ถ่ายทำ ประชุมวางแผนการผลิต การเขียนสคริปต์ การจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์การถ่ายทำ ห้องตัดต่อ อุปกรณ์ประกอบฉาก อุปกรณ์แสง การเตรียมตัวผู้ผลิต ผู้ร่วมผลิต ฯลฯ หากจัดเตรียมรายละเอียดในขั้นตอนนี้ได้ดี ก็จะส่งผลให้ขั้นตอนการผลิตงานทำได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ขั้นเตรียมการผลิต (pre-production) ประกอบด้วยดังนี้

1. การแสวงหาแนวคิด เป็นการหาแนวทางเรื่องราวที่จะนำมาผลิตเป็นสื่อรายการโทรทัศน์ ซึ่งถือว่าเป็นภารกิจแรกของผู้ผลิตสื่อที่จะต้องตั้งคำถามให้กับตัวเองว่า แนวคิดที่ได้นั้นดีอย่างไร และจะให้ประโยชน์อะไรต่อผู้รับสื่อ การหาแนวคิดหรือเรื่องราว จึงเป็นงานที่จะต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการค่อนข้างสูง

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ (objective) เมื่อได้เรื่องที่จะทำการผลิตสื่อแล้ว เป็นการคาดหวังถึงผลที่จะเกิดกับผู้ชมเมื่อได้รับชมรายการไปแล้ว ทุกเรื่องที่นำมาจัดและผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้ผลิตจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ว่า มุ่งให้ผู้รับได้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรมในด้านใดบ้าง การกำหนดวัตถุประสงค์อาจตั้งหลายวัตถุประสงค์ก็ได้

3. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (target audience) เมื่อได้กำหนดวัตถุประสงค์แล้ว ขั้นต่อไปวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายว่ามีลักษณะอย่างไร เป็นการทำความรู้ผู้ชมในแง่มุมต่าง ๆ เกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ความสนใจ ความต้องการ และจำนวนผู้ชม เพื่อให้สามารถผลิตสื่อได้ตรงความต้องการมากที่สุด

4. การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เป็นกระบวนการศึกษาเนื้อหา และข้อมูลที่เกี่ยวกับเรื่องที่จะทำการผลิตแล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้เนื้อหาสาระ และข้อมูลที่ถูกต้องทันสมัย น่าสนใจ และเพิ่มความน่าเชื่อถือ การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตที่จะต้องทำการศึกษาจาก ตำรา เอกสาร ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และข้อมูล และข้อมูลจากแหล่งต่างๆ อย่างครบถ้วน ทำการลำดับเนื้อหาจากง่ายไปยาก เพื่อการนำเสนอที่เหมาะสม และสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี

5. การเขียนบทวีดีทัศน์ (script writing) เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องจากการกำหนดแนวคิดจนถึงการวิเคราะห์เนื้อหา จนได้ประเด็นหลักและประเด็นย่อย แล้วนำมาเขียนเป็นบท ซึ่งเป็นการกำหนดลำดับก่อนหลังของการนำเสนอภาพและข้อมูล เพื่อให้ผู้ชมได้รับเนื้อหาสาระตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยระบุลักษณะภาพและข้อมูลชัดเจน

6. การกำหนดวัสดุและอุปกรณ์ในการผลิตสื่อ โดยที่ผู้ผลิตสื่อจะต้องทราบว่าต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ใดบ้าง ซึ่งต้องกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ดังกล่าว เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดหา และเตรียมการต่อไป

7. การกำหนดผู้แสดง หรือผู้ดำเนินรายการ ต้องเป็นไปตามความเหมาะสมของเนื้อหาและรูปแบบของรายการที่จะนำเสนอ

8. การจัดทำงบประมาณ โดยทั่วไปจะมีการตั้งงบประมาณไว้ก่อนแล้ว แต่ในขั้นนี้จะเป็น การกำหนดการใช้งบประมาณโดยละเอียด ซึ่งจะเป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

ในการดำเนินการผลิต เช่น ค่าตอบแทนผู้รวมดำเนินการผลิตรายการ ค่าผลิตงานกราฟฟิก ค่าวัสดุรายการ เป็นต้น

2.2 P2: Production

ขั้นการผลิต

ผลิตสื่อทำตามเส้นเรื่องหรือบทตามสคริปต์ที่ได้เตรียมไว้ อาจมีการเดินทางไปถ่ายทำยังสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในร่มและกลางแจ้ง จัดฉากจัดสถานที่ภายนอกหรือในสตูดิโอ ขั้นตอนนี้อาจมีการถ่ายทำแก้ไขหลายครั้งจนเป็นที่พอใจ นอกจากนี้อาจจะเป็นต้องเก็บภาพ/เสียงบรรยากาศทั่วไป ภาพเฉพาะมุมเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการขยายความเพื่อให้ผู้ชมได้เห็นและเข้าใจรายละเอียดมากยิ่งขึ้น และมอบหมายงานให้กับผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านและนั้นคือการทำงานของทีม

องค์ประกอบของขั้นการผลิต (production) มีดังนี้

1. ด้านบุคลากร ในการผลิตรายการสื่อเป็นการทำงานที่เป็นทีม ผู้ร่วมงานมาจากหลากหลายอาชีพที่มีพื้นฐานที่ต่างกัน ซึ่งการทำงานร่วมกันจะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับทีมงานที่ดี มีความเข้าใจกัน พูดภาษาเดียวกัน รู้จักหน้าที่ และให้ความสำคัญซึ่งกันและกัน

2. ด้านสถานที่ สถานที่ในการผลิตรายการ แบ่งออกเป็น 2 แห่ง คือ ภายในห้องผลิตรายการ และภายนอกห้องผลิตรายการ สำหรับการผลิตรายการในห้องผลิตรายการ (studio) นั้น ผู้ผลิตจะต้องเตรียมการจองห้องผลิต และตัดต่อรายการล่วงหน้า กำหนดวันเวลาที่ชัดเจน กำหนดฉากและวัสดุอุปกรณ์ประกอบฉากให้เรียบร้อย ส่วนการเตรียมสถานที่นอกห้องผลิตรายการ ผู้ผลิตจะต้องดูแลในเรื่องของการควบคุมแสงสว่าง ควบคุมเสียงรบกวน โดยจะต้องมีการสำรวจสถานที่จริงก่อนการถ่ายทำ เพื่อทราบข้อมูลเบื้องต้น และเตรียมแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เพื่อจะได้ประหยัดเวลาในการถ่ายทำ

3. ด้านอุปกรณ์ในการผลิตรายการ โดยผู้กำกับฝ่ายเทคนิคจะเป็นผู้สั่งการเรื่องการเตรียมอุปกรณ์ในการผลิต เช่น กล้องวีดีทัศน์ ระบบเสียง และระบบแสงและเครื่องบันทึกภาพ นอกจากนั้นยังจำเป็นต้องเตรียมอุปกรณ์สำรองบางอย่างให้พร้อมด้วย ทั้งนี้เพื่อช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงที

4. ด้านผู้ดำเนินรายการ และผู้ร่วมรายการ การเตรียมผู้ร่วมรายการจะปรากฏตัวบนจอโทรทัศน์เป็นสิ่งที่จำเป็น โดยเริ่มจากการคัดเลือก ติดต่อ ซักซ้อมบทเป็นการล่วงหน้า โดยให้ผู้ดำเนินรายการ และผู้ร่วมรายการได้ศึกษาและทำความเข้าใจในบทของตนเองที่จะต้องแสดง เพื่อจะได้ไม่เสียเวลาในการถ่ายทำ

2.3 P3: Post-Production

ขั้นการหลังการผลิต

คือ การตัดต่อลำดับภาพ หรือเป็นขั้นตอนการตัดต่อเรียบเรียงภาพและเสียงเข้าไว้ด้วยกันตามสคริปต์หรือเนื้อหาของเรื่อง ขั้นตอนนี้จะมีการใส่กราฟิกทำเทคนิคพิเศษภาพ การแต่งภาพการย้อมสี การเชื่อมต่อภาพและฉาก อาจมีการบันทึกเสียงในห้องบันทึกเสียงใส่เสียงพูด ซาวน์บรรยากาศต่าง ๆ เพิ่มเติม อื่น ๆ อาจมีการนำดนตรีมาประกอบเรื่องราวเพื่อเพิ่มอรรธรสในการรับชมยิ่งขึ้น

องค์ประกอบของขั้นการหลังการผลิต (post-production) มีดังนี้

1. การลำดับภาพ หรือการตัดต่อ (editing) เป็นการนำภาพมาตัดต่อให้เป็นเรื่องราวตามบทวีดีทัศน์ โดยใช้เครื่องตัดต่อ หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยการตัดต่อนี้มี 2 ลักษณะ คือ

1.1 Linear Editing เป็นการตัดต่อระหว่างเครื่องเล่น/บันทึกวีดีทัศน์ 2 เครื่อง โดยให้เครื่องหนึ่งเป็นเครื่องต้นฉบับ (master) และอีกเครื่องหนึ่งเป็นเครื่องบันทึก (record) ในปัจจุบันไม่นิยมใช้แล้ว เนื่องจากการตัดต่อลักษณะนี้ต้องใช้ผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน และใช้เวลานานมาก

1.2 Non-Linear Editing เป็นการตัดต่อโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เฉพาะ ซึ่งเป็นการตัดต่อที่รวดเร็วและมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด

2. การบันทึกเสียง (sound recording) จะกระทำหลังจากได้ดำเนินการตัดต่อภาพตามบทวีดีทัศน์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำการบันทึกเสียงดนตรี เสียงบรรยายและเสียงประกอบลงไป

3. การฉายเพื่อตรวจสอบ (preview) หลังจากตัดต่อภาพ และบันทึกเสียงเรียบร้อยแล้วจะต้องนำมาฉายเพื่อตรวจสอบก่อนว่ามีอะไรที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขหรือไม่

4. ประเมินผล (evaluation) เป็นการประเมินรายการหลังการผลิต ซึ่งมี 3 ลักษณะ คือ

4.1 ประเมินผลกระบวนการผลิต โดยจะเป็นการประเมินด้านความถูกต้องของเนื้อหาคุณภาพของเทคนิคการนำเสนอ ความสมบูรณ์ของเทคนิคการผลิต โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ผู้เขียนบท ผู้กำกับรายการ ทีมงานการผลิต

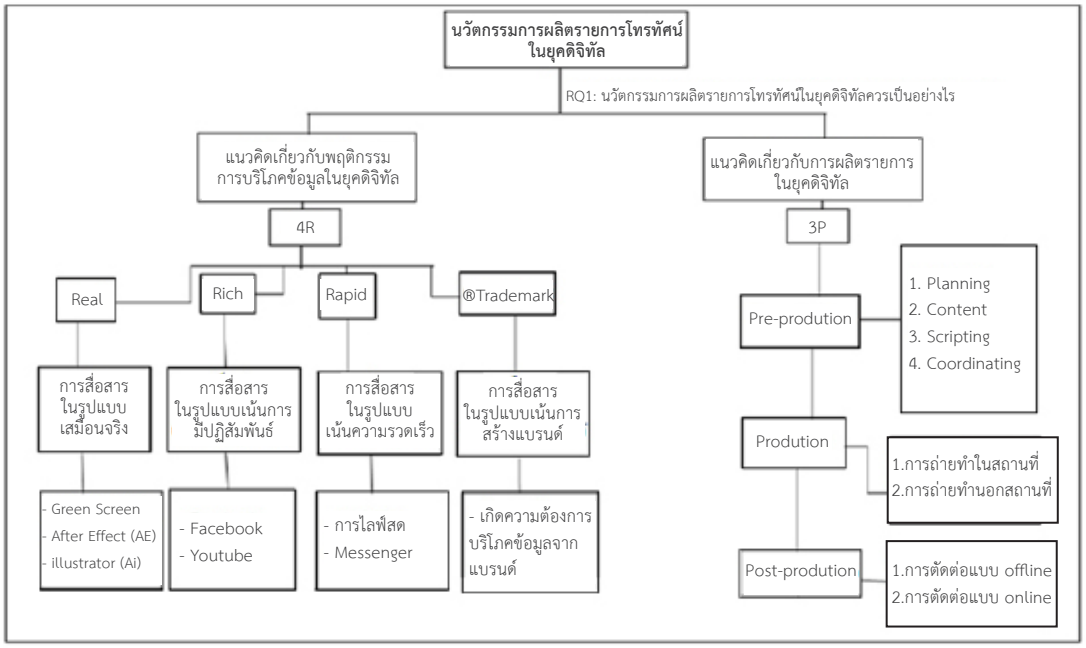
4.2 การประเมินผลผลิต ซึ่งจะเป็นการประเมินโดยกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก โดยจะประเมินในด้านของความน่าสนใจ ความเข้าใจในเนื้อหา และสาระที่นำเสนอ

4.3 การเผยแพร่ ควรมีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงเป้าหมายให้ได้มากที่สุด เท่าที่จะทำได้ และควรเก็บข้อมูล ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ใช้ เพื่อนำมาแก้ไขเรื่องอื่น ๆ ต่อไป

ดังนั้นก่อนการผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผน การเตรียมการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการผลิต และการประเมินผลการผลิตรายการ

จากแนวคิดทางนิเทศศาสตร์ ทั้ง 2 แนวคิด คือ (1) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลในยุคดิจิทัล ได้แก่ แนวคิดเรื่อง 4R และ (2) แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ได้แก่ แนวคิดเรื่อง 3P นำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม (focus group interview) ประชากรกลุ่มเป้าหมายจำนวนทั้งสิ้น 16 คน โดยจำแนกเป็นกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1: กลุ่มผู้บริโภครายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ซึ่งในที่นี้ คือ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาสัมมนานิเทศศาสตร์ (Seminar in Communication Arts: 00338216) ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 จำนวน 7 คน

กลุ่มที่ 2: กลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ซึ่งในที่นี้ คือ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาการฝึกงานทางนิเทศศาสตร์ (Internship in Communication Arts: 00348324) จำนวน 5 คน (ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัท มาร์ค อิน มีเดีย จำกัด, ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัท ทรูวิชั่น กรุ๊ป จำกัด, และฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ของสถานีทีวีมุสลิม มูลนิธิเพื่อ), และ หัวหน้างานของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการฝึกงานทาง

นิเทศศาสตร์ (Internship in Communication Arts: 00348324) จำนวน 4 คน

เพื่อค้นหานวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลจากกลุ่มผู้บริโภครายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ผู้วิจัยจัดให้มีการจัดสัมมนาในหัวข้อดำเนินงานจัดสัมมนาเรื่อง “นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล” ในวันพุธที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2561, 7 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 และ วันพุธที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

โดยผู้วิจัยได้นำการจัดสัมมนาทั้ง 3 ครั้งนี้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนการสอนวิชาสัมมนานิเทศศาสตร์ (Seminar in Communication Arts) ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม 2561 ถึงเดือน กรกฎาคม 2561 ปีการศึกษา 2560 เป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา ผลการวิจัยนำเสนอในรูปบทความกึ่งตาราง มีรายละเอียดดังนี้ (ตาราง 1-2)

ตาราง 1

ข้อค้นพบจากกลุ่มผู้บริโภครายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ข้อค้นพบ	
ที่	รายละเอียด
1	จากการตลาด 3.0 สู่การสร้างแบรนด์ 4.0 การสร้างก็คือการสร้าคน ข้อดีของผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลที่ติดโซเชียลนั้นอาจจะใช้ช่องทางโซเชียลทำการค้าธุรกิจหรืออาจทำการติดต่อสื่อสารเรื่องง่าน ซึ่งช่องทางของโซเชียลนั้นเห็นได้ชัดว่าสังคมสมัยนี้นิยมชมชอบเรื่องโซเชียลมากขึ้นในทุก ๆ ปี จึงอาจมองเห็นถึงช่องทางการทำในธุรกิจของตนนั้นมีคนรู้จักมากขึ้นหรืออาจใช้เพื่อส่งข่าวสารกัน สุธิดา กาญจนกันติกุล ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท แมนพาวเวอร์กรุ๊ป จัดการปรับปรุงรูปแบบการทำงานให้สอดคล้องกับยุคสมัย คือ การใช้โซเชียลให้เป็นประโยชน์ เพราะสังคมสมัยนี้ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว โดยอาจจะทำให้คนที่ไม่รู้จักบริษัทเราทำให้คนหันมาสนใจ อาจจะเป็นการโปรโมทสินค้าหรือจัดทำการจัดบูธออกนอกสถานที่
2	คนทำงานส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้โซเชียลในที่ทำงาน เช่น ช่วยทำให้การติดต่อสื่อสารทำงานสะดวกขึ้น ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงาน ทำให้เกิดการทำงานอย่างรวดเร็วขึ้น แต่ก็ไม่เห็นด้วยกับอิทธิพลของโซเชียลมีเดียในบางประเด็น เช่น ไม่เห็นด้วยกับการใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้า ใช้ในการโฆษณา ทำให้เกิดความตั้งใจในการทำงานได้มากขึ้น มีผลต่อการทำงาน เช่น คนทำงานส่วนใหญ่จะใช้เวลาเล่นโซเชียลในเวลาพักกลางวันเป็นส่วนใหญ่และใช้เวลาตรงนี้มากกว่าวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ แต่ผู้ใหญ่มีความรับผิดชอบ เล่นก็คือเล่น งานก็คืองาน จึงไม่ส่งผลกระทบมากเท่าไหร่ และเป็นข้อดีของคนรู้จักใช้และรับผิดชอบต่อหน้าที่
3	ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลที่ติดโซเชียลเป็นเรื่องที่อาจทำให้การทำงานนั้นล่าช้าหรืออาจจะเร็วขึ้นนั้นอยู่ที่ตัวผู้ใช้งาน ถ้าใช้ในทางที่มีประโยชน์ก็จะทำให้แบรนด์เดินหน้าต่อไปได้ เพราะการทำให้แบรนด์มีชีวิตในยุค4.0นั้นแบรนด์จะต้องกลายเป็นเหมือนคนหนึ่ง คนต้องมีความกระตือรือร้นอยู่เสมอเพื่อให้ผู้ที่เชื่อมั่นในแบรนด์ทราบว่าแบรนด์มีความมั่นคง ก็เหมือนมนุษย์ที่ต้องมีความกระตือรือร้นอยู่เสมอในการทำงาน เพื่อทำให้องค์กรเดินหน้าไปได้อย่างราบรื่นไม่มีอุปสรรค การตืดโซเชียลอาจเป็นทั้งผลดีและผลเสียในการทำงานขึ้นอยู่กับบุคคลในการเลือกที่จะใช้งาน เช่น การโพสต์เฟสบุ๊กขององค์กรเพื่อให้คนข้างนอกทราบถึงความมีตัวตน

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อค้นพบจากกลุ่มผู้บริโภครายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ที่	ข้อค้นพบ รายละเอียด
4	การสร้างแบรนด์ 4.0 นั้น เป็นการสร้างความสำเร็จต่อคนยุค 4.0 เป็นอย่างมาก เพราะการเข้าถึงของสื่อโซเชียลเข้ามามีอิทธิพลต่อคนรุ่นใหม่ ที่มีพร้อม ความรวดเร็ว ความสะดวดสบาย - คนกลายเป็นแบรนด์ นั้นหมายถึง การทำให้ตนเองนั้นมีจุดขายที่น่าสนใจต่อคนที่ใช้สื่อดิจิทัลจนมีความสำเร็จในระดับหนึ่ง เช่น การทำช่องทางการสื่อสารของตนเองให้มีผู้ใช้สื่อดิจิทัลเข้ามาเป็นผู้ชม และมีการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ที่ในโลกดิจิทัล - แบรนด์กลายเป็นคน นั้นหมายถึง การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการทำงาน การสื่อสารพูดคุยกันหรือเป็นการตลาด เช่น พ่อค้า แม่ค้าออนไลน์ การขายของออนไลน์บนเว็บไซต์ หรือว่าจะเป็นการทำงานผ่านสื่อดิจิทัล มีการประชุม การสร้างธุรกิจบนโซเชียล - คุณลักษณะที่ดีของมนุษย์เงินเดือนติดโซเชียล จะต้องมีการสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่น่าเชื่อถือ สามารถสื่อสารข้อมูลรวดเร็วไป สู่คนจำนวนมาก ๆได้ รวมไปถึงการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ร่วมใช้สื่อรวมตัวกันทำกิจกรรม เป็นต้น
5	คำว่าแบรนด์ คือ ตัวสินค้าและจากยุคการตลาด 3.0 ก็ได้มีการพัฒนาแบรนด์ขึ้นมา เรื่อย ๆ โดยจะอาศัยการสังเกตได้จากแบรนด์ที่ผลิตและจำหน่ายออกไปว่ามีผู้คนหรือกลุ่มคนมากน้อยเพียงใด และจากการได้สังเกตหรือวิเคราะห์นั้นอาจจะทำให้เห็นถึงองค์ภาพรวมต่าง ๆ โดยอาจจะเห็นได้จากโซเชียลหรือแบรนด์ที่ผลิตออกไปหรือการจัดบู๊ทเพื่อสอบถามและสนองความต้องการของกลุ่มคน และผู้ที่ผลิตแบรนด์ก็จะได้คำตอบจากสิ่งพวกนี้ จึงเกิดกาพัฒนาการการสร้างแบรนด์ให้เป็นคนหรือคนกลายเป็นแบรนด์ ในยุคของการตลาด 4.0 คือ สร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มคนหรือแบรนด์ ทำให้มีความน่าเชื่อถือและเป็นเพื่อนที่น่าคบหา และสร้างความไว้วางใจได้ และในยุคของการตลาด 4.0 ก็ได้มีเทคโนโลยีขึ้นมาใหม่เรื่อย ๆ คนในยุคการตลาด 4.0 ที่เราเรียกเทคโนโลยีนั้นว่า โซเชียลมีเดีย ซึ่งเราสามารถนำโซเชียลมีเดียนี้เข้ามาเป็นเพื่อนได้ โดยแบรนด์ของเราอยากให้สินค้ามีชื่อเสียงหรือให้โลกรู้ เราก็ต้องอาศัยโซเชียลมีเดียนี้ เช่นกันกับโซเชียลมีเดีย คือ สร้างขึ้นมาก็ต้องการให้มีคนใช้ ความสัมพันธ์ของโซเชียลมีเดีย หรือแบรนด์ และกลุ่มคนจึงจำเป็นต้องพึ่งพากันและกัน แต่ประโยชน์อาจจะแตกต่างกันออกไป คุณลักษณะที่ดีของผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลที่ติดโซเชียล
6	อิทธิพลของโซเชียลมีเดียที่มีต่อผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล พบว่าผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลใช้โซเชียลในวันและเวลาทำงานมากกว่าวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ โดยจะใช้งานผ่านมือถือเป็นหลัก และยังนิยมใช้ในช่วงพักรับประทานอาหารกลางวัน อีกทั้งยังพบว่าคนทำงานจะใช้โซเชียลมีเดียทุกวัน วันละไม่เกิน 2 ชม. โดยจะใช้เวลาอยู่กับโซเชียลมีเดียแทนการใช้เวลาดูทีวีและสื่อสิ่งพิมพ์ อย่างไรก็ตามการที่ใช้โซเชียลมีเดียก็ย่อมมีทั้งผลดีและผลเสีย ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล มองว่าการใช้โซเชียลมีเดียในการทำงานนั้น สามารถสื่อสารข้อมูลไปสู่ผู้คนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว และสะดวกสบาย ทำให้เกิดการรวมตัวรวมกลุ่มกันในการทำกิจกรรมดี ๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล สะท้อนให้เห็นว่า คนทำงานส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้โซเชียลมีเดียในที่ทำงาน เช่น บางคนขายสินค้าทางออนไลน์เพื่เป็นรายได้เสริมหรือบางคนอาจใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียในการโฆษณาแบรนด์ผลิคภัณฑ์ของตน ท้ายนี้มนุษย์เงินเดือนหรือคนทำงานต้องปรับตัว เพื่อให้สอดคล้องกับอิทธิพลโซเชียลที่มาแรง ที่จะนำประเทศไทยก้าวสู่ยุค 4.0 อย่างแท้จริง

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อค้นพบจากกลุ่มผู้บริโภครายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ข้อค้นพบ	
ที่	รายละเอียด
7	คุณลักษณะที่ดีของผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลที่ติดโซเชียล คือ ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลเหล่านี้จะมีการสื่อสารที่รวดเร็วและสามารถสื่อสารไปถึงกลุ่มคนจำนวนมากได้ภายในการสื่อสารครั้งเดียว ซึ่งการสื่อสารเหล่านี้จะช่วยให้เรานั้นสามารถพัฒนาตนเองให้กลายเป็นแบรนด์ได้ ซึ่งพนักงานเหล่านี้จะใช้ชีวิตอยู่ในโลกออนไลน์ที่ควบคู่ไปกับโลกออนไลน์ ยกตัวอย่างเช่น เมื่อช่วงพัก พนักงานจะทานอาหารพร้อมกับใช้งานโซเชียลไปพร้อมกัน ซึ่งพนักงานเหล่านี้จะสามารถใช้โซเชียลมีเดียสร้างตนเองให้กลายเป็นสินค้าหรือแบรนด์ที่มีชีวิตขึ้นได้ เพราะผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลกลุ่มนี้จะพยายามสร้างอัตลักษณ์หรือสร้างความแตกต่างที่เป็นของตนเองขึ้นมา และจะใช้อัตลักษณ์นั้นสื่อสารกับผู้คนภายในโลกโซเชียลซ้ำ ๆ โดยอาจจะแสดงออกเป็น ท่าทาง เช่น การเดิน การยิ้ม เป็นต้น ซึ่งเมื่อผู้คนในโลกโซเชียลได้เห็นจนชินตา เมื่อเขาได้พบกับท่าทางหรือยิ้มแบบนั้นอีกครั้ง เขาจะตีความออกว่าเป็นเรา และจะนึกถึงสินค้าที่เราจะนำเสนอขายด้วย ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลที่ติดโซเชียลนอกจากจะสื่อสารได้เร็วแล้วยังลดช่องว่างระหว่างการสื่อสารได้อีกด้วย โดยที่พนักงานเหล่านั้นจะใช้โซเชียลเป็นตัวกลางในการสื่อสาร

ตาราง 2

ข้อค้นพบข้อค้นพบจากกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ข้อค้นพบ	
ที่	รายละเอียด
1	1. ขั้นตอนและวิธีการทำงานที่เกี่ยวกับ R1 = Real การสื่อสารในรูปแบบเสมือนจริง คือ ห้องผลิตรายการมีการเชื่อมโยงกันระหว่างของตัวบุคคลกับส่วนประกอบในภาพที่เป็นวัตถุสิ่งของที่ถูกสร้างขึ้นมาด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์อย่างสอดคล้องกันดูเสมือนว่าตัวบุคคลอยู่ในฉากนั้นจริง 2. ขั้นตอนและวิธีการทำงานที่เกี่ยวกับ R2 = Rich การสื่อสารในรูปแบบที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ คือ ในการเป็นพิธีกรรายการ ต้องมีการสื่อสารด้วยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานหรือบุคคลในกลุ่ม ในการผลิตรายการ ซึ่งในฉากจะต้องมีการพบปะกับทีมงานและเพื่อนร่วมงานที่ค่อนข้างอยู่ใกล้ชิดกัน โดยมีการพูดสื่อสารดำเนินงานอยู่ตลอดเวลาในระหว่างการถ่ายทอดสดวิดีโอผ่านออนไลน์หรือการไลน์สดผ่านช่องทาง Facebook หรืออื่น ๆ ซึ่งจะทำให้ต้องมีการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันและทำให้มีการสื่อสารที่มุ่งเน้นให้ผู้ที่สื่อสารเข้าใจในเนื้อหาหรือข้อมูลร่วมกันได้อย่างถูกต้องและดาเนินรายการได้อย่างสมบูรณ์และถูกต้องที่สุด

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อค้นพบข้อค้นพบจากกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ที่	ข้อค้นพบ รายละเอียด
1 (ต่อ)	3. ขั้นตอนและวิธีการทำงานที่เกี่ยวกับ R3 = Rapid การสื่อสารในรูปแบบที่เน้นความรวดเร็ว คือ สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ ทั้งโดยคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพ เป็นทั้งภาพสี ขาวดำและภาพนิ่ง ภาพยนตร์และอื่นๆ ถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมาก และส่งภาพในระยะทางไกล ๆ ได้ด้วย โดยการผลิตรายการในยุคดีจิทัล กรณีศึกษารายการ คิดใสไทยแลนด์ ซีซั่น 4 บริษัท มาร์ค อิน มีเดีย จำกัด เป็นรายการที่ผลิตโดยการถ่ายทอดสดด้วยสื่อออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้สะดวกรวดเร็ว ซึ่งจะเริ่มต้นและสิ้นสุดภาพในช่วงเวลาที่ทางสถานี ทำให้มีความทันเหตุการณ์ สะดวกและรวดเร็วต่อผู้ที่สนใจและประชาชนได้อย่างทั่วถึง 4. ขั้นตอนและวิธีการทำงานที่เกี่ยวกับ R4 = ® Trademark การสื่อสารในรูปแบบที่เน้นการสร้างแบรนด์ คือ โครงการคิดใสไทยแลนด์ ซีซั่น 4 บริษัท มาร์ค อิน มีเดีย จำกัด เป็นผู้ผลิตและมี ดร. ปอ วีรินทร์ทิรา นาทองบ่อจรัส ผู้ก่อตั้งโครงการ ด้วยเครื่องหมายการค้า Kidsai Thailand season 4 เพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เป็นเครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้น
2	1. ขั้นตอนและวิธีการทำงานที่เกี่ยวกับ R1 = Real จะเห็นได้ว่าการทำ Real หรือการสื่อสารในรูปแบบเสมือนจริงนั้น Augmented Reality หรือ AR เป็นเทคโนโลยีใหม่ ที่ผสมผสานเอาโลกแห่งความเป็น จริง (Real) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual) ซึ่งจะทำ ให้ภาพที่เห็นในจอภาพกลายเป็นวัตถุ 3 มิติลอยอยู่เหนือพื้นผิวจริงและกำลังพลิกโฉมหน้าให้สื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ไปสู่ความตื่นเต้นเร้าใจแบบใหม่ ของการที่ภาพสินค้าลอยออกมานอกจอคอมพิวเตอร์ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าสื่อยุคใหม่ เช่นเดียวกับเมื่อครั้งเกิดอินเทอร์เน็ตขึ้นในโลกก็ว่าได้ หากเปรียบสื่อต่าง ๆ เสมือน “กล่อง” แล้ว AR คือการเด้งออกมาสู่โลกใหม่ภายนอกกล่องที่สร้างความตื่นเต้นเร้าใจ การใช้โปรแกรมตัดต่อ Green Screen เพื่อสร้างสรรค์ผลงานด้วยเอฟเฟคท์ล้ำสมัย ที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ หรือที่เรียกว่า เทคนิคการซ้อนภาพ ได้เป็นที่นิยมใช้กันมานานแล้วในการถ่ายในรายการโทรทัศน์ และ สามารถทำได้แนบเนียนมาก จนเราไม่ทราบว่า ฉากหลังต่าง ๆ นั้นเป็นการถ่ายทำจริง หรือถ่ายทำทีละครั้ง แล้วนำภาพมาซ้อนกัน ฉากหลังให้เหมือนว่าการถ่ายทำรายการอยู่ในสถานการจริงของรายการละหมาดต่างถิ่น On TV Muslim เพื่อให้ภาพออกมาเสมือนจริงมากที่สุด 2. ขั้นตอนและวิธีการทำงานที่เกี่ยวกับ R2 = Rich การสื่อสารแบบที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ผู้ศึกษาได้รับหมอบหมายในอัปโหลดวีดีโอลง youtube และ facebook ให้ผู้รับชมสามารถรับชมย้อนหลังของรายการและสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารสามารถโต้ตอบกันได้อีกทั้งยังสามารถรับชมรายการผ่านแอพพลิเคชันสำหรับมือถือ

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อค้นพบข้อค้นพบจากกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ที่	ข้อค้นพบ รายละเอียด
2 (ต่อ)	3. ขั้นตอนและวิธีการทำงานที่เกี่ยวกับ R3 = Rapid จะเห็นได้ว่าการสื่อสารที่เน้นความรวดเร็วต้องอาศัยการสื่อสารผ่านเว็บไซต์หรืออินเทอร์เน็ต โดยรายการละหมาดต่างถิ่น On TV Muslim จะเน้นการสื่อสารแบบรวดเร็วโดยการถ่ายทอดสดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น การถ่ายทอดสดผ่าน Facebook และ Youtube ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรวดเร็วและมากยิ่งขึ้นอีกทั้งยังสามารถประหยัดค่าใช้จ่าย การ Live ตอบโจทย์ผู้ใช้ให้สามารถถ่ายทอดออกอากาศสดๆ ได้ทันที แจ้งเตือน Notifications ให้คนติดตามรู้ว่ามีถ่ายทอดสดแล้วนะ แถมคนที่เข้ามาดูยังคอมเมนต์กันได้สด ๆ Facebook Live เป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการแสดงคอนเทนต์ จากแต่ก่อนที่ทำคอนเทนต์ได้แค่ข้อความ และรูปภาพ แต่ปัจจุบันทำเป็นภาพเคลื่อนไหวได้ ซึ่งการถ่ายทอดสดนั้นมีเสน่ห์ในเรื่องของเวลาเข้ามาเป็นมิติสำคัญ สามารถถ่ายทอดคอนเทนต์แบบเรียลไทม์ได้เลย แต่ที่น่าสนใจไปกว่านั้น การถ่ายทอดสดแตกต่างจากวิดีโอทั่วไป นอกจากเรื่องเวลายังสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนดูได้ในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ Facebook Live ยังทำได้ง่าย แค่มีโทรศัพท์เครื่องเดียวก็ถ่ายทอดสดได้แล้ว และการถ่ายทอดสดเรียกว่าตรงกับพฤติกรรมคนไทยด้วย เพราะชอบความสนุก ชอบเล่นฟีเจอร์อะไรใหม่ ๆ และชอบดูคอนเทนต์ที่สดใหม่ด้วย 4. ขั้นตอนและวิธีการทำงานที่เกี่ยวกับ R4 = ®Trademark การสื่อสารในรูปแบบที่เน้นการสร้างแบรนด์เพื่อกระตุ้นตรงสินค้าของเรา ผู้รับสารสามารถมองตราสินค้าของเราและสามารถรู้เลยว่านี้คือตราสินค้าของเรา
3	1. ขั้นตอนและวิธีการทำงานที่เกี่ยวกับ R1 = Real คือการนำเสนอความเสมอจริง ในความหมายของคำนี้ในรูปแบบของคำ ของรายการ หมายความว่าเสมือนจริง คำว่าเสมือนจริงนี้คือการนำลักษณะ รูปแบบของ 3D มาสอดแทรกภายในรายการ เช่น การทำกราฟฟิก greenscreen ในรายการ เดะ เดะ เฮ่ย ทางรายการได้นำมาปรับใช้ ในรูปแบบพื้นหลังของรายการ ให้เสมือนจริง เสมือนว่าเป็นการสร้างฉากจำลองขึ้นมา ให้เหมือนว่าอยู่ในฉากนั้นจริง ๆ ให้เด็ก ๆ ที่ติดตามรายการ เดะ เดะ เฮ่ย ได้รู้สึกไปด้วยว่า สถานที่นั้นมีอยู่จริง สามารถดึงอารมณ์ร่วมไปได้กับรายการ แต่ในอนาคตอาจมีการแก้ไข/เปลี่ยนให้เข้ากับสภาพสังคมในปัจจุบัน และได้ใช้เทคนิคการสร้างภาพให้เสมือนจริงมีลำดับดังนี้ 1.1 Green Screen กรีนสกรีนนั้นเพื่อสร้างสรรค์ผลงานด้วยเอฟเฟคท์ล้ำสมัย ที่ใช้ในวงการโทรทัศน์ หรือรายการโทรทัศน์ ทำให้ในขณะนี้ หรือที่หลายๆ คนเรียกว่า เทคนิคการซ้อนภาพ คือการตัดต่อนำภาพที่เสมือนจริงมาซ้อนทับกับให้เกิดในรูปแบบ 3มิติ หรือ 4มิติ ซึ่งรายการ เดะ เดะ เฮ่ย ได้นำเทคนิคนี้มาใช้ในกระบวนการผลิตให้ภาพออกมาเสมือนจริง 1.2 Adobe Photo shop ซึ่งช่วยในการตัดต่อภาพและเอฟเฟ็กให้มีความเสมือนจริง ซึ่งจะใส่ในขณะตัดต่อถ่ายทำรายการเสร็จสิ้นแล้วซึ่งจะนำเอฟเฟ็กส์ต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการตัดต่อมาร่งหน้ามาใส่ขณะการตัดต่อ วิดีโอ ซึ่งจะใช้ เอฟเฟ็กส์ต่าง ๆ สอดแทรก ให้วิดิโอมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นนั่น

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อค้นพบข้อค้นพบจากกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ที่	ข้อค้นพบ รายละเอียด
3 (ต่อ)	1.3 Program power point ซึ่ง Program power point นี้จะช่วยในเรื่องทำ พรีเซ็นต์เทชั่นในการนำเสนอข้อมูลที่เป็นคอนเท็นต์หลักของการอัดในครั้งนั้น ซึ่งต้องทำผ่าน Program power point ในการใช้ แทรกเป็น Insert ในการนำเสนอซึ่งทั้งหมดนี้ ทำให้มีความดูสมจริง ในการอธิบายข้อมูลผ่านรายการโทรทัศน์ได้ โดยใช้ Program power point นั่นเอง 2. ขั้นตอนและวิธีการทำงานที่เกี่ยวกับ R2 = Rich เป็นความหลากหลายทางช่องทางการสื่อสาร ไปยังกลุ่มบริโภค ของทางรายการ เดะ เดะ เฮ่ย ในอดีตส่วนใหญ่ทางรายการจะนำเสนอผ่าน สื่อโทรทัศน์ เพียงทางเดียว ต่อมาเทคโนโลยีหมุนเวียนไปโดยเร็ว ผู้คนต่าง ๆ หันมานิยมดูรายการผ่าน Multi-Screen หรือ หรือใช้โทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่มากกว่าดูทีวี ทางรายการเลยได้มีการสร้างเพจ Facebook ของรายการ เดะ เดะ เฮ่ย อีก และนำคลิปรายการลงผ่านทาง ช่อง Youtube ของรายการเดะเดะเฮ่ยอีกด้วย เพราะทางรายการต้องการการสื่อสารแบบ two way communication ผ่านทาง โลกยุคดิจิทัล โดยเลือกใช้ Facebook ซึ่งทางรายการต้องการอยากให้น้อง ๆ มีส่วนร่วมในการตอบคำถามเพื่อชิงรางวัล จากทางรายการ เพราะทางรายการจะมี เกมส์ และคำถามต่างๆตามเทศกาลหรือช่วงสำคัญในประเทศไทย เพื่อให้น้อง ๆ สามารถส่งข้อมูลมาทางเพจ Facebookของรายการได้และยังมีคลิปวิดีโอย้อนหลังที่สามารถ ดูได้ทางเพจ Facebook ของทางรายการ หรือ จะเป็นช่องทาง การดูใน Youtube ได้อีกด้วย 3. ขั้นตอนและวิธีการทำงานที่เกี่ยวกับ R3 = Rapid คือ ความรวดเร็วทางการสื่อสาร ติดต่อ เผยแพร่ ด้วยทาง บริษัททรูวิชชั่นเป็นบริษัททางด้านการ ติดต่อเชื่อมโยงโครงข่ายทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มทรูเป็นผู้ให้บริการสื่อสารครบวงจรหนึ่งเดียวของประเทศไทย และเป็นผู้นำคอนเวอร์เจนซ์ที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของลูกค้าได้ตรงใจ โดยสร้างความแตกต่างจากการผสมผสานสินค้าและบริการหลากหลายในกลุ่มทรู ทั้งการให้บริการด้านเสียง (โทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์เคลื่อนที่) บริการบรอดแบนด์ อินเทอร์เน็ต บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก บริการด้านข้อมูล และคอนเทนต์ อีกทั้งการประสานประโยชน์จากโครงข่าย บริการ และผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายของกลุ่ม และครอบคลุมไปถึง การเผนแพร่ทาง สื่อโทรทัศน์หลากหลายช่องทาง โดยการใช้ สายส่งสัญญาณไฟเบอร์ ออบติก ที่แพร่ภาพไปในหลากรายราการ ละคร รวมไปสาระคดี หรือ หนังภาพยนตร์ ซึ่งใช้ระยะเวลาการส่งสัญญาณอย่างรวดเร็วโดยไม่ติดคัดแต่อย่างใด โดยบริษัททรูวิชั่น โดยใช้ ระบบการ ส่งสัญญาณแบบดาวเทียม, สัญญาณ อินเทอร์เน็ต Fiber Optic, Cable, Wi-Fi ซึ่งมีให้สามารถรับชม ได้หลากหลายช่องทางให้รับชม ตามความต้องการของผู้บริโภค และความทันสมัยและความนิยมในการนำเสนอออกไป ที่เชื่อมโยงทุกคนเข้าด้วยกันเชื่อมต่อให้ชีวิตสมาร์ทขึ้น ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง TRUE Super Speed Fiber และอินเทอร์เน็ตไร้สายผ่านมือถือบนเครือข่ายทรูมูฟ เอช 4G, 3G และ Ultra Wi-Fi ครอบคลุมที่สุดทั่วไทย ให้สามารถติดต่อสื่อสาร เข้าถึงสาระข้อมูลได้ทุกที่ทุก เวลาตามต้องการด้วยคลาวด์ เทคโนโลยีไม่ว่าจะป็นช่องทาง ของ Facebook , Youtube ที่ ทางองค์กรได้นำเสนอ สื่อที่น่าสนใจ ผ่านไปยังหลากหลายช่องทาง เพื่อเพิ่มช่องทางที่หลายหลาย และกลุ่มของผู้บริโภคได้เห็นสื่อที่นำเสนอไปมากขึ้น โดยไม่ใช้เพียงสื่อใดสื่อเดียว

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อค้นพบข้อค้นพบจากกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ที่	ข้อค้นพบ รายละเอียด
3 (ต่อ)	4. ขั้นตอนและวิธีการทำงานที่เกี่ยวกับ R4 = ® Trademark การสื่อสารในรูปแบบที่เน้นการสร้างแบรนด์ ซึ่งทรูวิชั่นเป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่สามารถหลอมรวมสื่อทุกสื่อมารวบรวมไว้ หรือ คอนเวอร์เจนท์ แพลทฟอร์ม (Convergence Platform) ได้ทำ ตาม วิสัยทัศน์ที่ทรูวิชั่นได้เริ่มก่อตั้ง ไม่ว่า จะเป็นทั้งสัญญาณอินเตอร์เน็ต สัญญาณโทรศัพท์ ระบบดาวเทียม การค้าขาย ในระบบใหญ่ สัญญาณ ระบบดาวเทียม แต่หากพูดถึงในระบบสัญญาณโทรทัศน์ ทรูวิชั่นก็สามารถนำเสนอหรือรวบรวมมาให้กับผู้บริโภคในทุก ๆ รูปแบบ ซึ่งเมื่อผู้บริโภคสนใจในการรับชมของทรูวิชั่นแล้วก็สามารถเลือกแพคเกจการรับชมที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคได้นั่นเอง ซึ่งทรูก็ได้นำเสนอในรูปแบบของแพคเกจไว้ให้กับผู้บริโภคได้หลากหลายความน่าสนใจ เช่น แพคเกจ แพททินั่ม เอชดี (Platinum HD) แพคเกจ โกลว์ เอชดี (Gold HD) แพคเกจ ซูปเปอร์ แฟมิลี่ เอชดี (Super Family HD) แพจเกจซุปเปอร์สปอร์ต เอชดี (Super Sport HD) เสมาร์ท แฟมิลี่ เอชดี (Smart Family HD)และ แฮปปี้ แฟมิลี่ เอชดี (Happy family Hd) ซึ่งทรูได้เลือกและจัดหมวดหมู่ของความต้องการของผู้บริโภคในการรับชมสื่อโทรทัศน์ไว้หลากหลายช่องทาง ซึ่งความต้องการในการเลือกแพคเกจรับชม ผู้บริโภคก็สามารถเลือกความต้องการได้ตามความต้องการของผู้บริโภค แต่เมื่อนึกถึงรายการ เดะ เดะ เฮ่ย แล้วที่ผู้ศึกษา ไปฝึกปฏิบัติงานมานั้นจะอยู่ในกลุ่มของ แพคเกจ แฮปปี้แฟมิลี่ เอชดี (Happy family Hd) ซึ่งจะมีช่อง HD 13 ช่อง และช่อง ต่าง ๆ อีก 113 ช่อง ซึ่งเป็นแพคเกจที่รวบรวมความน่าสนใจ ทั้งช่องรายการ ปกติ และช่องที่ทรูเป็นผู้ถือลิขสิทธ์ ที่รายการจะมีความน่าสนใจแตกต่างกันออกไปในหมวดหมู่ของ กลุ่มเลขช่องที่ได้กำหนดไว้ โดยจะเริ่มต้นที่ ช่อง 111 อยู่ในกลุ่มของ HD Zone 222 อยู่ในกลุ่มของ ภาพยนตร์และซีรีย์ 333 อยู่ในกลุ่มของ รายการบันเทิง 444 อยู่ในกลุ่มของ รายการเด็ก 559 อยู่ในกลุ่มของ สารคดีและความรู้ 667 อยู่ในกลุ่มของ รายการกีฬา 777 อยู่ในกลุ่มของรายการ ข่าว และสามารถหารับชมได้เพียงแค่ ในระบบของทรูวิชั่นเพียงเท่านั้นและรายการ เดะ เดะ เฮ่ย นั้นได้อยู่ในกลุ่มของ รายการเด็ก เริ่มต้นที่ ช่อง 444 เป็นต้นไปซึ่งเป็นช่อง ที่นำเสนอ เนื้อหาให้ความรู้ที่เหมาะสมกับเด็ก ให้เนื้อหาความบันเทิงเชิงสร้างสรรค์ โดยทั้งนี้ ก็นำเสนอผ่านภายใต้ องค์กรของบริษัททรูวิชั่น ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ช่วงส่งเสริม ให้กับ องค์กรได้นั่นเองทั้งนี้ การบริโภคนี้จึงถือเป็นสิ่งที่เป็นตัวในการสร้างความแปลกใหม่ทางการรับชม และเน้นการสร้างการสื่อในรูปแบบของการสร้างแบรนด์ให้กับ องค์กร ทรูวิชั่นได้อีกด้วย

การอภิปรายผล

ข้อค้นพบเกี่ยวกับนวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล เมื่อใช้แนวคิด 4R และ 3P เป็นกรอบแนวคิดในการอภิปราย สามารถสรุปได้ว่า

นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ทั้งในขั้นเตรียมการผลิต (P1: Pre-Production) ขั้นการผลิต (P2: Production) และขั้นการหลังการผลิต (P3: Post-Production) เป็นการปรับตัวของผู้ผลิตสื่อเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเลือกบริโภคสื่อของผู้รับสารที่ต้องการรับชมสื่อที่มีลักษณะ 4R โดยมีรายละเอียดของแต่ละลักษณะดังนี้

R1 = Real การสื่อสารในรูปแบบเสมือนจริง หมายถึง การสร้างงานที่เหมือนจริงดังที่ปรากฏอยู่ในธรรมชาติ โดยยึดหลักการสร้างสรรค์ และการนำเสนอดังที่ตามองเห็นโดยการใช้เทคนิคการสร้างภาพให้เสมือนจริง เช่น Green Screen, After Effect (AE), illustrator (Ai) เพราะ ข่ายการสื่อสารวัฒนธรรมในยุค ดิจิทัลจะใช้โลกออนไลน์ค้าขายหรือใช้ในการโฆษณาเป็นส่วนใหญ่ ทุก ๆ ยุคได้มีความพัฒนาต่อ ๆ กันมาโดยไม่หยุดที่จะค้นคว้าหาวิธีใหม่ ๆ อย่างเช่น ถ้าเราเป็นต้องใช้นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อทำโฆษณาออนไลน์ด้วยเราควรทำอย่างไรให้คนซื้อเชื่อถือเรา เราต้องมีความน่าเชื่อถือและมีความรับผิดชอบ ตอบไว ส่งของจริง หรือลงรีวิวว่ามีการรับของจริง ยืนยันว่าส่งของจริงและถึงมือผู้รับอย่างแท้จริง เป็นต้น

R2 = Rich คือ การสื่อสารในรูปแบบที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ ผ่านแอพพลิเคชั่นดิจิทัลมัลติมีเดียที่หลากหลาย เช่น ยูทูป, เฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม, แฟนเพจ, ไลน์ เพราะภายในองค์กรจะมีผู้คนหลากหลายรูปแบบ แต่เมื่อเข้ามาอยู่ในองค์กรเดียวกันแล้วนั้น พนักงานเหล่านั้นต้องยอมรับวัฒนธรรมนั้นให้ได้ เช่น พนักงานภายในบริษัท A จะมีกรุ๊ปไลน์ใช้ติดต่อสื่อสารเรื่องงานกัน แต่นาย B เป็นคนที่ไม่เล่นโซเชียลก็ต้องมาใช้งานโซเชียล เพราะคนในบริษัทเขาสั่งงานกันผ่านไลน์ เป็นต้น โดยภายในยุค 4.0 การสื่อสารในโลกออฟไลน์จะลดน้อยลงและการสื่อสารในโลกออนไลน์จะเพิ่มมากขึ้น เพราะในปัจจุบันสังคมเปรเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุคสังคมดิจิทัลเรียบร้อยแล้ว บางคนอาจจะปรับตัวทัน แต่บางคนอาจจะต้องปรับตัวกันอีกมาก ดังนั้นในปัจจุบัน การปรับตัวเข้าหาวัฒนธรรมการสื่อสารผ่านโลกออนไลน์ก็ต้องจัดว่าเป็นสิ่งสำคัญมากยิ่งขึ้น (Post-today.com, 2560)

R3 = Rapid คือ การสื่อสารในรูปแบบที่เน้นความรวดเร็วการติดต่อสื่อสารที่สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งโดยคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพ เป็นทั้งภาพสี ขาวดำ และภาพนิ่ง ภาพยนตร์และอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็วทันใจ เช่น การเฟซบุ๊กไลฟ์ การใช้การสื่อสารผ่านโปรแกรม Messenger

R4 = ® Trademark คือ การสื่อสารในรูปแบบที่เน้นการสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล นั้น การสร้างแบรนด์ให้กับตัวเองมีจำนวนมากขึ้นหรือเรียกว่าคนกลายเป็นแบรนด์ ดังนั้น วัฒนธรรมและพฤติกรรมการสื่อสารจึงมีความสำคัญมากเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างแบรนด์ต้องมีความไว้วางใจน่าเชื่อถือ ไม่ทำให้เป็นปัญหา ควรต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค (recode.net, 2017). พร้อมทั้งมีความผ่อนคลายมีกิจกรรมที่ดี เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการยริโภคข้อมูลจากแบรนด์

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง “นวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล” สามารถใช้ทฤษฎีกำหนดวาระ (agenda-setting theory) ของ Maxwell McCombs & Donald Shaw (1972, 1973) เพื่ออธิบายว่านวัตกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลที่สื่อมวลชนเป็นผู้จัดลำดับความสำคัญของข่าวสารแล้วนำเสนอไปยังผู้รับสาร มีอิทธิพลต่อการรับรู้และให้ความสนใจข่าวสารอย่างไร เช่น กระบวนการที่สื่อมวลชนเป็นผู้จัดลำดับความสำคัญของข่าวสารแล้วนำไปยังผู้รับสาร มีอิทธิพลต่อการรับรู้และให้ความสนใจข่าวสาร การเป็นผู้สื่อสารก็คือการหาข้อมูลข่าวสารของข่าวว่ามีข้อเท็จจริงอย่างไรและควรให้ความสำคัญกับข่าวสารมาก การจัดลำดับว่าอะไรมาก่อนมาหลังก่อนที่จะถูกส่งไปยังผู้รับสารแบบผิด ๆ และต้องรู้ด้วยว่าผู้รับสารส่วนใหญ่จะสนใจเรื่องประเภทใดเป็นพิเศษ นอกจากนี้ยังสามารถใช้ระเบียบวิธีวิจัยโดยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) เพื่อค้นหาทรรศนะจากผู้ชมและผู้บริหารสื่อในยุคดิจิทัล เป็นต้น

References

Isarabhakdee, P. (2016). *Branding 4.0.* Bangkok: Amarin. (in Thai)

Kapook.com. (2017). *Digital TV*. Retrieved from https:// hilight.kapook.com/view/95916 (in Thai)

Maxwell E. C., & Donald, L. S. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly,*36(2), 176-187.

Posttoday.com. (2017). *Organization trend change to support social media addict salary man*. Retrieved from http://www.posttoday.com/digital/482690 (in Thai)

Recode.net. (2017). *Uber president Jeff Jones is quitting, citing differences over 'beliefs and approach to leadership'*. Retrieved from https://www.recode.net/2017/3/19/14976110/uber-president-eff-jones-quits

Sitthiphoon, S. (2011). *Digital TV: Television production for health communication in "Poo Ying to Poo Ying" program on Thai television channel 3*. Retrieved from http://digi.library.tu.ac.th/thesis/jc/1957/01title-contents.pdf (in Thai)

Thai Broadcast Journalists Association. (2017). *Annual report*. Bangkok: Author. (in Thai) 4screens.net. (2018). *Interactive content marketing that works*. Retrieved from https://4screens.net/

การพัฒนาความสามารถภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนชาวไทยผ่านการเรียนรู้ในประเทศญี่ปุ่น

Japanese Proficiency Development of Thai Students through Studying in Japan

กันต์ อาลัยญาติ, จิราวัฒน์ เทพพงษ์, วรรณา ชินวิกัย และสิริรัตน์ สันตโยภาส

Gun Arlaiyart, Jirawat Thapepong, Wanna Chinvigai and Sirirut Santayopas

อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาภาษาญี่ปุ่นธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย

Bachelor of Arts Program in Business Japanese, Eastern Asia University

Received: October 2, 2019

Revised: November 14, 2019

Accepted: December 27, 2019

บทคัดย่อ

เพื่อการสร้างบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาญี่ปุ่นในระดับดีเพียงพอที่จะเป็นแรงงานในภาคธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยนานาชาติโกเบ ส่งนักศึกษาชาวไทยไปเรียนที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นเวลา 1 ภาคเรียน เรียกว่า โครงการ One Semester Program ปัจจุบันมีนักศึกษาไปเรียนในประเทศญี่ปุ่นแล้วจำนวน 2 รุ่น การเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่นโดยการอาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เป็นภาษาญี่ปุ่นรอบตัวนักศึกษา ระยะเวลา 1ภาคเรียน (4 เดือน) นักศึกษาทั้งสองรุ่นที่ผ่านมาสามารถพัฒนาความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นให้สูงขึ้นได้

คำสำคัญ: ความสามารถภาษาญี่ปุ่น, ความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย, การเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่น

Abstract

To develop personnel who can use Japanese at a good level sufficient to be a labor force in the business sector. Eastern Asia University Cooperate with Kobe International University send Thai students to study in Japan for 1 semester, called the One Semester Program. Currently, there were 2 academic-year of students studied in Japan. Learning Japanese by living in a Japanese environment for 1 semester (4 months), both groups of students could improve their Japanese language ability.

Keywords: Japanese Proficiency, Collaboration between Universities, Japanese Acquisition

บทนำ

ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นดำเนินมาอย่างยาวนาน โดยในปี 2560 ที่ผ่านมาเป็นปีที่ความสัมพันธ์ทางการทูตไทยและญี่ปุ่นครบรอบ 130 ปี จากข้อมูลของหอการค้าญี่ปุ่นกรุงเทพ (2019) พบว่าบริษัทที่เข้ามาจดทะเบียนดำเนินกิจการในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 1,764 บริษัท จึงอาจกล่าวได้ว่าญี่ปุ่นเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจของไทย จากการเพิ่มจำนวนของบริษัทญี่ปุ่นในประเทศไทย เป็นสาเหตุให้มีความต้องการทรัพยากรมนุษย์ที่สามารถใช้ภาษาญี่ปุ่นได้อย่างดี จากข้อมูลของเจแปนฟาวเดชั่น (2015) พบว่าในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมามีจำนวนของสถาบันที่เปิดสอนภาษาญี่ปุ่นเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

จากสภาพการณ์ดังกล่าวทำให้มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียเล็งเห็นถึงโอกาสที่จะผลิตบุคลากรเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานญี่ปุ่นในประเทศไทย จึงจัดตั้งหลักสูตรภาษาญี่ปุ่นธุรกิจขึ้น ในปี 2558 เพื่อผลิตบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาและเข้าใจวัฒนธรรมญี่ปุ่นเป็นอย่างดี ตลอดจนสามารถทำงานร่วมกับชาวญี่ปุ่นได้อย่างราบรื่น

อย่างไรก็ตามในประเทศไทยมีหลักสูตรและสถาบันที่เปิดสอนภาษาญี่ปุ่นอยู่ก่อนแล้วหลายแห่ง ซึ่งบางแห่งเน้นการสอนทักษะทางภาษาเพียงอย่างเดียว หลักสูตรภาษาญี่ปุ่นธุรกิจจึงต้องตั้งเป้าหมายหลักสูตรให้ชัดเจนและสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในประเทศญี่ปุ่นเพื่อให้หลักสูตรสามารถผลิตบัณฑิตที่ตรงตามความต้องการของแรงงานในปัจจุบัน มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียจึงลงนามในบันทึกความเข้าใจกับมหาวิทยาลัยนานาชาติโกเบเพื่อแลกเปลี่ยนนักศึกษาไปเรียนในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งผู้เรียนนอกจากจะได้ใช้ภาษาญี่ปุ่นที่เรียนมาประยุกต์ใช้ในสภาพแวดล้อมจริงแล้ว ผู้เรียนยังมีโอกาสได้สัมผัสวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชาวญี่ปุ่น อันจะนำมาซึ่งความเข้าใจในวิถีการดำเนินชีวิตของชาวญี่ปุ่นซึ่งจะเป็นสะพานเชื่อมให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรมญี่ปุ่นและเป็นประโยชน์ต่อการทำงานของนักศึกษาในอนาคต

หลักสูตรภาษาญี่ปุ่นธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย

ความเป็นมาและโครงสร้างของหลักสูตร

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาภาษาญี่ปุ่นธุรกิจ จัดการเรียนการสอนเป็นระบบ 4 ปี จัดการเรียนการสอนด้วยภาษาไทยและภาษาญี่ปุ่น เพื่อให้ผู้เรียนมีความสามารถภาษาญี่ปุ่นที่สูงขึ้น จึงกำหนดให้นักศึกษาไปเรียนในประเทศญี่ปุ่น ในชั้นปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 2 ต่อเนื่องถึงชั้นปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 ของ โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยนานาชาติโกเบ ประเทศญี่ปุ่น หลังจากกลับจากการเรียนในประเทศญี่ปุ่นแล้ว นักศึกษาจะเรียนรายวิชาภาษาญี่ปุ่นเพื่ออาชีพ ในภาคเรียนที่ 2 นักศึกษาต้องไปฝึกงาน ณ สถานประกอบการ เพื่อให้เกิดความรู้ ความเชี่ยวชาญตลอดจนการนำหลักวิชาการด้านความรู้ภาษาญี่ปุ่นและความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจมาประยุกต์ใช้ควบคู่กันไป

หลักสูตรฯ มีหน่วยกิตรวมทั้งสิ้น 132 หน่วยกิต แบ่งเป็นประเภทรายวิชาดังนี้

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
2) หมวดวิชาเฉพาะ	96	หน่วยกิต
(1) กลุ่มวิชาบังคับ	57	หน่วยกิต
(2) กลุ่มวิชาเลือก	39	หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

หลักสูตรกำหนดให้นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาเพื่อไปเรียนในประเทศญี่ปุ่นจำนวน 12 หน่วยกิต และมีรายวิชาฝึกงานทางภาษาญี่ปุ่นธุรกิจจำนวน 3 หน่วยกิต

ด้านการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรฯ รับนักศึกษาทั้งที่มีพื้นฐานภาษาญี่ปุ่นและไม่มีพื้นฐานภาษาญี่ปุ่น โดยหลังจากผ่านกระบวนการคัดเลือกนักศึกษาที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์แล้ว ในช่วงปิดภาคเรียนก่อนเริ่มภาคเรียนที่ 1 หลักสูตรจัดการเรียนสัมฤทธิบัตรให้แก่นักศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อม และเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นเบื้องต้น ตั้งแต่ตัวอักษรและการออกเสียงเพื่อให้นักศึกษาเกิดความคุ้ยเคยและปรับตัวได้ก่อนเริ่มเรียนในภาคเรียนที่ 1 โดยหลักสูตรตั้งเป้าหมายในการเรียนของแต่ละชั้นปีไว้ดังต่อไปนี้

เมื่อจบชั้นปีที่ 1 นักศึกษามีความสามารถทางคำศัพท์และไวยากรณ์ภาษาญี่ปุ่นชั้นต้น หรือระดับเทียบเท่าการสอบวัดระดับความสามารถภาษาญี่ปุ่นระดับ N5

เมื่อจบชั้นปีที่ 2 นักศึกษามีความสามารถทางคำศัพท์และไวยากรณ์ภาษาญี่ปุ่นชั้นต้นในระดับที่สูงขึ้น หรือระดับเทียบเท่าการสอบวัดระดับความสามารถภาษาญี่ปุ่นระดับ N4

เมื่อจบชั้นปีที่ 3 นักศึกษามีความสามารถทางคำศัพท์และไวยากรณ์ภาษาญี่ปุ่นชั้นกลาง และภาษาญี่ปุ่นที่ใช้ในแวดวงธุรกิจ หรือระดับเทียบเท่าการสอบวัดระดับความสามารถภาษาญี่ปุ่นระดับ N4-N3

เมื่อจบชั้นปีที่ 4 นักศึกษามีความสามารถทางคำศัพท์และไวยากรณ์ภาษาญี่ปุ่นชั้นกลางถึงสูง และภาษาญี่ปุ่นที่เกี่ยวเนื่องกับอาชีพ หรือระดับเทียบเท่าการสอบวัดระดับความสามารถภาษาญี่ปุ่นระดับ N3-N2

ดังนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่หลักสูตรวางไว้ การทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในประเทศญี่ปุ่นเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสเดินทางไปเรียนภาษาญี่ปุ่นในสิ่งแวดล้อมจริง อันมีส่วนเอื้อให้นักศึกษาสามารถเรียนภาษาญี่ปุ่นได้ดีขึ้น โดยขณะที่เรียนในประเทศญี่ปุ่นนักศึกษาต้องลงทะเบียนรายวิชาที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ได้แก่ รายวิชาประสบการณ์ในประเทศญี่ปุ่น การค้นคว้าอิสระ การเขียนภาษาญี่ปุ่นเฉพาะเรื่องและภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสอบวัดความรู้ 2

แผนกนักศึกษาต่างชาติ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติโกเบ

ความเป็นมาและหลักสูตร

แผนกนักศึกษาต่างชาติ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติโกเบก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะส่งเสริมความมาสมารถทางภาษาญี่ปุ่นให้แก่นักศึกษาต่างชาติที่เข้ามาเรียนในประเทศญี่ปุ่น เพื่อเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยนานาชาติโกเบทั้งระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา โดยมีการรับนักศึกษาปีละสองครั้งคือในช่วงเดือนเมษายนและเดือนกันยายน มีทั้งหลักสูตร 1 ปี และ 1 ปีครึ่ง การจัดการเรียนการสอนมุ่งเน้นที่การพัฒนาทักษะทั้งสี่ด้าน โดยแบ่งเป็นรายวิชาต่าง ๆ ใช้เวลาเรียนทั้งสิ้น 15 คาบเรียนต่อสัปดาห์ รวม 15 สัปดาห์

นอกจากจะมุ่งเน้นด้านการพัฒนาทักษะทางภาษาญี่ปุ่นแล้ว แผนกนักศึกษาต่างชาติ ยังส่งเสริมให้นักศึกษาต่างชาติมีโอกาสได้แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมกับนักศึกษาญี่ปุ่น ตลอดจนดูแลเรื่องชีวิตความเป็นอยู่ของนักศึกษารวมทั้งสรรหางานพิเศษให้นักศึกษาด้วย นอกจากนี้ยังมีระบบ Student Assistants (SA) หรือนักศึกษาช่วยงานที่จะใช้นักศึกษาชาวญี่ปุ่นมาช่วยเป็นพี่เลี้ยงในการเรียนภาษาญี่ปุ่นให้แก่นักศึกษาต่างชาติ ทำให้นักศึกษาที่ผ่านการเรียนรู้โดยแผนกนักศึกษาต่างชาติ นอกจากจะมีความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นแล้วยังสามารถประยุกต์ใช้ภาษาในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่หลากหลายอีกด้วย

โครงการความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียและมหาวิทยาลัยนานาชาติโกเบ

โครงการความร่วมมือระหว่างทั้งสองมหาวิทยาลัยใช้ชื่อว่า โครงการ One Semester Program มีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักศึกษามหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียที่ศึกษาในหลักสูตรภาษาญี่ปุ่นธุรกิจได้นำความรู้ที่เรียนที่ประเทศไทยไปประยุกต์ใช้ในสิ่งแวดล้อมที่เป็นภาษาญี่ปุ่น เป็นการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ในสถานการณ์จริง และจะได้รับประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ สามารถใช้ภาษาญี่ปุ่นในระดับที่สูงขึ้น ตรงตามเป้าหมายของหลักสูตร

การจัดการเรียนการสอนในประเทศญี่ปุ่น

แผนกนักศึกษาต่างชาติรับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียตั้งแต่ปีการศึกษา 2560 รุ่นแรกจำนวน 8 คน และต่อเนื่องถึงปีการศึกษา 2561 จำนวน 16 คน เพื่อสนับสนุนให้นักศึกษามีโอกาสเพิ่มความสามารถด้านการสื่อสาร เพื่อเพิ่มความเข้าใจอันดีในความสัมพันธ์ระหว่างไทยและญี่ปุ่น กล่าวคือการพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในสาขาภาษาญี่ปุ่นธุรกิจให้มีความสามารถที่สูงขึ้น เหมาะแก่การทำงานในบริษัทญี่ปุ่น โดยมุ่งเน้นที่จะพัฒนาความสามารถให้นักศึกษามีความสามารถด้านการสื่อสาร (ประมาณสอบวัดระดับความความสามารถภาษาญี่ปุ่นในระดับ N3) (Etsuyo et all.,2019)

เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จึงจำเป็นจำแนกนักศึกษากระจายไปในชั้นเรียนต่าง ๆ ตามระดับความสามารถของนักศึกษาแต่ละคน และเพื่อให้นักศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมกับนักศึกษาชาติต่าง ๆ ที่เข้ามาเรียนในแผนกนักศึกษาต่างชาติตามผลการสอบ Placement Test ซึ่งประกอบไปด้วยข้อสอบอัตนัยเพื่อวัดความสามาถทางไวยากรณ์ เรื่องการผันรูปคำกริยา

และคุณศัพท์ภาษาญี่ปุ่น จำนวน 45 ข้อ และข้อสอบปรนัยเกี่ยวกับเนื้อหาไวยากรณ์ภาษาญี่ปุ่นจำนวน 100 ข้อ รวม 145 ข้อ ซึ่งข้อสอบชุดนี้สามารถเทียบเคียงการสอบวัดความสามารถภาษาญี่ปุ่นระดับ N5 - N4 โดยมีการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมต่าง ๆ ไว้ชัดเจนดังต่อไปนี้

ห้องเรียน B1

ห้องเรียนนี้ อยู่ในระดับภาษาญี่ปุ่นระดับต้นขั้นปลาย มีผู้สอน 6 คนดำเนินการสอนในรูปแบบ Team Teaching ใช้สื่อการสอนเป็นหนังสือเรียน "Minna no Nihongo Vol.2" ห้องเรียนนี้เน้นพัฒนาการนำภาษาไปใช้จริงทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

ห้องเรียน A

ห้องเรียนนี้ เป็นห้องเรียนภาษาญี่ปุ่นระดับกลางขั้นต้น ดำเนินการสอนแบบ Team Teaching เช่นเดียวกัน โดยมุ่งเน้นการเรียนไวยากรณ์ในระดับประมาณ N3 - N2 โดยใช้หนังสือเรียน "Chukyu e Ikou" และ "Minna no Nihongo Chukyu"

ห้องเรียน S2

ห้องเรียนนี้ เป็นห้องเรียนภาษาญี่ปุ่นชั้นสูง ดำเนินการสอนแบบ Team Teaching โดยมุ่งเน้นการเรียนไวยากรณ์ในระดับประมาณ N2 - N1 โดยใช้หนังสือเรียน "New Approach Chukyu Nihongo (Kisohen)" และ "New Approach Chujokyu Nihongo (Kanzenpen)" โดยนอกจากการเรียนภาษาญี่ปุ่นแล้ว ยังมีการเพิ่มเติมในส่วนการเรียนรู้ด้วยตนเอง เช่น การให้ผู้เรียนสังเกตวิธีการเรียนของตนเอง และการทำสมุดบันทึกเป็นภาษาญี่ปุ่น ซึ่งผลจากการแบ่งห้องเรียนของนักศึกษาเป็นไปตามตารางต่อไปนี้

ปีการศึกษา 2560			ปีการศึกษา 2561		
นักศึกษา	นักศึกษา	ห้องเรียน	นักศึกษา	KIU PT	ห้องเรียน
S60/1	S60/1	S2	S61/1	79	A2
S60/2	S60/2	B1	S61/2	115	A1
S60/3	S60/3	B1	S61/3	134	S2
S60/4	S60/4	A	S61/4	91	A1
S60/5	S60/5	A	S61/5	91	B
S60/6	S60/6	B1	S61/6	129	S2
S60/7	S60/7	B1	S61/7	94	B
S60/8	S60/8	S2	S61/8	87	B
			S61/9	50	A2
			S61/10	86	B
			S61/11	87	B
			S61/12	95	A2
			S61/13	104	A1
			S61/14	99	A2
			S61/15	106	B
			S61/16	125	A1

นอกจากนี้เพื่อทราบความสามารถของนักศึกษาผ่านผลการสอบ Placement Test แล้วยังมีผลสอบ JF Standard Role Play Test ซึ่งเป็นข้อสอบการวัดผลทางการสนทนาโดย JF Japanese-Language Education Standard ในลักษณะการทำ Role Play กับอาจารย์ชาวญี่ปุ่น โดยให้นักศึกษาแสดงบทบาทสมมติตามความยากง่ายที่กำหนดตาม Role Card โดยให้อาจารย์ผู้สอนวัดผลนักศึกษาก่อนไปเรียนที่ประเทศญี่ปุ่นและหลังจากกลับมาจากประเทศญี่ปุ่น แบ่งเป็น 6 ระดับตั้งแต่ระดับ A1 - C2 โดยผลจะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

นอกการการเรียนทางภาษาญี่ปุ่นแล้ว ยังมีรายวิชาที่เกี่ยวกับสังคมวัฒนธรรม ซึ่งนักศึกจะต้องลงทะเบียนระหว่างที่ไปเรียนในประเทศญี่ปุ่นอีก 2 รายวิชา ดังนี้

รายวิชาสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่น

รายวิชานี้นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียนเพื่อไปเรียนเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ผ่านการทัศนศึกษาที่เรียกว่า “Field Work” โดยหลังจากกลับจากทัศนศึกษานักศึกษาจะต้องทำรายงานเป็นภาษาญี่ปุ่นเพื่อนำเสนอ ซึ่งสถานที่ที่เป็นเป้าหมายของการไปทัศนศึกษาหรือ “Field Work” ได้แก่ เมืองโกเบ จังหวัดเกียวโต และจังหวัดนาระ ซึ่งการเขียนรายงานของนักศึกษานอกเหนือจะเป็นการเพิ่มสามารถภาษาญี่ปุ่นแล้ว ยังเป็นเรื่องที่แตกต่างจากการเรียนที่ผ่านมาเพราะนักศึกษาจะต้องถ่ายทอดสิ่งที่ตนเองไปเรียนรู้มาให้แก่ผู้อื่น เป็นภาษาญี่ปุ่นซึ่งถือเป็นประสบการณ์หนึ่งซึ่งแตกต่างจากการเรียนภาษาญี่ปุ่นทั่วไป

รายวิชาค้นคว้าอิสระ

เป็นรายวิชาที่นักศึกษาจะไปทำรายงานด้วยภาษาญี่ปุ่นในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจ โดยนักศึกษาต้องส่งหัวข้อให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาก่อนและเมื่อผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว นักศึกษาต้องนำเสนอหัวข้อวัตถุประสงค์ของรายงานและเครื่องมือที่จะใช้เก็บข้อมูลให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาก่อนไปเรียนที่ประเทศญี่ปุ่น

เมื่อนักศึกษาไปเรียนที่ประเทศญี่ปุ่น นักศึกษาจะต้องแบ่งเวลาเพื่อไปค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมที่ห้องสมุดของมหาวิทยาลัย หรือไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่นักศึกษากำหนดไว้ตอนแรก

สำหรับรุ่นที่ 1 นั้นยังไม่มีกำหนดให้นักศึกษาต้องรายงานความคืบหน้าที่ประเทศญี่ปุ่น ทำให้การทำรายงานของนักศึกษาไม่ต่อเนื่อง และนักศึกษาบางคนต้องกลับมาทำรายงานต่อในประเทศไทย ซึ่งไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของรายวิชา ดังนั้นในรุ่นที่ 2 จึงกำหนดให้นักศึกษาต้องรายงานความคืบหน้า ให้แก่อาจารย์ที่รับผิดชอบที่ประเทศญี่ปุ่น และมีผู้ร่วมฟังเป็นอาจารย์และนักศึกษาที่สนใจของมหาวิทยาลัยนานาชาติโกเบ ซึ่งการรายงานความคืบหน้านี้ส่งผลให้นักศึกษาตื่นตัวในการทำรายงานมากขึ้น แม้ว่านักศึกษาบางคนยังไม่สามารถเขียนรายงานเป็นภาษาญี่ปุ่นได้ทั้งหมด ก็มีการเข้าพบอาจารย์ที่รับผิดชอบและปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษามากขึ้น ส่งผลให้นักศึกษาสามารถรวบรวมข้อมูลได้ทันเวลาโดยที่ไม่ต้องกลับมาทำรายงานต่อเมื่อกลับจากประเทศญี่ปุ่นแล้ว

ผลลัพธ์ที่มีต่อนักศึกษา

จากการไปเรียนในประเทศญี่ปุ่น สำหรับนักศึกษาบางคนเป็นการเดินทางไปใช้ชีวิตต่างประเทศเป็นครั้งแรก ด้านการปรับตัวนักศึกษาใช้เวลาประมาณ 1 - 2 สัปดาห์ เพื่อให้คุ้นเคยกับการใช้ชีวิตประจำวัน

ด้านการเรียนภาษานั้นการที่ทั้งสองมหาวิทยาลัยมีความร่วมมือกันทำโครงการ One Semester Program ขึ้นเป็นระยะเวลาถึงปัจจุบันเป็นเวลา 2 ปี สามารถส่งนักศึกษาไปเรียนในประเทศญี่ปุ่นแล้ว 2 รุ่น รวม 24 คน นักศึกษาได้เรียนภาษาญี่ปุ่นในชั้นเรียน และได้ทำกิจกรรมกับนักศึกษาญี่ปุ่นและนักศึกษาต่างชาติ ได้ออกไปทัศนศึกษา และทำรายการค้นคว้าอิสระ จากประสบการณ์ที่นักศึกษาไปอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เป็นภาษาญี่ปุ่นทั้งหมด ส่งผลให้นักศึกษามีความสามารถภาษาญี่ปุ่นสูงขึ้น โดยที่เห็นได้ชัดเจนคือความสามารถด้านการฟังและสนทนาภาษาญี่ปุ่น สังเกตจากผลสอบวัดการสนทนา JF Standard Role Play Test ที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้

ผลการสอบความสามารถด้านการสนทนา โดยใช้ JF Standard Role Play Test

การสอบความสามารถด้านการสนทนานี้ จัดสอบก่อนที่นักศึกษาทั้งสองรุ่นจะเดินทางไปเรียนในประเทศญี่ปุ่น โดยจัดสอบในช่วงเดือนมีนาคม เป็นครั้งแรก และครั้งที่สองหลังจากที่นักศึกษาเดินทางกลับจากประเทศญี่ปุ่นในช่วงเดือนสิงหาคม

การสอบจัดสอบโดยอาจารย์ชาวญี่ปุ่น 2 ท่าน ที่สอนประจำในสาขาภาษาญี่ปุ่นธุรกิจ คณะศิลปศสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย โดยใช้ Role Card และวิธีการสอบตามคู่มือ JF Standard Role Play Test และทำการบันทึกผล พร้อมให้ข้อสังเกตไว้ ผลการสอบเป็นไปตามตารางต่อไปนี้

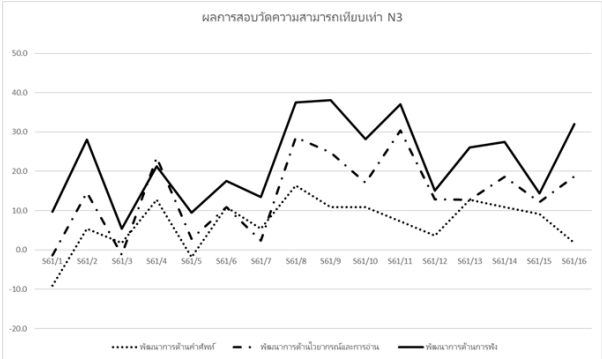
นักศึกษา	ก่อนไปญี่ปุ่น ระดับ	หลังจากกลับจากญี่ปุ่น ระดับ	พัฒนาการ
S60/1	B1	B2	เพิ่มขึ้น
S60/2	A2	A2	ระดับเดิม
S60/3	A2	B1	เพิ่มขึ้น
S60/4	B1	B2	เพิ่มขึ้น
S60/5	A2	B1	เพิ่มขึ้น
S60/6	B1	B1	ระดับเดิม
S60/7	A2	B1	เพิ่มขึ้น
S60/8	B1	B2	เพิ่มขึ้น
S61/1	A1	B1	เพิ่มขึ้น 2 ระดับ
S61/2	A1	B1	เพิ่มขึ้น 2 ระดับ
S61/3	B1	B1	ระดับเดิม
S61/4	A1	B1	เพิ่มขึ้น 2 ระดับ
S61/5	B2	B2	ระดับเดิม
S61/6	A1	A2	เพิ่มขึ้น
S61/7	B1	B2	เพิ่มขึ้น
S61/8	B1	B2	เพิ่มขึ้น
S61/9	B1	B2	เพิ่มขึ้น
S61/10	B1	A2	ลดลง
S61/11	B2	B2	ระดับเดิม
S61/12	A2	B1	เพิ่มขึ้น
S61/13	B1	B2	เพิ่มขึ้น
S61/14	B1	B2	เพิ่มขึ้น
S61/15	A2	B1	เพิ่มขึ้น
S61/16	B1	B1	ระดับเดิม

จากตารางจะเห็นว่านักศึกษาส่วนใหญ่ ร้อยละ 58.3 ของนักศึกษาทั้งหมดมีสอบความสามารถด้านการสนทนาในระดับที่เพิ่มสูงขึ้น นักศึกษาร้อยละ 12.5 มีผลสอบความสามารถด้านการสนทนาเพิ่มขึ้นสองระดับ นักศึกษาร้อยละ 25 มีผลการสอบความสามารถด้านการสนทนาคงเดิม และนักศึกษาร้อยละ 4.2 มีผลการสอบลดลงเมื่อเทียบกับผลสอบก่อนไปประเทศญี่ปุ่น

จากอัตราส่วนของผลสอบนักศึกษาด้านการสนทนาพบว่า นักศึกษาร้อยละ 70.8 ได้รับการประเมินความสามารถด้านการสนทนาในระดับที่สูงขึ้น ทำให้กล่าวได้ว่าการที่นักศึกษาไปเรียนในสิ่งแวดล้อมที่เป็นภาษาญี่ปุ่นทั้งหมดนั้นมีส่วนสนับสนุนให้นักศึกษามีความสามารถด้านการสนทนาที่เพิ่มสูงขึ้นได้ ทั้งนี้อาจารย์ผู้ประเมินความสามรถได้ให้ข้อสังเกตว่า นักศึกษาที่สามารถเพิ่มระดับให้สูงขึ้นได้นั้น สามารถฟังคำถามของอาจารย์ได้อย่างเข้าใจ โดยนักศึกษาที่อยู่ในระดับ B2 มีความสามารถที่จะอธิบายเรื่องที่อาจารย์ตั้งคำถามได้ แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านการใช้คำศัพท์บ้าง และพบการใช้ภาษาไทยในการสื่อสารกับอาจารย์บ้าง นักศึกษาที่ได้รับการประเมินในระดับ A2 นั้นสามารถสื่อสารได้ในระดับเบื้องต้น โดยสามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นได้ แต่ในการแสดงความคิดเห็นนั้นยังยากและยังไม่สามารถเรียบเรียงประโยคได้อย่างถูกต้อง

สำหรับนักศึกษาที่มีผลการสอบลดลงนั้นอาจารย์ผู้ประเมินได้ให้ข้อสังเกตไว้ในการสอบก่อนเดินทางไปว่า นักศึกษา S61/10 สามารถเข้าใจคำถามของผู้ประเมินและสามารถโต้ตอบได้อย่างเข้าใจ แต่ความสามารถในการใช้คำศัพท์และการออกเสียงให้ชัดเจนยังมีข้อจำกัด สำหรับการสอบครั้งที่สองหลังจากกลับมาจากการเรียนในประเทศญี่ปุ่น อาจารย์ผู้ประเมินให้ข้อสังเกตว่านักศึกษาพยายามที่จะใช้ภาษาสุภาพมากเกินไป ทำให้ไม่สามารถพูดได้อย่างถูกต้อง ทำให้การรวบรวมความคิดไม่ต่อเนื่อง และบางครั้งไม่สามารถใช้ภาษาญี่ปุ่นได้อย่างถูกต้อง ทำให้ผลการประเมินไม่เข้าเกณฑ์ในระดับเดิมของนักศึกษา ดังที่ ทัศนีย์ เมธาพิสิฐ (2547) ได้กล่าวถึงปัญหาการเรียนภาษาญี่ปุ่นของนักศึกษาไทยไว้ว่า ปัญหาสำคัญที่ทำให้ผู้เรียนชาวไทยไม่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ สำนวนหรือการใช้ภาษาที่มีพื้นฐานทางความคิดและวัฒนธรรมที่แตกต่างกับสังคมไทย ยกตัวอย่างเช่น การใช้กริยา Aru และกริยา Iru ที่แยกใช้กันระหว่างสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต หรือการใช้สำนวนการให้หรือการรับ (Yari-Morai) การใช้คำแสดงอารมณ์ ความรู้สึก และการใช้คำพูดตอบโต้ระหว่างการสนทนา รายละเอียดการใช้ภาษาญี่ปุ่นที่มีความแตกต่างจากภาษาไทยนี้ เป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งของการเรียนภาษาญี่ปุ่น หากนักศึกษายังติดกับโครงสร้างประโยคของภาษาแม่ (ภาษาไทย) การจะถ่ายทอดเป็นภาษาปลายทาง (ภาษาญี่ปุ่น) ยิ่งจะทำได้ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีของนักศึกษา S61/10 ที่พยายามใช้ภาษาสุภาพเมื่อพูดกับอาจารย์ ทำให้เกิดความผิดพลาดและไม่สามารถสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ทำให้ได้รับการประเมินในระดับที่ลดลง

นอกจากผลการสอบความสามารถด้านการสนทนาแล้ว ยังได้มีการเก็บข้อมูลผลการสอบวัดความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นในระดับเทียบเท่า N3 โดยหลักสูตรฯ จัดทำข้อสอบเอง โดยใช้เกณฑ์ของการสอบวัดความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นในระดับ N3 โดยจัดสอบให้นักศึกษารุ่นที่เดินทางไปเรียนในปีการศึกษา 2561 (รุ่นที่ 2) ทั้งก่อนและหลังการไปเรียนในประเทศญี่ปุ่น ผลการสอบสามารถสรุปได้ดังแผนภูมิต่อไปนี้



จากแผนภูมิแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการด้านต่าง ๆ ของนักศึกษาผ่านผลการสอบวัดความสามารถภาษาญี่ปุ่นในระดับเทียบเท่า N3 จะเห็นได้ว่าพัฒนาการด้านการฟังของนักศึกษาอยู่ในระดับที่สูงที่สุด เมื่อนักศึกษากลับมาจากการเรียนที่ประเทศญี่ปุ่น สอดคล้องกับผลสอบวัดความสามารถทางการสนทนา ด้วย JF Standard Role Play Test ที่อาจารย์ผู้ประเมิน ให้ข้อสังเกตว่านักศึกษามีความสามารถในด้านการฟังคำถามได้เข้าใจมากขึ้น ในขณะเดียวกันพัฒนาการด้านคำศัพท์ยังเป็นข้อจำกัดของนักศึกษาอยู่ สอดคล้องกับผลสอบ JF Standard Role Play Test กล่าวคือนักศึกษาที่มีระดับคงเดิม หรือลดลง เป็นผลจากการที่นักศึกษามีข้อจำกัดทางด้านคำศัพท์

อย่างไรก็ตาม การเดินทางไปเรียนในประเทศญี่ปุ่นของนักศึกษาที่ทั้งสองมหาวิทยาลัยร่วมจัดตั้งโครงการ One Semester Program เพื่อยกระดับความสามารถความสามารถภาษาญี่ปุ่นให้สูงขึ้น นับว่าประสบความสำเร็จในขั้นต้น นักศึกษาสามารถมีความสามารถทางด้านการสื่อสารที่สูงขึ้นอย่างเห็นได้จากผลการสอบทั้งการสนทนาและข้อสอบวัดความสามารถทางภาษา ดัง Miki Shibuya (2554) ได้ตั้งข้อสังเกตถึงประเด็นสภาวะการสื่อสารภาษาญี่ปุ่นที่ไม่มีเสถียรภาพ โดยได้แนะนำแนวทางในการเสริมสร้างทักษะการสื่อสารในห้องเรียนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การแสดงบทบาทสมมติ (Role-play) การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบในการสื่อสารระหว่างผู้พูดและผู้ฟัง ซึ่งประกอบด้วยจุดประสงค์ในการสื่อสาร ช่องว่างระหว่างข้อมูล (Information Gap) การเลือก (Choice) และปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ (Feedback) การที่นักศึกษามีโอกาสไปเรียนในสิ่งแวดล้อมที่เป็นภาษาญี่ปุ่น เป็นการบังคับให้เกิดการสื่อสารด้วยภาษาญี่ปุ่นทั้ง ช่องว่างระหว่างข้อมูล (Information Gap) การเลือก (Choice) และปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ (Feedback) อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้หรือหลีกเลี่ยงได้ยาก ดังนั้นเมื่ออยู่ในสถานการณ์เช่นนี้ระยะเวลาหนึ่งสามารถทำให้นักศึกษาเกิดความคุ้นเคยในภาษาญี่ปุ่นและต้องนำความรู้ที่ตนเรียนมา ประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ให้ได้อย่างเหมาะสมเพื่อให้การสื่อสารสามารถบรรลุเปาหมายไปได้ ด้วยเหตุนี้เองการที่นักศึกษาได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีภาษาญี่ปุ่นรอบตัว จึงทำให้นักศึกษาสามารถพัฒนาความสามารถการเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่นได้ดีขึ้น

สรุป

การสร้างบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาญี่ปุ่นในระดับดีเพียงพอที่จะเป็นแรงงานในภาคธุรกิจได้นั้น มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ได้เปิดสอนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิตสาขาภาษาญี่ปุ่นธุรกิจขึ้น เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของหลักสูตรที่ต้องการผลิตบุคลากรเข้าสู่ตลาดแรงงานผู้ใช้ภาษาญี่ปุ่นได้ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย จึงทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยนานาชาติโกเบ เพื่อส่งนักศึกษาชาวไทยไปเรียนที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นเวลา 1 ภาคเรียน เรียกว่าโครงการ One Semester Program มีนักศึกษาไปเรียนในประเทศญี่ปุ่นแล้วจำนวน 2 รุ่นในปัจจุบัน นักศึกษาเมื่อไปเรียนยังประเทศญี่ปุ่นนอกจากจะเรียนภาษาแล้ว นักศึกษายังมีโอกาสได้เรียนรู้สังคม วัฒนธรรมญี่ปุ่นอันจะเป็นประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาเอง เมื่อต้องทำงานร่วมกับชาวญี่ปุ่นในอนาคต

ด้านการเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่นโดยการอาศัยสิ่งแวดล้อมที่ใช้ภาษาญี่ปุ่นในชีวิตประจำวัน แม้จะเป็นระยะเวลาเพียง 1 ภาคเรียน (4 เดือน) นักศึกษาทั้งสองรุ่นที่ผ่านมาสามารถพัฒนาความสามารถภาษาญี่ปุ่นให้สูงขึ้นได้ โดยสามารถโต้ตอบและแสดงความคิดเห็นเป็นภาษาญี่ปุ่นได้ ผ่านการประเมินโดยการสอบความสามารถทางการสนทนา JF Standard Role Play Test โดยอาจารย์ชาวญี่ปุ่นและผลการสอบความสามารถทางภาษาญี่ปุ่นเทียบเท่าระดับ N3 ที่หลักสูตรฯ จัดทำขึ้นเพื่อทดสอบนักศึกษาก่อนเดินทางไปเรียนในประเทศและหลังจากกลับมาประเทศไทย ผลปรากฏว่านักศึกษาส่วนใหญ่สามารถผ่านการทดสอบและได้รับผลการประเมินในขั้นที่สูงขึ้น เป็นข้อพิสูจน์อย่างหนึ่งว่าการไปเรียนในสิ่งแวดล้อมที่เป็นภาษาญี่ปุ่นทั้งหมดสามารถที่จะพัฒนาความสามารถด้านการสื่อสารด้วยภาษาญี่ปุ่นของนักศึกษาได้

อย่างไรก็ตามจากผลการทดสอบทั้งสองประเภทยังพบปัญหาว่านักศึกษายังมีข้อจำกัดในเรื่องการใช้คำศัพท์ คำศัพท์ที่มีอยู่ในวงจำกัดทำให้จำกัดการสื่อสารที่เป็นธรรมชาติไปด้วย การพัฒนาความสามารถด้านคำศัพท์ในขณะที่เรียนที่ประเทศไทย เป็นเรื่องที่ควรจะทำการศึกษาอย่างละเอียดเพื่อการต่อยอดนักศึกษาให้มีความสามาถที่สูงขึ้นในอนาคต

References

Etsuyo, S., Gun, A., Akane, T., Yoshie, W., Jirawat, T., Kamala, P. (2019). Report of Eastern Asia Univesity's 1 Semester Program - Relationship between Foreign University. *Kobe International University Summary,* (97), 63-76. (in Japanese)

Japan Foundation, (2015). *Survey Report on Japanese-Language Education Abroad 2015,* Retrieve From https://www.jpf.go.jp/j/project/japanese/survey/result/dl/survey_2015/Report_all_e.pdf

Japanese Chamber of Commerce Bangkok, (2019). *Member*, Retrieve From https://www.jcc.or.th/about/index3. (in Japanese)

Miki, S. (2011). Enhancing communication skills in the classroom. *Japan Foundation,* (53), 8-9. (in Japanese)

Tassanee, M. (2004). Problems of Study Japanese in Thai Learners. *Japanese Studies, 21*(2), 55-56. (in Thai)

Factors Affecting School Administration Effectiveness in Public Upper Secondary Schools of Heze City, Shandong Province, the People's Republic of China

Shuyao Zhang and Kitpinit Usaho
Master of Education Program, Eastern Asia University
Received: June 11, 2018
Revised: July 13, 2018
Accepted: July 16, 2018

Abstract

The research aims to identify factors affecting school administration effectiveness in public upper secondary school of Heze City, Shandong province, the People's Republic of China and to put forward relevant guidelines to improve the effectiveness of the school administration. This research used a mixed methods design of quantitative and qualitative analysis. The results describe four categories which affect school administration effectiveness from high to low levels. These are effective school leadership, teacher effectiveness, educational resources and organizational communication. The guidelines based on the research results are provided for the reference and use of the principals and teachers. The guidelines contain the following four aspects: (1) Effective school leadership - to communicate with each other and between school administrators and teachers (2) teacher effectiveness - to actively try to use a variety of ways to continuously strengthen the interaction with students in the teaching process, with timely feedback (3) organizational communication - the ability to design a reasonable school organization structure and focus on division of labor (4) educational resources - to actively focus on the improvement of the school's hardware equipment and software programs to find ways to make the school funds sustainable and prosperous.

Keywords: school administration effectiveness, affecting factors, public upper secondary school

Introduction

Heze city of Shandong province, is one of the pilot cities for national college entrance examination reform. In order to cope with the new situation in the new environment, researchers have studied factors that affecting school administration effectiveness in public upper secondary schools of Heze city of Shandong province, the people's republic of China. Shandong province is recognized as a major province for examinations, and its provincial and national conditions are similar. Differences between eastern and western and differences between urban and rural areas are all obvious in Shandong province. Heze city, as a pilot city in southwestern Shandong province, ranks among the top three in terms of the number of public upper secondary schools and the number of students in the Shandong province. The comprehensive reform of college entrance examination in Heze city of Shandong province has a strong representation and special significance.

Objective

1. To identify the factors affecting school administration effectiveness in the public upper secondary schools of Heze city, Shandong province, the people's republic of China.

2. To develop the school administration guideline for effectiveness in the public upper secondary school's administration of Heze city of Shandong province, the people's republic of China.

Literature review

Related Research of School Administration Effectiveness

School administration effectiveness (Miantao & Zhe, 1994, p.24) means that schools should rationally use educational resources to achieve their educational goals and meet the requirements of all aspects of the system so that schools and their members and society can be developed accordingly characteristics and effective role.

Effective schools' administration (Jin-kuan, 1994, p.62) that are considered valid are those in which students have achieved excellent results in the standardization examinations.

School administration effectiveness (Xinru & Wen, 1997, p.17) means giving full play to the role of human and material resources in all aspects so that they all produce good performance and are effective in education output, in order to achieve the school's desired goal.

School administration effectiveness (Qiong, 2003, p.35) refers to the rational use of educational resources by schools to achieve educational goals and to meet the needs of other so as to make the school, its members and society get correspondingly developed, characteristic and effective functions.

School administration effectiveness (Xiaobin, 2008, p.79) is regarded as a ability of school administration to play some positive role and its actual result.

In researcher's summary, school administration effectiveness is a result of measuring student achievement in learning conditions. The school administration effectiveness means the leader follows the predetermined goals and uses scientific methods to give full play to the enthusiasm of various factors within a limited period of time and under specific conditions, and obtain the best results with the lowest consumption and the fastest speed in the administration work. The work of school administration is to cultivate people's work. In the limited human resources, material resources, financial resources and time, the administration effectiveness is fully exerted to achieve the best educational results. Therefore,

the researcher thinks its measurement standard is the student's achievement.

Related Research of Factors Affecting School Administration Effectiveness

Classify the variables that affect school performance into six groups (Clark, Lotto & McCarthy, 1980, p.467) leadership - Individuals or groups, teachers and other teaching staff, funding, curriculum and teaching, resources and equipment, communities.

Factors that affecting effective school administration (QingShan, 1992, p.76) contains a strong executive leadership, harmonious school atmosphere and good school culture, emphasis on students' basic ability acquisition, have high expectations to students, teachers effective teaching skills, always supervise the progress of students, staff training and development, proper school environment, community, parental participation and support.

Factors affecting the school administration effectiveness (Yanxiang, 1999, p. 340) contains principal effectiveness, teacher effectiveness, student effectiveness, learning situations, teaching situations and organizational context.

School administration and summarized six factors that affect effective school administration (Limin, 2002, p.47) effective administration, excellent school environment and positive school atmosphere, attaches great importance to teaching and learning, effective teaching, consensus and cooperation, accurate assessment and timely feedback.

The impact of high effectiveness school administration factors (Minghe, 2003, p.52) are the following:

1. The school has its own clear development goals.

2. The school has a curriculum plan to promote the all-round development of students.

3. The school has a scientific decision-making process oriented to education needs and development priorities.

4. Students love to learn, and the school places on students' actual educational expectations.

5. Teachers have a positive attitude, work together, and have a high degree of cohesion.

6. Schools pay attention to the professional development of teachers, give full play to teachers' initiative and creativity.

7. A scientific measurement and evaluation system and information feedback mechanism.

Based on the above literature review, the researcher draw the following summary on factors affecting school administration effectiveness, which is mainly contains the following four categories:

1. Effective school leadership: The performance of principal's leadership ability (communicative ability, decision-making ability, execution ability, resilience, etc.), management communication coordination, administrative work efficiency, curriculum arrangements and other aspects. The principal with a high administrative level who have the right education concept, good decision-making and execution ability, and the principle can effectively deal with the crisis. Communicating well among the various departments of the school, cooperate with each other, and have a clear division of labor, the school curriculum is arranged in a reasonable and orderly manner and can effectively achieve the intended goals.

2. Teacher effectiveness: The extent to which teachers perform in terms of teaching performance, job satisfaction, teacher-student interaction, and professional development. In schools with high teacher effectiveness, teachers have a teaching serious attitude, work is responsible, have a high sense of teaching achievement,

can pay attention to the progress of students, can correctly use professional knowledge to build a good teaching situation, and actively participate in training, and constantly improve professional knowledge.

3. Organizational communication: The school organization communicates through the elimination of all kinds of uncertainties in the process of school information transmission and exchange that make the information missing, so that all kinds of school information can be effectively communicated and the school organization can more smoothly achieve its goals and improve its effectiveness. There are few strict rules for teachers' behavior, teachers can take education and teaching behavior according to their own background and students' background. Bottom-up communication channels, and to encourage teachers to participate in school management and formulate school policies.

4. Educational resources: The school's performance in campus environment planning, facilities, teacher level, and parent relationship processing. High-performance schools can properly arrange the campus environment, effectively manage the school's facilities, provide a high-quality and safe working environment and learning environment, and can correctly handle communication and coordination with parents. At the same time, parents have a higher degree of school match and satisfaction.

Conceptual Framework

Independent variables	Dependent variables
Factors Affecting School Administration Effectiveness are as follows: 1.Effective school leadership 2.Teacher effectiveness 3.Organizational communication 4.Educational resources	The specific performance of school administration effectiveness is as follows: Student's achievement

Methodology

This research used a mixed methods of quantitative and qualitative research. In the mixed method approach, quantitative research assigns questionnaires and collect data according to question 1. Qualitative research conducted relevant interviews based on questionnaires according question 2.

Population and Sample

There are 24 public upper secondary schools which identify factors affecting school administration effectiveness in Heze city of Shandong province, the people's republic of China. The population contains the number of schools, the number of principals and the number of teachers, which are 24 schools, 24 principals, and 4775 teachers respectively. According to Yamane's formula, the sample contains the number of schools, the number of principals and the number of teachers, which are 22 schools, 22 principals, and 369 teachers respectively. Principals are purposive sampling and teachers are sample random sampling.

Research Tools

This research used questionnaires and interview on research instrument. There are two sections of questions in the questionnaire as follows:

Section 1: Questions about the informants' demographic data. The informants can use a checklist to answer questions about his/her gender, age, qualification, position and experiences.

Section 2: Questions about factors affecting school administration effectiveness in the public upper secondary schools of Heze city of Shandong province, the people's republic of China. The informants can answer questions by selecting a number from a rating scale of 5 to 1; each number represents different level.

The rating scale of 5 to 1 in the current state refers to different level as follows:

5 = strongly agree,4 = agree, 3 = neutral,

2 =disagree,1= strongly disagree

The questionnaire also set two open questions with interview.

Data Collection

The researcher collected questionnaires in the public upper secondary schools in Heze city, Shandong province. The questionnaire together with the letter of cooperation for tryout of the research tool from the Graduate School, Eastern Asia University are sent to public upper secondary schools of Heze city which belong to the sample schools. This research conducted a questionnaire survey of 391 school educators randomly selected from 22 public upper secondary schools in Heze city, Shandong province according to their gender , school size and other factors, and obtained 356 valid questionnaires, the valid questionnaire rate is 91%.

The researcher conducted interviews with 22 principals of public upper secondary schools in Heze city, Shandong province, and conduct in-depth research on relevant questions.

Statistical Analysis

Table 1

Mean and standard deviation of each independent variable on factors affecting school administration effectiveness

Independent variable	Number of questions	Mean	Standard deviation	Sorting
Effective school leadership	22	3.37	0.552	1
Teacher effectiveness	10	3.36	0.520	2
Educational resources	8	3.21	0.559	3
Organizational communication	10	3.16	0.591	4
Total	50	3.29	0.508	

The questionnaire contains four categories: effective school leadership, teacher effectiveness, organizational communication, educational resources. According to Table 4-1, the total of factors affecting school administration effectiveness is 3.29, with a standard deviation of .508. From the perspective of various factors affecting school administration effectiveness in the public upper secondary schools, the mean of effective school leadership is 3.37, the standard deviation is .552, which is the highest score, followed by the mean of teacher effectiveness which is 3.36, the standard deviation is .520. The mean of educational resource is 3.21, the standard deviation is .559. The lowest score is organizational communication, the mean is 3.16 and the standard deviation is .591. From the data, it can be seen that the mean of organizational communication is the lowest, but it is still higher than 3, that is above average, so the public upper secondary school in Heze city has medium-high school administration effectiveness and has considerable consistency.

Table 2

Effective school leadership for each question's score ordering

Questions	$\overline{X}$	SD	Sorting
1. The principal has clear goals for the administration of the school.	3.64	0.602	1
2. The principal sets a timetable for the work to be done.	3.44	0.69	5
3. The principal clearly assigns the tasks of each teacher.	3.35	0.787	8
4. The principal asks the teacher to consciously complete their own task.	3.32	0.738	10
5. The principal has a clear plan for the future of the school.	3.38	3.38	7
6. The principal asks all teachers to understand their duties at school.	3.19	0.842	15
7. The principal uses strict means to administer the school.	3.45	0.691	4
8. The principal emphasizes that teachers finish their work on time.	3.31	0.786	11
9. The principal asks teachers to follow the standardized rules and regulations.	3.25	0.829	13
10. The principal follows the corresponding rules and regulations to administer the school.	3.49	0.609	2
11. The principal establishes clear rules and regulations to administer the school.	3.46	0.59	3
12. The principal rewards outstanding teachers.	3.38	0.691	7
13. The principal advises severe criticisms to teacher who do not perform well.	3.37	0.719	8

Table 2 (Cont)

Effective school leadership for each question's score ordering

Questions	$\bar{X}$	SD	Sorting
14. The principal treats each teacher equally.	3.31	0.713	11
15. The principal explains to teachers the reason for his decision.	3.22	0.78	10
16. The principal ensures that teachers can maximize their ability to perform.	3.33	0.695	9
17. The principal gives each teachers' opportunity to express their opinion.	3.32	0.708	10
18. The principal feels comfortable when talking to teachers.	3.43	0.578	6
19. The principal accepts the teacher's new ideas.	3.38	0.615	7
20. The principal keeps his promise.	3.30	0.775	12
21. The principal accepts the teacher's advice and puts it into action.	3.06	0.781	16
22. The principal cares and protects the welfare of teachers.	3.24	0.626	14

The mean of public upper secondary school educators in Heze city is 3.37 at effective school administration effectiveness level, with a standard deviation of .552. In this category, the highest score is given in the first question "The principal has clear goals for the administration of the school", the mean is 3.64, followed by 10th question "The principal follows the corresponding rules and regulations to administer the school." The mean is 3.49, and the 21st question "The principal accepts the teacher's advice and puts it into action.", the mean is 3.06 which is the lowest score. The scores for each question this category are shown in Table 4-2.

Table 3

Teacher effectiveness for each question's score ordering

Questions	$\bar{X}$	SD	Sorting
23. Teachers have the ability to promote student learning.	3.38	0.674	4
24. Teachers help students improve themselves.	3.35	0.607	5
25. If the student does not master the knowledge, which has learned for the first time, the teacher will try other ways.	3.35	0.643	5
26. Teachers are confident that they can motivate students' enthusiasm for learning.	3.26	0.772	7
27. Teachers are sure that each student can learn.	3.42	0.672	3
28. If the students do not want to learn, the teacher will help them.	3.30	0.775	6

Table 3 (Cont)

Teacher effectiveness for each question's score ordering

Questions	$\overline{X}$	SD	Sorting
29. Teachers have teaching skills to enlighten students to meaningful learning.	3.25	0.768	8
30. Teachers are fully prepared for the arranged curriculum.	3.38	0.615	4
31. Teachers can use skillfully different teaching methods.	3.43	0.657	2
32.Teachers have the skills to deal with student disciplinary problems.	3.44	0.597	1

The mean of public upper secondary school educators in Heze city is 3.36 at teacher effectiveness level, with a standard deviation of .520. In this category, the highest score is the 32nd question "Teachers have the skills to deal with student disciplinary problems.", the mean is 3.44, followed by the 31st question "Teachers can use skillfully different teaching methods.", the mean is 3.43, and the 29th question "Teachers have teaching skills to enlighten students to meaningful learning", the mean is 3.25 which is the lowest score. The scores for each question this category are shown in Table 4-3.

Table 4

Organizational communication for each question's score ordering

Questions	$\overline{X}$	SD	Sorting
33.The school leaders understands the teachers' hard work.	3.19	0.695	3
34. The teachers and other staffs of the school are in harmony.	3.25	0.626	2
35. The relationship between teachers and students is harmonious.	3.09	0.906	7
36. The function of work among the various departments of the school is clear.	3.06	0.781	8
37. The spirit of mutual assistance and cooperation between the various departments of the school are played.	3.12	0.764	5
38. The school's administrative work fully cooperates with and supports teaching.	3.26	0.69	1
39. Teachers can communicate with students on an equal basis.	3.17	0.699	4
40. Teachers focus on the interaction with students in the teaching process.	3.11	0.725	6

Table 4 (Cont)

Organizational communication for each question's score ordering

Questions	$\overline{X}$	SD	Sorting
41. Teachers can actively interact with students in a variety of ways (heuristic, inquiry, discussion, participatory, etc.).	3.19	0.688	3
42. Teacher-student interaction can effectively achieve the expected teaching goals.	3.17	0.775	4

The mean of public upper secondary school educators in Heze city is 3.16 at organizational communication category, with a standard deviation of .591. In this category, the highest score is the 38th question "The school's administrative work fully cooperates with and supports teaching.", the mean is 3.26, followed by the 34th question "The teachers and other staffs of the school are in harmony.", the mean is 3.25, and the 36th question "The function of work among the various departments of the school is clear.", the mean is 3.06 which is the lowest score. The scores for each question this category are shown in Table 4-4.

Table 5

Educational resources for each question's score ordering

Questions	$\overline{X}$	SD	Sorting
43. Campus environment planning meets teaching needs.	3.23	0.761	4
44. The school's environmental planning takes into account the school's future development needs.	3.28	0.697	2
45. The school has perfect teaching equipment and facilities.	3.20	0.690	5
46. The school regularly maintains equipment and facilities.	3.26	0.728	3
47. The school timely updates old facilities or equipment.	3.13	0.776	6
48. The school fully provides the resources needed for teachers' teaching.	3.06	0.642	7
49. The school has sufficient funds for running schools.	3.04	0.772	8
50. The school has a good teaching team and good teachers.	3.33	0.629	1

The mean of public upper secondary school educators in Heze city is 3.21 at educational resource category, with a standard deviation of .559. In this category, the highest score is the 50th question "The school has a good teaching team and good teachers.", the mean is 3.33, followed by the 44th question "The school's environmental planning takes into account the school's future development needs.", the mean is 3.28, and the 49th question "The school has sufficient funds for running schools.", the mean is 3.04 which is the lowest score. The scores for each question this level is shown in Table 4-5.

1. Analysis on factors affecting school administration effectiveness by open questions In an interview with the researcher, the researcher recorded the opinions of the 22 principals on develop school administration guidelines for effectiveness based on the above four factors. Among them, 21 school principals believe that effective school leadership are crucial in school administration effectiveness, accounting for 95.5%. There are 19 principals who believe that teacher effectiveness is crucial in school administration effectiveness, accounting for 90.4%. There are 17 principals who believe that educational resources are critical in school administration effectiveness, accounting for 77.3%. There are 14 principals who believe that organizational communication is crucial in school administration effectiveness, accounting for 63.6%.

Findings

Factors affecting school administration effectiveness in the public upper secondary are divided into four categories: effective school leadership, teacher effectiveness, organizational communication, and educational resources.

For all categories, the highest scores are for effective school leadership, which indicates that the current effective high school leadership in public schools belong to the medium to high degree. The reason for this due to the fact that the principals have the correct educational philosophy and can effectively play subjective initiative. Therefore, the school administration effectiveness is relatively high. The second highest level is the teacher's effectiveness. The reason due to the fact that teachers actively participated in the training in recent years, continuously improved their professional development, constantly improved education and teaching methods and means, and focused on class management. The lowest category is organizational communication. The reason due to the fact that the division of labor between schools is not clear.

From the above research, the researcher get the guidelines on the four category of factors affecting school administration effectiveness in public upper secondary school of Heze city, Shandong province, the people's republic of China. The researcher summarized the following points on guidelines to develop school administration effectiveness.

1. At effective school leadership, to communicate with each other between school administrators and teachers.

"The principal accepts the teacher's advice and puts it into action." and "The principal asks all teachers to understand their duties at school." The two questions get the lowest score, it shows that school administrators do not attach importance to teachers' opinions and do not adopt them. Over time, they will reduce the teachers' enthusiasm for participating in school administration. Therefore, in the future, the public upper secondary school principals should do this in school administration activities, maintain consistency and commonality in understanding, and study and discuss more than one case, agree on goals, and reach a psychological agreement. To guide school teachers to continue their efforts with correct concepts, at the same time, The teacher also has to take on as much responsibility as possible to clarify their own task.

2. At teacher effectiveness, actively try to use a variety of ways to continuously strengthen the interaction with students in the teaching process, and timely feedback.

From the research, public upper secondary school educators perceive the teacher's

effectiveness category with the highest score in 52th question "Teachers have the skills to deal with student disciplinary problems". It shows that most teachers now recognize the importance of students as subjects of teaching. Apart from solving students' problems in learning, they have to also help students establish correct values in their daily learning and life, and have skillful solutions to students' disciplinary problems. At the same time, the 29th question "Teachers have teaching skills to enlighten students to meaningful learning." The score is obviously too low, indicating that although public upper secondary school teachers are now paying attention to teaching methods in the teaching process, they have little effect. Therefore, in the future, teachers should try to use different ways to inspire students to learn from different aspects. At the same time, teachers should also strive to continue learning, try different teaching methods, and keep up with the times so as to successfully achieve teaching goals.

3. At organizational communication, to design reasonable school organization structure and focus on division of labor.

From the results of the research, the perception of the organizational communication level among public upper secondary school educators is the lowest in the 36th question "The function of work among the various departments of the school is clear." It shows that most teachers think that the school's organizational structure is not clear, and the division of labor among various departments is not clear, resulting in low work efficiency. Therefore, in the future, the school should design a reasonable organizational structure, rational division of labor, increase teamwork and communicate effectively with colleagues and school departments.

4. At educational resources, actively focus on the improvement of the school's hardware and software equipment and to find ways to make the school fund abundantly.

In the questionnaire on factors affecting school administration effectiveness, at educational resources, the score of item 49th "The school has sufficient funds for running schools." is the lowest, followed by item 48th, "The school provides provide the resources needed for teachers' teaching." It shows that in the process of running schools, public upper secondary schools are facing shortages of software and hardware equipment and uneven distribution of resources, which restricts school administration effectiveness to a certain extent. Therefore, in the future, the school principals should focus on continuously improving the school's hardware and software equipment, and actively attracting more talents and resources by actively developing brand features, maintaining and developing public relations, and actively seeking support from government officials. So as to improve continuously school performance.

Result

In this research, the researchers reached the following conclusions after long-term research and analysis:

On the one hand, it has been made clear that factors affecting school administration effectiveness in public upper secondary school of Heze city, Shandong province, the people's republic of China contains the flowing four points: effective school leadership, teacher effectiveness, organizational communication and educational resources. In particular, effective school leadership have the greatest impact on school administration effectiveness, and organizational communication has less impact on school administration

effectiveness.

On the other hand, according to the research results and interview records, the researcher get guidelines to develop school administration effectiveness based on the above four factors. The first is to communicate with each other between school administrators and teachers at effective school leadership. Secondly, actively try to use a variety of ways to continuously strengthen the interaction with students in the teaching process, and timely feedback at teacher effectiveness. Thirdly, to design reasonable school organization structure and focus on division of labor at organizational communication. The last one is actively focus on the improvement of the school's hardware and software equipment and to find ways to make the school fund abundantly at educational resources.

Discussion

1. At the effective school leadership

This factor accounts for the highest proportion of the four categories of factors. Taiwan's Qingshan (1992, p.76) also thinks the most important affecting factor is effective school leadership in school administration effectiveness. According to the questionnaire and interview results, the researcher believe that the principal's function in school administration is more significant. The higher the principal's level of leadership, the more able the teacher is to positively affirm the organizational effectiveness of the school. The teacher also feels more strongly about the principal's enthusiasm and friendliness, respect for the teacher, and care for the teacher. At the same time, the teacher can also understand the principal's hard work. The attitude and principals of the school prompted teachers to work harder and harder. In addition, the better the performance of the principal, the better the teaching and administration of the school, and the greater the ability to establish a common sense of mission and values among faculty and staff, and more interactions, cooperation, and sharing of behavior and overall performance at work. The more opportunities for teachers to participate in decision-making in schools, the better the communication and parallel communication within the school, and the better the conflicts among employees can be solved, and promote the efficiency of the school work.

2. At teacher effectiveness

Teacher effectiveness is also an important factor influencing school administration effectiveness. From Limin (2002, p.47) research, the research found effective teaching is his one of the opinions of six characteristics of effective school administration. About this category, the teacher can not do have teaching skills to enlighten students to meaningful learning. It shows that teachers have some deficiencies in teaching methods. Teachers can adjust the enthusiasm of students' voluntary learning when the teacher can flexibly adjust the teaching speed according to the students' ability, development level and the nature of the subjects. Teachers attach importance to stimulating and maintaining students' attention and try their best to arrange personalized and interesting assignments for students. They can also use their keen observation power to predict students' needs and potential classroom problems. This will make teachers perform better in the smooth transition between teaching preparation, teaching organization and activities.

3. At educational resources

Educational resources ranked third among these four category factors. It is also an indispensable factor that affecting school administration.

Edmonds (1979, p.15) also proposed that educational resources have a great influence on school administration. If resources are not sufficient, they will inevitably affect teaching results. The research results also show that the lack of education funds has the greatest impact on school administration effectiveness. Therefore, school administration cannot wait for the support of government funds. It should try its best to manage the school by itself and break the stalemate without capital development.

4. At organizational communication

This kind of factor ranks the lowest, therefore, among these four kinds of factors, these kinds of factors reflect the most serious problems. The biggest problem at this category is that the division of work among departments is not clear and the work efficiency is not high. It shows that "people" is the difference between organizational elements and other elements. Each organization member has its own needs, desires, passions, and acts according to the individual's will. If we want to improve organizational communication through administration, we must not only attach importance to the material technologies and rules and regulations in the organization and administration, but should also regard administration as being linked to the social, cultural, and human spiritual traits. In order to change the shortcomings of the traditional level structure, both scientific management and humanistic management should be taken into consideration in order to respond to the development of the times and the diverse needs of different entities within and outside the school. With the help of active communication, cooperation, power sharing, participation in decision-making, etc., we will develop common emotions, attitudes, beliefs, and values among the members of the organization to enhance the cohesion of the entire staff, so as to create a quality environment where teachers and students can jointly learn to develop together.

Recommendation

Based on the research results and discussion, this research proposes relevant recommendations as a reference for public upper secondary school principals and teachers.

As a school administrator, positive suggestions can be implemented for research according to the actual situation of the school. At effective school leadership, if teacher participation is low in school administration, and it is best for schools to organize as much collective activities as possible. For example, outdoor development training (outdoor adventure), mission construction, fun games, reality CS and other list activities.

As a public upper secondary teacher, this research shows that if the teacher can not heuristic teaching, the student's enthusiasm for learning is not high, the two are interrelated each other. Therefore, according to the teaching task and the learning objective law in their own teaching, the teacher should adopt a variety of methods from the students'actual conditions to inspire the students' thinking as the core, to mobilize the students' learning initiative and enthusiasm, they are motivated to generate a kind of instructional ideas for learning lively.

At organizational communication, it is necessary to clarify the functions of the various departments of the school for school administrator in order to improve work efficiency. All departments have their own job responsibilities. Only by clarifying the responsibilities of each department can promote normal operation of school administration and promote the schools' normal development.

At educational resources, if school funds

are insufficient, school-industry cooperation may be implemented. The school cooperates with enterprises through a number of invention patents and to get infusion of education funds.

In short, school administration effectiveness will enhance with the improvement of these four category of factors.

References

Clark, D. L., Lotto, L. S., & McCarthy, M. (1980). Factors associated with success in urban elementary schools. *The Journal of Phi Delta Kappan*, 61(1), 467-470.

Edmonds, R. (1979). Effective schools for the urban poor. *The Journal of Educational Leadership*, *37*(1), 15-24.

Jin-kuan, C. (1994). Theory and practice of effective schools' administration in the united states. *Journal of Foreign Education Materials*, *3*(1), 62. (in Chinese)

Limin, Y. (2002). *Six characteristics of effective school administration*. Beijing: Education Science. (in Chinese)

Miantao, S., & Zhe, H. (1994). The initial exploration of school administration effectiveness. *Journal of Education and Economy*, *3*(1), 24. (in Chinese)

Minghe, J. (2003). *An effective tool for improving school administration: An introduction to multiple measures*. Beijing: Higher Education. (in Chinese)

Qingshan, W. (1992). *School administration effectiveness research*. Taibei: Wunan Book. (in Chinese)

Qiong, Y. (2003). School effectiveness and school Reform: A commentary on the latest research achievements in Britain. *The Journal of Foreign Education Research*, *12*(1), 35. (in Chinese)

Xiaobin, C. (2008). *Education administration science and management*. Beijing: Beijing Normal University. (in Chinese)

Xinru, W., & Wen, Z. (1997). Talk about school organizational culture and school administration effectiveness. *The Journal of Education Science*, *3*(1), 17. (in Chinese)

Yanxiang, Z. (1999). *The function and effectiveness of education*. Hong Kong: Guang Jiaojing. (in Chinese)

Relationships between Organizational Culture and Lecturers' Commitment in Private Universities of Thailand

Xi Xi Liu and Pragob Kunarak
Master of Education Program, Eastern Asia University
Received: June 11, 2018
Revised: September 3, 2018
Accepted: July 18, 2018

Abstract

The main purpose of this study was to diagnose the organizational life cycle, organizational culture and lecturers' commitment to private universities of Thailand. The researcher conducted a diagnosis in each area and proposed a program of appropriate organizational development intervention to address the symptoms in each area. The study was conducted by using the opinionnaire and the interview forms to collect data during the last week of May 2018 from three selected private universities in Thailand. There were 300 lecturers who were drawn for this study. Data collected through the opinionnaires were analyzed by demographic statistics, mean and standard deviation. It was found that the three selected universities were at maturity stage, but the respondents did not state clearly about the performance and normal problems during this stage. There was a clear understanding that organizational culture in the private universities was understood well among the lecturers, but they did not understand how to achieve the objectives. (Is this the author's intention - "objectives"?) and how much the organizational culture affected their commitment. The respondents also showed a high level of commitment to their universities. even though the universities' performances were imperfect.

Keywords: organizational culture, lecturers' commitment, private universities

Introduction

There is a common problem in private universities. According to United Nations Organization for Education, the turnover rate of lecturers is relatively high,which is 9.3 %. Due to the special occupation of the teacher, the work is continuous, so the lecturers' high turnover rate is not good for student learning, student development, and universities progress. On the other hand, the turnover rate is high, so the human resource department needs to recruit the new lecturers often which is very costly for the universities, according to "the true costs of turnover" of Turn over (Arbabisarjou Azizollah, Farhang Abolghasem, & Dadgar Mohammad Amin, 2016). When accounting for the costs (both real costs, such as time taken to select and recruit a replacement, and opportunity costs, such as lost productivity), There are both direct and indirect costs. Direct costs relate to the leaving costs, replacement costs and transitions costs, and indirect costs relate to the loss of production, reduced performance levels, unnecessary overtime and low morale. The true cost of turnover is going to depend on a number of variables including ease or difficulty in filling the position and the nature of the job itself. Estimating the costs of turnover within an organization can be a worthwhile exercise, especially since "turnover costs" are unlikely to appear in an organization's balance sheets. Some of the direct costs can be readily calculated, while the indirect costs can often be more difficult to determine and may require "educated guesses." Nevertheless, calculating even an idea of the total expenses relating to turnover can spur action planning within an organization to improve the work environment and reduce turnover. So by doing this research, find some ways to solve the high turnover problem.

Objective

1. To identify the stage of organizational life cycle of selected universities

2. To conduct diagnosis of the universities focusing on organizational culture and lecturers' commitment

3. To find out relationships between organizational culture and the lecturers' commitment of the universities.

Literature review

This topic presents the review of related literature on the area of private universities, organizational life cycle, organizational culture, and organizational lecturers' commitment, which are described as follow:

1. Managing private university

Private universities are typically not operated by governments, although many receive tax breaks, public student loans, and grants. Depending on their location, private universities may be subject to government regulation. Most private universities are non-profit organizations. At present, there are total 38 private universities around the country. The lists of those universities are shown in Figure 1 below.

	University	Nick	Founded	Age
1	University of the Thai Chamber of Commerce	UTCC	1940	78
2	Huachiew Chalermprakiet University	HCU	1941	77
3	Asia-Pacific International University	AIU	1947	71
4	Krirk University		1952	66
5	Bangkok University	BU	1962	56
6	Siam University	SU	1965	53
7	Dhurakij Pundit University	DPU	1968	50
8	Assumption University	AU	1969	49
9	Sripatum University	SPU	1970	48
10	Payap University		1974	44
11	South-East Asia University	SAU	1976	42
12	Christian University	CTU	1983	35
13	Vongchavalitkul University	VU	1984	34
14	Rangsit University	RSU	1985	33
15	The University of Central Thailand	TUCT	1986	32
16	Kasem Bundit University	KBU	1987	31
17	North Eastern University	NEU	1988	30
18	Saint John's University	SJU	1989	29
19	Mahanakorn University of Technology	MUT	1990	28
20	Asian University		1993	25
21	Ratchathani University	RTU	1993	25
22	Chaopraya University	CPU	1995	23
23	Stamford International University	STIU	1995	23
24	Eastern Asia University	EAU	1996	22
25	Hatyai University	HU	1996	22
26	Rattana Bundit University	RBAC	1997	21
27	Western University	WTU	1997	21
28	Fatoni University	YIU	1998	20
29	Thonburi University	ThonburiU	1998	20
30	North Chiang Mai University	NCU	1999	19
31	Pathumthani University	PTU	1999	19
32	Shinawatra University	SIU	1999	19
33	The Far Eastern University	FEU	1999	19
34	Webster University Thailand	WUTC	1999	19
35	The Eastern University of Management and Technology	UMT	1999	19
36	North Bangkok University	NBU	2001	17
37	Bangkokthonburi University	BTU	2002	16
38	E-sarn University	ESU	2002	16

Figure1: List of private universities in Thailand

Note. From *List of private universities in Thailand*, by Office of the Higher Education Commission, 2011, Retrieved from http:// www.asef.org

2. Organizational culture

Organizational culture is embedded in everyday working lives of all culture members. Organizational culture was very popular topic in America 20 years ago; the idea of organizational culture serves to provide a basis for understanding the difference that may exist between successful companies operational culture (Schein, 1990), over the world, those famous companies build very strong organizational culture.

The process-oriented approaches view organizational culture as a continuous recreation of sharing meaning (Roskin, 1986). Typically represented by Schein's model (1990), organizational culture is defined as a pattern of basic assumptions that a group has invented, discovered of developed in learning to cope with its problem of external adaptation and internal integration, and that have worked well enough to be considered valid, and therefore, to be taught to new members as the correct way to perceive, think, and feel in relation to those problem (Schein 1990, p. 111). In this research, viewed culture as comprising six aspects: vision statement, mission statement, values in organizations, belief in organizations, norm statement and assumptions statement. Even different studies had different definitions of organizational culture, but they tend to contain certain common themes. For example: culture represents the values, beliefs, and expectations shared by its members, culture exerts pressure on its members to conform to shared codes,

and culture shapes people's behaviors. To stay competitive, organizations need to understand not only the importance of creating a strong organizational culture, but how to actually create one. Although each culture is unique to the organization it represents, there are still a few common key elements found in every great culture, shown as figure 2 below.

Core Beliefs	Values	Fears	Behavior Norms	Infra-Structure
Core beliefs are patterns of success that develop over time.	Values are the positive results that flow from the core beliefs.	Fears are the negative consequences that will happen if core beliefs are ignored.	Values and fears combine to form the boundaries of normative behavior.	Infrastructure is developed to institutionalize behaviors as the "way we do things around here!"
CHAMPIONS	TENACITY RISK TAKING	MANAGEMENT MEDIOCRITY	IGNORE EXAGGERATE	REWARDS PLANNING

Figure 2: Elements of organizational culture

Note: From Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage, by Jay B. B, 1986, *The Academy of Management Review*, 11(3), pp. 656-665.

3. Lecturer's commitment

In the study of organizational behavior, lecturers' commitment is the lecturer's psychological attachment to the organization. It can be contrasted with other work-related attitudes, such as job satisfaction (a lecturer's feelings about their job) and organizational identification (the degree to which a lecturer experiences a 'sense of oneness' with their organization).

Organizational scientists have developed many definitions of organizational commitment, and numerous scales to measure them. Exemplary of this work is Meyer & Allen's model of commitment, which was developed to integrate numerous definitions of commitment that had proliferated in the research literature. According to Meyer & Allen (1991, p.439) the three-component model of commitment, prior research indicated that there are three "mindsets" which can characterize a lecturer's commitment to the organization. Lecturer commitment can take different forms. As a result it is often seen as a human resource variable which is difficult to define. The context, direction and development of commitment, as well as the extent to which commitment influences behavior can result in confusion and debate. Here are some definitions of commitment in different contexts:

1. Connection to a goal. Being bound to a goal or the determination in respect of a goal, regardless of the origin of the goal, believing in a goal and wanting to achieve it also reflects a certain degree of commitment.

2. Connection to an organization. A psychological state that binds an individual to the organization, as a result lecturers are more loyal to an organization and less likely to leave it.

3. Connection to a job. The probability that someone continues to work in that job and feels psychologically bound to it, this is regardless of whether it is fulfilling or not.

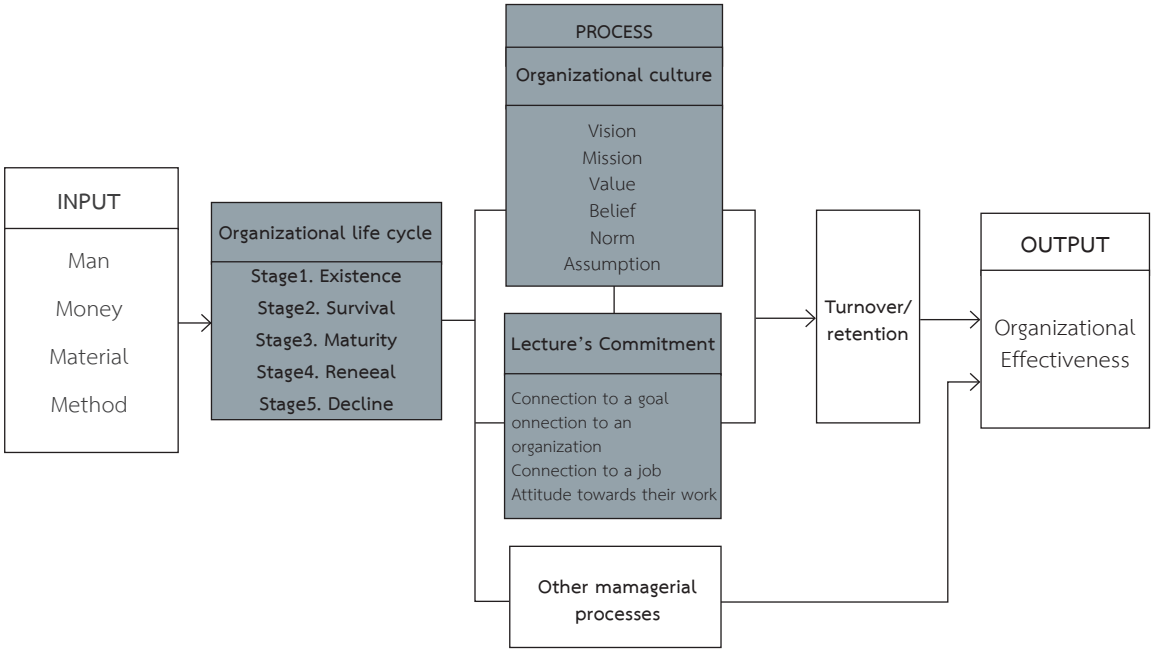
4. Attitude towards their work. The attitude

towards the lecturer's work comprises two dimensions. They are:

4.1 Affective attitude: Affective attitude relates to how much lecturers want to stay at their organization. If a lecturer is affectively committed to their organization, it means that they want to stay at their organization. They typically identify with the organizational goals, feel that they fit into the organization and are satisfied with their work. Lecturers who are affectively attitude feel valued, act as ambassadors for their organization and are generally great assets for organizations.

4.2 Normative attitude: Normative attitude relates to how much lecturers feel they should stay at their organization. Lecturers that are normatively attitude generally feel that they should stay at their organizations. Normatively attitude lecturers feel that leaving their organization would have disastrous consequences, and feel a sense of guilt about the possibility of leaving.

Conceptual Framework



Population and sample

Due to the establishment time, the researcher reviews three universities as the representative of three groups. First Group: Established time < 26 years which are 19 universities. Second Group: Established time 27 ~ 51 years which are 13 universities. Third Group: Established time >52 years which are 6 universities. The target samples are the representatives of top management team from three universities and 300 lectures from selected three universities.

The sampling design is shown in figure 3 below.

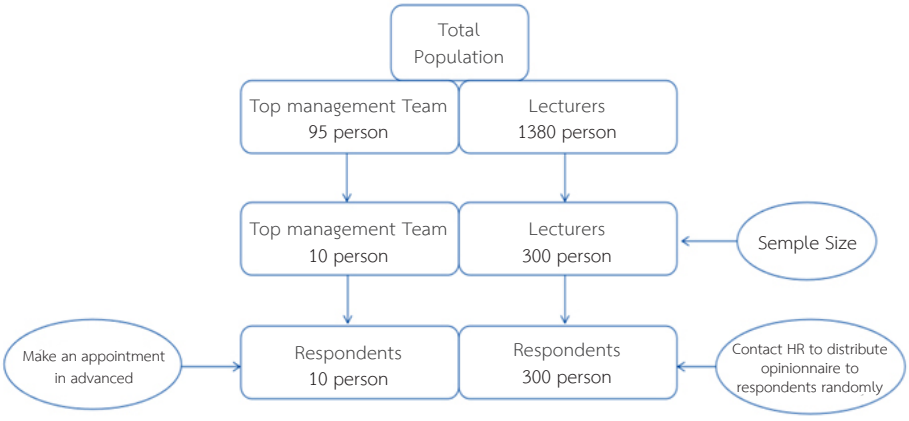


Figure 3: Population and sampling design

Research tools

The research instrument was the opinionnaire and it was used for data collection.The opinionnaire consisted of 5 items of demographic characteristics and 32 questions with 4 rating scales of organizational culture and lecturers' commitment. The content and structural validity were determined with Item Objective Congruent (IOC) by 3 experts in the aspects of educational administration. Another research instrument was interviewer guide, the researcher conducted formal interview to top management team and follow the interview guide. The main topics are the understanding of organizational culture and lecturers' commitment.

Data collection

Opinionnaire: The opinionnaires explain personally in Thai to the Human Resource Officers. The respondents are requested to hand in the opinionnaire to Human Resources Officers within three days after they receive the opinionnaire from Human Resources Officers. The researchers collected all the opinionnaires from Human Resources department.

Interview: The formal interview with lecturers will be conducted outside of universities after the working hour. The researcher also conducts the informal interview with the current lecturers during lunchtime and observes the lecturers' behaviors during working time.

Statistical analysis

1.The descriptive statistics were used that included frequency, percentage, mean and standard deviation. The rating for explanation of level of organizational culture and lecturers' commitment as below table:

Arbitrary Level	Descriptive Rating
1.00 - 1.74	Strongly Disagree (SDA)
1.75 - 2.49	Disagree (D)
2.50 - 3.24	Agree (A)
3.25 - 4.00	Strongly Agree (SA)

2. The inferential statistics used was "Pearson's Correlation" analysis.

3. The interview analysis was content analysis.

Results

The results of this study implemented with 3 selected private universities with 296 respondents were as following:

Table 1

Respondents' personal information clarified by age, gender, marital Status, educational level, and years of working

		Age			
		Frequency	**Percent**	**Valid Percent**	**Cumulative Percent**
Valid	20-30 Years	81	27.0	27.4	27.4
	31-40 Years	147	49.0	49.7	77.0
	41-50 Years	36	12.0	12.2	89.2
	51-60 Years	21	7.0	7.1	96.3
	Over 60 Years	11	3.7	3.7	100.0
	Total	296	98.7	100	
Missing	System	4	1.3		
Total		**300**	**100.0**		
		Gender			
		Frequency	**Percent**	**Valid Percent**	**Cumulative Percent**
Valid	Male	66	22.0	22.3	22.3
	Female	230	76.7	77.7	100.0
	Total	296	98.7	100.0	
Missing	System	4	1.3		
Total		**300**	**100.0**		
		Marital Status			
		Frequency	**Percent**	**Valid Percent**	**Cumulative Percent**
Valid	Married	116	38.7	39.2	39.2
	Single	152	50.7	51.4	90.5
	Widow	28	9.3	9.5	100.0
	Total	296	98.7	100.0	
Missing	System	4	1.3		
Total		**300**	**100.0**		
		Educational Level			
		Frequency	**Percent**	**Valid Percent**	**Cumulative Percent**
Valid	Master	212	70.7	71.6	71.6
	Doctor	84	28.0	28.4	100.0
	Total	296	98.7	100.0	
Missing	System	4	1.3		
Total		**300**	**100.0**		

Table 1 (Cont)

Respondents' personal information clarified by age, gender, marital Status, educational level, and years of working

		Year of Working			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 Years	105	35.0	35.5	35.5
	4-6 Years	106	35.3	35.8	71.3
	7-9 Years	44	14.7	14.9	86.1
	Over 9 Years	41	13.7	13.9	100.0
	Total	296	98.7	100.0	
Missing	System	4	1.3		
Total		300	100.0		

In these 296 respondents, the majority ranges were between 31 years to 40 years which was 49% of all respondents; there are 66 male, and 230 are female. The major of respondents were female, which was 76.7% of total respondents; there are 152 single, 116 are married, 28 widowed. In this three selected universities most of respondents were master degree, which were 70.7%, and the majority group of population consisting of 106 respondents or 35.3% whose year of working was 4-6 years follows by 105 respondents or 35% whose year of working was 1-3 years. There were 44 respondents in 7-9 years, accounting for 14.9% of the total, and the rest were 41 respondents working over 9 years, accounting for 13.9% of the total.

The results of organizational life cycle were that the organization was at stage of maturity even there were differences among their establishment time. Based on the interview and content analysis, most respondents thought the organization was on the way of maturity, but the respondents did not state clearly about the performance and normal problems during this stage.

Table 2

Results of Perception on Organizational culture

	N	Mean	Std. Deviation
Organization provides clear purpose	296	1.84	.768
Organization provides clear direction	296	1.88	.900
Goals set by the management are achievable.	296	1.98	.800
We can check easily if the mission of the university is achieved	296	1.99	.798
I can easily remember and repeat my university vision.	296	2.04	.707
University vision is linked to the purpose in achieving goals.	296	2.17	.820
University vision describes where the university is going to be better than the current state.	296	2.46	.970
University vision is Challenging to achieve.	296	1.89	.858

Table 2 (Cont)

Results of Perception on Organizational culture

	N	Mean	Std. Deviation
University vision is communicated to everyone	296	1.89	.960
The statements also help attract and identify job candidates compatible with the organization.	296	2.11	.753
Values statements help the member in the organization to understand the organization.	296	2.50	.727
There is a strong cohesion among lecturers in my university.	296	3.37	.826
My university has a clear norm to make me follow and take action.	296	3.23	.528
My university norms are believable.	296	2.93	.541
I feel that the university norms are involved in my daily work.	296	3.22	.488
The belief that the organization which I work is the best.	296	2.52	.558
The belief that the organization which I work is reliable.	296	3.24	.471
Valid N (listwise)	296		

From this research, the researcher found that in these three selected universities there were their own organizational culture, such as vision, mission, value, belief, norm and assumption, which were clearly demonstrated and face to the public. Although the lecturers known about the organizational culture of their university, they do not understand and cannot apply these resources efficiently to promote university.

Table 3

Results of Perception on Lecturers' Commitment

	N	Mean	Std. Deviation
I believe and understand my university goals.	296	3.13	.653
I feel that my university wants to achieve its goals very much.	296	3.04	.244
The university goals affect a certain degree of commitment.	296	3.29	.623
I would be very happy to spend the rest of my career with this organization.	296	2.06	.913
I really feel as if this organization's problems are my own.	296	2.21	.733
I feel a strong sense of "belonging" to my organization.	296	2.15	.833
I feel "emotionally attached" to this organization.	296	2.72	.644
I feel "Part of the family" at the organization	296	3.00	.247
I feel that the university has a great deal of personal meaning for me.	296	2.26	.796
I feel comfortable with my university environment.	296	3.14	.368
I think the university has a healthy competitive environment.	296	3.58	.521
I think the university's auxiliary facilities (library, classroom equipment, etc.) have excellent working conditions	296	1.79	.808
I understand the concept of my work.	296	3.51	.507

Table 3 (Cont)

Results of Perception on Lecturers' Commitment

	N	Mean	Std. Deviation
I have highly responsibility to my work.	296	3.39	.515
I satisfy with my work.	296	3.51	.507
Valid N (listwise)	296		

The correlation coefficient ranges from −1 to 1. A value of 1 implies that a linear equation describes the relationship between X and Y perfectly, with all data points lying on a line for which Y increases as X increases. A value of −1 implies that all data points lie on a line for which Y decreases as X increases. A value of 0 implies that there is no linear correlation between the variables.

Table 4

Results of relationship between organizational culture and lecturers' commitment

Correlations[c]

		Goal1	Goal2	Goal3	Organization1	Organization2	Organization3	Organization4	Organization5	Organization6	Job1	Job2	Job3	Attitude1	Attitude2	Attitude3
Mission1	Pearson Correlation	0.110	-0.037	-0.094	-0.033	-0.043	.127*	-0.004	0.054	-0.031	.129*	-.138*	0.050	0.066	0.006	.162**
	Sig. (2-tailed)	0.058	0.524	0.108	0.567	0.463	0.029	0.942	0.358	0.601	0.026	0.018	0.394	0.254	0.924	0.005
Mission2	Pearson Correlation	0.032	0.006	-0.042	0.009	-0.055	0.000	0.012	0.076	0.043	-0.031	-.136*	-0.057	-0.082	0.019	0.059
	Sig. (2-tailed)	0.579	0.912	0.472	0.874	0.342	0.995	0.836	0.191	0.460	0.595	0.020	0.329	0.160	0.745	0.310
Mission3	Pearson Correlation	-0.020	0.040	0.048	0.053	-0.026	-0.046	0.026	0.086	.137*	-0.046	0.041	0.061	0.030	-0.019	0.030
	Sig. (2-tailed)	0.732	0.496	0.414	0.362	0.652	0.434	0.651	0.141	0.018	0.430	0.482	0.298	0.607	0.748	0.607
Mission4	Pearson Correlation	-0.094	-0.049	0.049	-0.013	0.080	-0.023	-0.047	0.017	-0.016	-0.074	-0.006	0.064	-0.041	0.029	-0.016
	Sig. (2-tailed)	0.106	0.396	0.404	0.827	0.169	0.700	0.420	0.768	0.787	0.203	0.923	0.272	0.478	0.616	0.780
Vision1	Pearson Correlation	-0.041	0.030	-0.003	-0.051	-0.055	-0.039	-0.071	.116*	-0.061	-0.087	0.001	-0.068	-0.002	-0.034	-0.011
	Sig. (2-tailed)	0.483	0.610	0.953	0.379	0.342	0.506	0.220	0.045	0.296	0.134	0.992	0.241	0.979	0.559	0.851
Vision2	Pearson Correlation	0.065	-0.018	0.082	-.146*	-0.025	-0.076	-0.023	0.000	-0.043	-.171**	0.091	0.018	-0.002	-.119*	-.254**
	Sig. (2-tailed)	0.264	0.756	0.159	0.012	0.663	0.189	0.698	1.000	0.462	0.003	0.116	0.758	0.979	0.041	0.000
Vision3	Pearson Correlation	.221**	-0.107	0.018	-0.110	-0.009	.119*	-.254**	0.113	-0.044	-.153**	-0.074	.133*	0.087	0.058	0.039
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.065	0.756	0.059	0.882	0.041	0.000	0.052	0.446	0.008	0.206	0.022	0.134	0.320	0.503
Vision4	Pearson Correlation	-0.034	0.038	0.003	.126*	0.069	-0.086	0.047	0.000	0.053	.168**	0.038	0.099	-0.024	-0.070	-0.008
	Sig. (2-tailed)	0.558	0.516	0.959	0.030	0.237	0.139	0.422	1.000	0.368	0.004	0.511	0.090	0.684	0.227	0.888
Vision5	Pearson Correlation	0.008	0.107	.186**	0.012	0.005	0.038	-0.108	.186**	0.101	-.165**	.174**	0.026	-0.052	-.129*	-.164**
	Sig. (2-tailed)	0.891	0.066	0.001	0.833	0.934	0.516	0.064	0.001	0.082	0.005	0.003	0.654	0.369	0.027	0.005
Value & Assumption1	Pearson Correlation	.149*	0.031	0.040	-0.075	-0.091	-0.004	0.024	0.091	-0.043	0.077	-0.026	0.021	0.018	-0.077	0.018
	Sig. (2-tailed)	0.010	0.599	0.494	0.201	0.119	0.941	0.687	0.118	0.462	0.185	0.650	0.717	0.755	0.186	0.755
Value & Assumption2	Pearson Correlation	.124*	-0.001	-0.111	-0.095	-0.055	-0.076	-0.107	0.019	-0.098	0.011	-0.081	-0.106	0.032	0.046	0.060
	Sig. (2-tailed)	0.033	0.989	0.057	0.104	0.342	0.190	0.067	0.746	0.092	0.852	0.164	0.070	0.583	0.428	0.307
Value & Assumption3	Pearson Correlation	.525**	-0.058	0.088	-.131*	0.007	0.044	-.247**	0.000	-0.050	0.004	0.051	-0.073	0.077	-.189**	-.141*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.318	0.129	0.025	0.898	0.446	0.000	1.000	0.395	0.940	0.384	0.211	0.187	0.001	0.015
Norm1	Pearson Correlation	0.030	.217**	.170**	-0.024	0.052	0.047	-0.077	.182**	0.043	-.133*	.378**	0.032	-.201**	-.155**	-.416**
	Sig. (2-tailed)	0.609	0.000	0.003	0.685	0.369	0.419	0.188	0.002	0.463	0.022	0.000	0.585	0.000	0.008	0.000
Norm2	Pearson Correlation	.210**	-0.003	.134*	-0.025	-0.072	-0.081	-.246**	0.076	-0.089	-.287**	.249**	0.027	.127*	-.334**	-0.095
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.962	0.021	0.673	0.214	0.163	0.000	0.192	0.128	0.000	0.000	0.645	0.029	0.000	0.102
Norm3	Pearson Correlation	-.207**	.154*	.464**	0.060	-0.030	-0.078	-.225**	-0.113	0.038	-.152*	.294**	0.027	-.286**	-.281**	-.286**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.008	0.000	0.303	0.604	0.183	0.000	0.053	0.515	0.009	0.000	0.638	0.000	0.000	0.000
OrganizationalBeliefs1	Pearson Correlation	-.218**	.267**	-0.102	-0.006	0.017	0.055	-0.076	0.049	0.020	-0.049	.122*	0.037	-0.031	-.203**	-.223**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.078	0.914	0.770	0.349	0.194	0.399	0.726	0.397	0.036	0.524	0.594	0.000	0.000
OrganizationalBeliefs2	Pearson Correlation	-0.080	0.005	.172**	-0.012	0.074	0.024	-.147*	.233**	0.061	-.155**	.422**	0.039	-0.084	-.254**	-.382**
	Sig. (2-tailed)	0.172	0.935	0.003	0.840	0.202	0.675	0.011	0.000	0.292	0.008	0.000	0.499	0.148	0.000	0.000

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Listwise N=296

Discussion

1. Perception on Organizational Life Cycle

In general, the findings of organizational life cycle were that the organization was at stage of maturity even there were differences among their establishment time. Based on the interview and content analysis, most respondents thought the organization was on the way of maturity, but the respondents did not state clearly about the performance and normal problems during this stage. However, the top management teams perceived the stage of organizational life cycle as "maturity", according to the research question 1, the current stage of universities were "maturity".

2. Perception on Organizational Culture

As private universities in Thailand, these three universities built very strong organizational culture to affect the performance of lecturers. However, the organizational culture did not communicate to everylecturer in the universities. The action and performance of universities also followed by the presidents' thinking and view.

Mission: Lecturers were not very clear about organizational mission, even there were universities' mission shown on the official website, but the respondents just know it is existing, but not really understand what mission is. Some respondents think that increasing the no. of students as universities mission, which was achievable and measurable. So the most respondents thought the universities did not provide clear purpose and direction.

Vision: In general, the respondents were not very undecided on the overall organizational culture based on the result of this researcher. As one of important factors in organizational culture, most respondents cannot easily remember and repeat universities' vision. In addition, the respondents disagree that the universities vision was linked to the purpose in achieving goals. On the other hand, the most respondents agree that the universities vision described where the university is going to better than the status.

Organizational Values & Assumption: The findings revealed that "Organizational Values & Assumption" was the major factor perceived by the respondents that the lecturers clearly understood that there is a strong cohesion among lecturers in the universities; respondents also agreed that value statements help the member to understand organization.

Organizational Norm: Most of respondents agreed that there were clear norms to make the lecturers follow and take action; also, the universities' norms were believable and involved in their daily work.

Organizational Belief: Most respondents perceived themselves involved in universities' member, according the "organizational belief" factor, most respondents had a feeling of emotionally attachment and sense of belong with their organization, and respondents also agrees that because of organizational belief, so their work were the best and reliable.

Perception on Organization Commitment

In general, the respondents perceived the organizational commitments at higher mean score. Such as connection to a goal and attitude towards their work, but even the lecturers were satisfied with their current job but they still did not work for one university for long term. Because of their high education background, and the highly competitive environment

Connection to a goal: "Connection to a goal" was very important factor for organizational commitment;the respondents perceived "Connection to a goal" was related to their commitment to their organizations. Most respondents

strongly agree that the universities' goal were are very important to them and organizations, they believe and understand university goals; they also can feel the universities wanted to achieve its goal and the goal could affect the degree of commitment.

Connection to an organization: "Connection to an Organization" was perceived at the median mean score, most respondents were dissatisfied with the current job, and they disagree to be happy to spend the rest of their career with universities, so it mean that they were planning to change their work place. On the other hand, they also felt to be part of family to the organization because of cohesion and good relationship among the colleagues. The lectures still stayed in the organization, not because they were loyal to the organization.

Connection to a job: "Connection to a Job" was perceived at the high mean score, most respondents agree that they feel comfortable with the universities environment and strongly agree that there was a healthy competitive environment in the universities. On the other hand, most of respondents had negative opinion about the universities' facilities.

Attitude towards their work: "Attitude towards their work" was perceived at the high mean score, most respondents strongly agree to satisfy with their jobs, and understand the concept of works with high responsibility, because all the respondents were universities lecturers with at least master degree, those respondents were very conscious with their jobs, so the attitude is very important.

Recommendations

Drawing on the significant findings of this study, the re proposes organizational development intervention plans. Planned interventions are intended to improve the benefit and effectiveness of the entire organization, the goal is to make the organization more efficient and more competitive by aligning the organization's system with its people. The specific objectives of the proposed interventions are to improve the perception of organizational life cycle, organizational culture and lecturers' commitment. Organizational development is a long-term approach to improve organizational performance and efficiency. In order to be successful, the owners should open their minds and support it, only by following the mass line and listening to all useful opinions can the company makes a good decision.

References

Arbabisarjou, A., Farhang, A., & Dadgar, M. A. (2016). The Relationship Between Organizational Culture and Organizational Commitment in Zahedan University of Medical Sciences. *Global Journal of Health Science*, *8*(7), 195-202.

Jay, B. B. (1986). Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage. *The Academy of Management Review*, *11*(3), 656-665.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commit ment. *Human Resource Management Review*, *1*(1), 61-89.

Office of the Higher Education Commission. (2011). *List of private universities in Thailand*. Retrieved from http:// www.asef.org

Roskin, R. (1986). Corporate culture revolution: The management development imperative. *Journal of Managerial Psychology*, *1*(2), 3-9.

Schein, E. H. (1990). Organizational culture. *American Psychologist*, *45*(2), 109-119

Improving the Wellbeing of Chinese Intern Teachers in Thailand through Management Practices

Chen Huan and Pongsin Viseshsiri
Master of Education Program, Eastern Asia University
Received: June 12, 2018
Revised: July 16, 2018
Accepted: July 18, 2018

Abstract

The objectives of this research were to identify the current state of school management practices and to determine school management practices which could improve the well-being of Chinese intern teachers in Thailand. The study involved a sample of 60 Thai schools where Chinese intern teachers have been interning since 2017. Respondents were Chinese intern teachers and school administrators, totaling 166 respondents. Instruments used were varying; a major tool was a survey questionnaire. This questionnaire is based on four elements of well-being, namely: culture adaptation, standard of living, social life, and language barriers. Collected data were analyzed using frequency, percentage, average, standard deviation, t-test, and content analysis through Google Forms and SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). The results show the following: (1) current state of school management practices in overall aspects perceived by Chinese intern teachers was at a moderate level and were at the highest level when perceived by school administrators. When considering each aspect, the perceptions of Chinese intern teachers was at moderate level in almost all aspects, except the language barrier which was at low level. Unlike Chinese interns, school administrators perceived each aspect at the highest level. When comparing perceptions between the Chinese interns and the administrators, there were significant differences in perceptions in each aspect and with the overall aspects. (2) school management practices which could help improve the well-being of Chinese interns consisted of a main policy element and four sub-policies for each well-being element. Individual policies had particular procedures according to the nature of the policy. The core policy served as the spindle for other policies. Each main idea behind every policy was subjected to the act of preparing, publishing, and disseminating of concerned information. Training methods and activities were essential tools for all policies and should be provided for both Chinese interns and other school staff, including school administrators. These policies and procedures would help to promote teamwork and to unite all involved parties. The results of these management practices would provide a better quality of well-being for foreign teachers and eventually benefit other teachers as well.

Keywords: school management practices, well-being, Chinese intern teacher, internship, Thai school

Introduction

Chronically the dilemmas of this research originates from two gigantic changes presently evident in the world's economic market; the rising trend of "Mandarin fever" and the mega-project "Belt and Road" across Asia, Europe, and Africa, which has caused the number of Chinese language learners across the world to reached over 100 million in numbers (Hu, 2017). Consequently, the Chinese language teaching profession has become popular and qualified practitioners are in high demand. Under the Chinese teacher training program, students are required to undertake internship abroad for at least four months during their fourth year of study. Qualifications designate that "Intern teacher" be a regularly enrolled student of an approved teacher education institution who has taught aboard under the supervision of the staff of a recognized institution and in the employ of the school in order to acquire practical experience in teaching and for which the student receives both academic credit from the institution and financial compensation from the school (Oregon-laws.org, 2017).

These interns are sent to schools abroad either through government agencies or government-approved private agencies. Both types of agency are the coordinator between a university, a student, and a school. Interns do not have the right to choose a school, besides; if a student does not act accordingly by the rules regulated by the agency, their deposit money guarantee of their stay may be forfeited (China Language Resource Academy, 2018). Hence, interns ardently commit their efforts to work aboard successfully regardless of any difficulties they may face in an unfamiliar country. Similar to other South East Asian countries, Thailand has recognized the importance of learning the Chinese languages and at present an ever growing amount of Thai schools offer Chinese language courses (Wuttiphan & Ting, 2013). Outcome wise, more Chinese teachers and Chinese intern teachers are working in Thai schools. Though, previous research has found that although Chinese teachers worked very well and admirably, they have faced many difficulties both in teaching and living conditions. Essentially, "wellbeing", and a standard of comfort is part of their problems (Bu, 2014, p.200; Liu & Wu, 2012, p.10).

According to numerous research studies, teacher wellbeing is a key to success at school. Teacher wellbeing has an impact on student achievement or, at the macro level, school performance; thus, schools should held accountable for teacher wellbeing (Briner & Dewberry, 2007, p.45). Currently, it does not appear that the management of the wellbeing of the Chinese interns in Thai schools is well established. Although some research has shown problems or difficulties experienced by Chinese teachers in Thailand, none of these research has focused on school management in this matter. This leads to the needs of the present study. This study on the past and current state Chinese intern teachers and effective school management practices for improving the wellbeing of Chinese intern teachers can help create a new body of school management knowledge. In return, this knowledge can be used to better care for the wellbeing of foreign (Chinese) teachers so that government agencies and other units involved can use the results of this study to establish potent practical policies, plans, rules and regulations in the future.

Objective

1. To identify the current state of school management practices for the wellbeing of

Chinese intern teacher wellbeing in Thailand.

2. To determine school management practices that can properly help improve the wellbeing of Chinese intern teachers in Thailand.

Literature review

1. Wellbeing of teachers Since the 1960s, there has been a steep increase in scholarly discussions of wellbeing, among them; the teacher wellbeing was considered one of the top issues. Dodge, Daly, Huyton & Sanders (2012, p. 230) proposed a definition of wellbeing as the balance point between an individual's resource pool and the challenges faced. Engels, Aelterman, Van Petegem and Schepens (2004, p. 128) projected that wellbeing is a positive emotional state that is the result of a harmony between the sum of specific context factors on the one hand and the personal needs and expectations towards the organization on the other hand. Holmes (2005, p. 50) stated that wellbeing was a state of being comfortable, healthy and happy. In conclusion, most definitions reflect a good and satisfactory condition of both the physical and emotional state of a person. If teachers do not experience a healthy sense of wellbeing at work or felt that they lacked competence, this might result in high stress levels; high stress affects work and is associated with wellbeing (Pillay, Goddard & Wilss, 2005, p. 25). In relation to this literature review, Chinese interns can be counted as a part of the school staff; they face numerous challenges which can effect on their wellbeing negatively. Ergo, schools should take notice and explore validated remedies for these matters.

Many researches have investigated common aspects or elements of wellbeing that affected expat employees, including teachers. Several elements in common include; cultural adaptation, standard of Living, and language Barriers. According to Barends, wellbeing of expats comprised of (1) social life (2) feeling lonely (3) relocation process (4) career concerns (5) language barriers (6) food (7) sorting out healthcare (8) standard of living (9) cultural adaptation (10) bureaucracy/corruption (11) raising children (Barends, 2016). A report of the survey on voluntary Chinese teachers in Thailand, Liu and Wu (2012, p. 15) mentioned about problems which Chinese teachers faced. This list contains various aspects of wellbeing such as (1) inconvenient travel (2) homesickness (3) poor housing conditions (4) monotonous life (5) deficient adjustment time/tools. Additional factors that affect the wellbeing of voluntary Chinese teachers and the struggles that they face are; an unfamiliar diet, difficulties in building relationships, unaccustomed climate changes and class order management. All the above are considered as wellbeing problems and can be counted as part of teacher wellbeing because they affect the physical and mental health of teachers conjunctionally stated in the studies of many studies. (Bu & Wu, 2014, p. 90; Wu & Guo, 2007, p. 90).

In cessation, the elements of teacher wellbeing can be categorized and grouped into four main elements; culture adaptation, standard of living, social life, and language barriers. Therefore, it is essential that Thai schools and administrators focus on the management of these elements. Improving conditions in order to achieve a healthier a more positive sense of wellbeing will create a more satisfying experience for Chinese interns.

2. Management practices

Management practices have been referred to the working methods and innovations that managers used to improve the effectiveness of work systems.

They also have been mentioned as a strategy of growing a business which is intended to help companies overcome the challenges of fluctuating markets and adapt to the ever-evolving needs of consumers (Goodrich, 2013). Moreover, Goodrich also stated that the formulation of policies and procedures has been an important step in management practices of an organization. Organizations that do not have policies and procedures would have more difficulties achieving their goals compared to ones that did.

In this case, policies are equivalent to the course of actions because policies dictate the company development and set a guideline for their staff. The missions dictate the procedures, describing outlines, course of action, general methods to be proceeded in order to fulfill the organizational goals. In other words, procedures complemented policies. Moreover, together policies and procedures guided an organization and reduced the liability of risks; it promoted consistency across the organization (Eva, 2011). Another viewpoint on policy is from Surbhi (2015), Surbhi stated that policies were general statement that set out the limits within which decisions were taken by the managers and thus assured the consistent performance.

Gasior mentioned that every industry had its own set of laws, regulations, standards, and best management practices. Good policy bonds organizations to the best management practices of their industry. Furthermore, policies and procedures provided a foundation for the organization's operations and management practices. He also pointed that policies and procedures helped to ensure that internal processes made sense and achieved the desired end. Policies and procedures should grow and change with the development of an organization, adapting to the organization's needs and industry standards. Updating policies should be collaborative, and the administrators should work with leaders, employees from different levels of staff from the organization and representatives from groups who may be influenced by these policies. Employees should be able to easily refer to policies and procedures at any time (Gasior, 2018).

More scholars agree upon this explanation of the word "management practices" as mentioned above. However, it can be concluded that management practices are the key for school operation in improving the wellbeing of foreign teachers, including the wellbeing of Chinese interns in Thailand.

Conceptual Framework

To research various methods that will improve the wellbeing of Chinese intern teachers while they are employed by schools in Thailand. To apply past and current studies on the elements of wellbeing of foreign/expat teachers and data on the core components of school management practices in an exploration. Then to and later compile this information as a research conceptual framework and research the variables. Conclusively, concepts of teacher wellbeing were synthesized into four elements (1) culture adaptation (2) standard of life (3) social life (4) language barriers while the concepts of management practices were analyzed and summarized into (1) policy and (2) procedure.

Methodology

In achieving research objectives, the quantitative method was employed. In highlight, a part of qualitative data inquired was drawn from the literature review, the open-ended questions, and the interviewing of the experts. The research process was divided into 5 steps (1) to study the

research conceptual framework (2) to study the current state of school management practices as perceived by Chinese interns and school administrators (3) to compare the perceptions between Chinese interns and school administrators (4) to identify the concerning school management practices by Chinese interns and school administrators (5) to determine the proper policies and procedures to improve school management practices.

Population and Sample

The target population of this study was Thai schools that employed Chinese intern teachers that have been interning since 2017 till the present. There was neither official nor unofficial information on the total number of such schools from any government or private companies involved given publicly. Therefore, the purposive selected of the research sample was employed. Trial of searching and retrieving the number of Chinese interns to the number of the Thai schools was done by contacting several Chinese government-authorized agencies. Fortunately, one of the agencies which happened to be one of the leading agencies, agreed to manifest this information for the purposes of this study. This agency allowed the researcher to analyze a document of the general information of their list of intern teachers from 2017 until the present. From this list 120 intern teachers' names and email addresses were identified and confirmed. This information then was used to calculate the number of schools involved from the fact that this Chinese agency's policy was to place two interns in each school; therefore, the research sample has a number 60 Thai schools.

Research respondents were divided into two groups: the Chinese intern teachers and the school administrators. The total number of respondents were 180 people (N=180) which consisted of 120 interns and 60 administrators. However, the total number of received response was 166 from which 120 came from the interns and 46 came from the school administrators.

Research Tools

A self-made questionnaire, an evaluation form, and an interview form were used as research tools with the questionnaire as the core instrument for this study. Two sets of questionnaires in Google Form Survey were constructed within the same contents: one for the interns and one for the administrators; were sent to the Chinese interns using social networking sites. The questionnaire was developed using both a Likert rating scale ranging from 5 to 1 and open-ended questions. The proficiency of the three connoisseurs was solicited for the validity of the questionnaire and the Index of Consistency (IOC) validity was at 0.908. The Cronbach Alpha Coefficient of reliability from the try-out group was at 0.974.

Data Collection

Apart from the data on the validity of the questionnaire which the researcher collected by personally handing to and collecting from the connoisseurs, the letter of cooperation for data collection from the university together with the link of the Google Forms Survey, were sent to 120 Chinese interns through their email addresses. The instruction on the Google Form Survey was that all the interns were asked to answer their set of questionnaires and was also requested to forward the email to their school administrators and ask them to answer the questionnaire from the administrator set. Hence, the data collected must originate from two interns and one admin-

istrator per each school. The researcher had an advantage of using Google Forms Survey which helped provide an efficient way to create an online survey, with responses collected in an online spreadsheet. Respondents answered questions from any web browser including mobile smartphone and tablet browsers. Data on the stage of determining proper school practices was collected by telephone interview with three experts who have had several years of experience as school administrators at schools where expat teachers worked.

Statistical Analysis

The data analysis of the questionnaire consists of two parts (1) the respondents' basic information was analyzed by using descriptive statistics to identify frequency and percentage (2) the information on the current state of school management practices was analyzed to identify means, standard deviation (SD) and p-value. The answers from the 5-rating scale, ranged from 4.20-5.00 = the highest, 3.40-4.19 = the high, 2.60-3.39 = the moderate, 1.80-2.59 = the low, 1.00-1.79 = the lowest level of practices or needs for practices; was analyzed by descriptive statistics to find means and standard deviation while the answers from the open-ended questions were analyzed by content analysis. When comparing the differences of perceptions between the interns and the administrators, the inferential statistics (t-test) was employed and a significance level of 0.01 was used to test the null hypothesis. Therefore, Google Forms Survey and SPSS for window were employed in this study.

Result

The current state of school management practices on the wellbeing of Chinese intern teachers in Thailand is presented into two parts as follows: demographic data of respondents, current state of school management practices and school management practices that can properly support the wellbeing of Chinese intern teachers in Thailand.

Demographic Data of Respondents

All the Chinese interns have been working in Thailand for more than four months and only fourteen percent (14%) had more than four months of overseas living experience prior to coming to work in Thailand. Among the total number of interns, there were more female (78.4%) than male (21.7%) and more than half of them (66.7%) have been doing their internship at secondary school level. Most of them (84.2%) reported that they had a heavy workload which was the length of working from ten hours or more in a week.

In the case of school administrators, the number of school administrator respondents was the same between male and female and more than half of them (69.6%) worked at secondary schools. Most of them (80.4%) were school directors while a few (19.6%) were deputy directors. Almost all of the administrators, (91.3%) have been working in an administrative position for more than one year and nearly all of them (93.5%) have had one year or more-working experience at schools employing Chinese interns. None of them have had attended either a training or a seminar program on foreign teacher wellbeing management.

The Current State of School Management Practices on the Wellbeing of Chinese Intern Teachers in Thailand

The results on the current state are presented into two parts; one obtained from the rating scale questions and the other from the open-ended questions. Results from questionnaires are shown in Table 1.

Table 1

The current state of school management practices on the wellbeing of Chinese intern teachers in Thailand as perceived by Chinese interns and Thai school administrators

Thai school management practices on the wellbeing of Chinese intern teachers according to each element	Chinese interns (N=120)				Thai school administrators (N=46)			
	$\overline{X}$	SD	Level	Order	$\overline{X}$	SD	Level	Order
1. Cultural adaptation	2.76	0.794	moderate	1	4.42	0.537	highest	3
2. Standard of living	2.67	0.760	moderate	3	4.44	0.550	highest	2
3. Social Life	2.71	0.818	moderate	2	4.31	0.488	highest	4
4. Language Barriers	2.36	0.801	low	4	4.47	0.640	highest	1
Overall	**2.63**	**0.672**	**moderate**		**4.41**	**0.493**	**highest**	

Research findings indicate that the Chinese interns perceived the school's management on teacher wellbeing was at an unsatisfactory level, especially in the area of Language Barriers management which was at the lowest level of satisfaction when compared to the rest of the elements. This result points out that Chinese intern teachers would like Thai schools to improve the wellbeing of Chinese teachers whom are studying in their institution and under their employment. On the contrary, Thai school administrators perceived that teacher wellbeing practices were at the satisfactory level; overall and each element were at the highest degree. This research data established that improving the wellbeing of Chinese teachers was not a major or urgent concern for administrators. The gathered information also emphasizes that there was a significant difference between the perception of the Chinese intern teachers and the Thai school administrators on the current state of school management practices concerning the wellbeing of Chinese intern teachers.

According to the t-test analysis, the p-value of each element and overall of the school management practices pertaining to the wellbeing of Chinese interns was at 0.00. This indicated that the two respondent groups did not see school management practices at the same level. Thus, the null hypothesis was rejected. It could be assumed that the Thai school administrators perceived the schools had already done enough for the wellbeing of Chinese inters while the interns perceived that there was still a gap which schools can improve upon.

According to the feedback from the open-ended questions, respondents did not answer all of the questions; respondents did not answer all of the questions leading to a limited amount of collected data to be analyzed. The received answers were mainly from the Chinese interns and these results also focused in same direction of improvement of wellbeing management in all sectors of the elements. For ease of interpretation, examples of the interview dialogues were presented here:

The Chinese intern said, "Living in Thailand is difficult, often frustrating, ever exhausting, and always busy." Likewise, another Chinese intern stated, "Thai language is very difficult and living and teaching in Thailand is frustrating without knowing how to speak Thai; besides, Thai schools do not support us in this matter." Remarks from another Chinese intern claimed, "We have a tough time commuting from places to places in

Thailand, even between the accommodations and schools."

A Thai school director said, "Although there is room to improve our school's hospitality in order to help the Chinese interns to have a better stay in Thailand, the interns must apply themselves with dedication and consciousness towards their duties and responsibilities and not to have high catering expectations when living aboard." According to another school director, "Our school always pays attention to the well-being of our staff including the wellbeing of our Chinese interns. Chinese interns and other staff have been treated equally." Similarly with the earlier mentioned, a deputy director commented, "Our school staff carry out their duties well. My only suggestions are to give more information on how to make life easier to adapt to in Thailand and to organize more social activities for Chinese interns."

In conclusion, the answer to the rating scale questions and open-ended questions, when combined, resulted in the same way. Mostly, responses from the open-ended questions provided detailed information to expand on the answers of the rating scale questions. The research results showed that the Chinese interns saw a need to improve the management of wellbeing of Chinese interns living in Thailand. Whereas, the administrators saw that schools have done enough to accommodate these Chinese interns.

Proper School Management Practices that Can Help Improve the Quality of Wellbeing for Chinese Intern Teachers temporary living in Thailand

One main policy and four sub-policies for a better quality of wellbeing of these Chinese student teachers is establishing proper school management practices. The procedures for each policy were developed in accordance to the contexts of each policy. The main policy functioned as the axis for the sub-policies, and it involves the process of how to prepare, publish, and disseminate the implicated information. Although each policy had its own perspectives, training techniques and specific designed activities played a big role as core procedures (see figure 1). These policies and procedures promote teamwork would involve everyone in unity. This will improve the quality of wellbeing for Chinese teachers, the wellbeing of other foreign teachers, as well as positively effecting domestic teachers too in the process.

CULTURAL ADAPTATION	STANDARD OF LIVING
Policies 1) New Comers Wellbeing Orientation **Procedures:** 1.1) Set up an orientation about school rules and regulations 1.2) Give information about basic Thai culture and customs 1.3) Provide opportunities to participate in Thai cultural learning experiences outside of the school's institution **Policies 2) Publishing School Regulations in English** **Procedures:** 2.1) Publish, summarize, and discuss rules and regulations 2.2) Arrange discussions in the case of misunderstanding before accusations or punishment **Policies 3) Teaching Basic Thai Language Used in Daily Life** **Procedures:** 3.1) Teach more complex Thai used in daily life 3.2) Organize extra Thai language lessons and activities useful to navigate daily life	**Policies 1) Providing Comfortable and Safe Accommodations** **Procedures:** 1.1) Provide nearby school accommodation 1.2) Pay attention to accommodation safety issue 1.3) Place an urgency on solving any issues with accommodation **Policies 2) Providing a Safe and Free Commute Arrangement** **Procedures:** 2.1) Give basic information and guidance on local transportation 2.2) Provide (free) school transportation 2.3) Arrange transportation with potential partners **Policies 3) Easy Access to Medical Health Care** **Procedures:** 3.1) Give basic information and guidance on Medical **Policies 4) Providing Sufficient Nutritious and Tasty Meals** **Procedures:** 4.1) Give basic information and guidance on Thai foods 4.2) Provide meals during work breaks 4.3) Prepare nutritious and tasty food
SOCIAL LIFE	LANGUAGE BARRIERS
Policies 1) Strengthening Interactive Relationships between (Teacher, Student, Parents, and Local Community) **Procedures: 1.1)** Arrange group activities among teachers, students, parents, and local community 1.2) Set up a cooperation based working environment 1.3) Promote activities that encourage Chinese interns to befriend more people **Policies 2) Outside School Activities Enhancement** **Procedures:** 2.1) Give basic information and guidance on where and how to meet new friends 2.2) Introduce ways to contact interesting people and places outside of schools for free social activities **Policies 3) Creating a Chinese Teacher Network** **Procedures:** 3.1) Gather wellbeing related information about Chinese teacher staying and working in Thailand 3.2) Establish a Chinese teacher network	**Policies 1) Hold Arranged Group Meetings for Language Exchange Purposes** **Procedures:** 1.1) Organize staff groups who have an interest in language exchange 1.2) Allocate a staffroom for the purposes of socialization (language exchange) **Policies 2) Language Training in Thai and English for Working Purposes** **Procedures:** 2.1) Schedule Thai and English lessons for all teachers and staff 2.2) Arrange for a teacher to teach Thai and English for working purposes **Policies 3) Anywhere Learning of Thai and English** **Procedures:** 3.1) Organize language learning activities outside of school 3.2) Provide more detailed information on Thai and English courses available

Figure 1 Policies and procedures for each wellbeing element from all four elements

The main policy along with procedures was decided from analyzing the comments and suggestions of the experts who were interviewed to highlight the rest of the policies as shown in figure 2

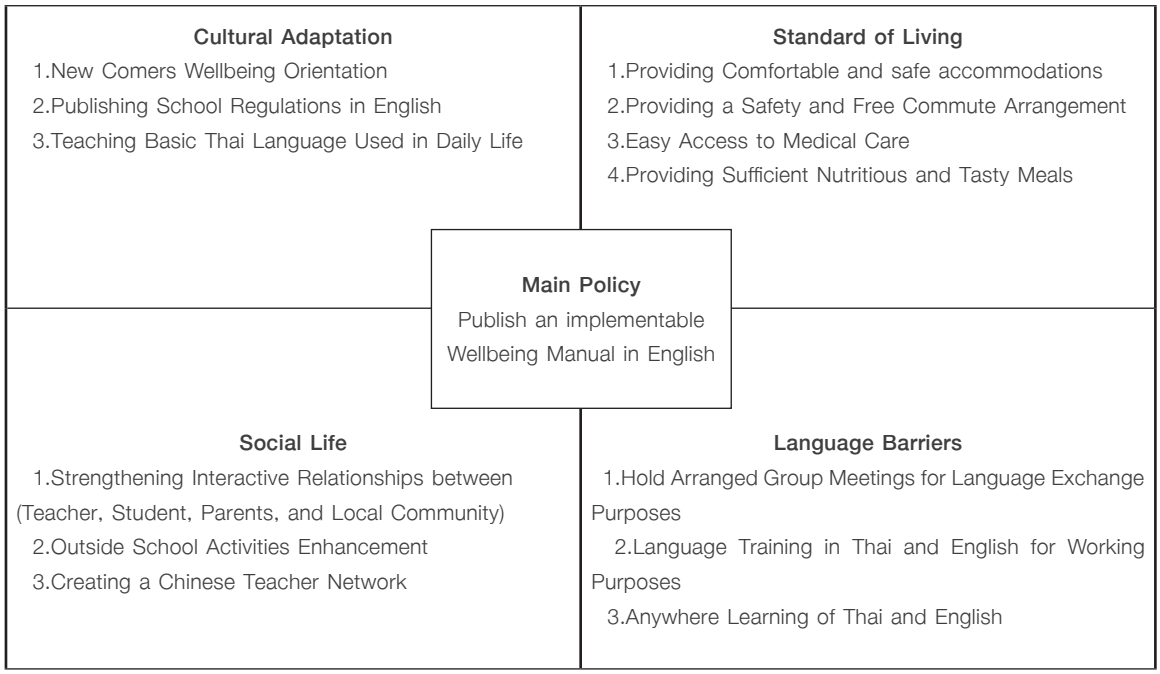


Figure 2 Main and sub-policies for Chinese intern wellbeing

Main policy: Publish an implementable wellbeing manual in English

Procedures of the main policy:

1. Gather information from both Chinese interns and school administrators as to be data for develop as the main policy.

2. Develop versions of policy manual in Thai and English versions.

3. Summarize the policies and procedures onto a one-page flyer or a poster.

4. Schedule trainings or seminars to discuss the wellbeing manual.

5. Implement the policies and procedures seriously by regularly checking if the management practices are still effective.

6. Place importance on the issue of wellbeing of Chinese intern seriously – (provide a hotline, provide a mentor or counselor for them).

7. Carry out the practices related to wellbeing management with sincerity

Discussions

The results of this research revealed that perceptions of Chinese interns and school administrators on the quality of wellbeing differed in all aspects, and the administrators' perceptions were higher in every aspect. This result is supported by numerous studies which indicated that when it comes to workplace expectations, employers and employees often perceive situations differently. Executives often find that they perform well enough while their counterparts often see the opposite (Mullich, 2018). To further discuss this issue, the administrators commented that schools had performed well to meet these wellbeing needs at the highest level in all wellbeing elements while Chinese interns; on contrary, believed that school's performance was at a moderate level. This leads to the conclusion that Chinese interns see a gap in school management of teacher wellbeing that should be improved upon.

The results of analyzing this gap highlighted which elements should be improved upon. These

numbers explained the reasoning why Chinese interns feel a low sense of confidence for their wellbeing which may affect their trust in Thai school institutions and the administrators at these schools. This problem might even negatively affect to their internship situation in Thailand which could cause irreconcilable damages for both the reputation of Thailand's educational system and to the interns themselves. It is noted that the concern of these Chinese interns is congruent to the current education environment where the wellbeing of teachers is overlooked as a 'nice to have' rather than as an essential part of the educational system (Educational Support Partnership, 2018). However, it is important to keep in mind that the wellbeing of a teacher affects the success of the students as well. Therefore, Thai schools should place more emphasis on providing a positive quality of wellbeing for foreign teachers that are studying abroad while under the employment of school institutions. Administrators should be made aware of the scale of the issues and become more involved in the management process rather than making optimistic assumptions on this matter.

Chinese interns are greatly concerned on successfully completing of their internship in Thailand since it will affect their graduation from the course. Research results indicated that their wellbeing played a major role on their stay which requires them to cope with both expected and unexpected problems. All four elements of wellbeing were the issues that Chinese interns found difficult to traverse. These problems can be remedied through school management practices. A suggested solution is to have school administrators and colleagues act as supervisors or provide support, assistance, and encouragement relating to these wellbeing issues (Educational Support Partnership, 2018). This would help Chinese and foreign interns persevere through any unpleasant wellbeing situations, reduce stress and general dissatisfaction. Likewise, Barends mentioned that it is essential to improve the wellbeing of expats because a wellbeing status that is below expectation leads to dissatisfaction (Barends, 2016).

Based on the analysis of the demographic data, most Chinese interns (86%) had less experiences being aboard since only fourteen percent (14%) of them indicated that they had more than 4 months of overseas living experience before coming to Thailand. Under this circumstance, foreigners who had little to no overseas experience would face more challenges (Lee, 2014). Many Chinese interns face wellbeing challenges such as: cultural adaptation, standard of living, social life, and language barriers. If Thai school institutions remain immobilized by not providing foreign implants the tools to help them to adjust to the challenges of living abroad and improve their wellbeing, increasing dissatisfaction and negative feedback will be the result. The reputation of the Thai educational institution and that of Thailand as a country maybe looked upon in a less favorable manner by current and future aspirating Chinese intern teachers and other foreigners. This is because people perception of the country through their own experiences and logic; they will then share this first impression created by that country with friends and family members, this information can either be positive or negative, later this information will become a label for this destination and be its image those (Dhaliwal, 2018). Pre-training or seminars on culture adaptation may be a good choice that the involved agencies should be considered. Providing such seminars for Chinese interns before placing them to their internship program would help them to adjust better within a different culture. This was confirmed by Ward,

Bochner and Furnham (2001, p. 415) that giving some form of culture training and orientation to expats before sending them abroad should be an essential part of adjustment.

Concerning the issue where Thai school administrators responded that they had never attended any seminars or had received any training on practicing wellbeing management for foreign interns, implies that these administrators might lack of specific management knowledge in this area. The wellbeing of teachers is an extremely important area of educational administration. It should be a requirement for administrators to have considerable training experience on this subject Viseshsiri (2009) stated that all Thai school administrators should experience some form of management training both pre- and in- service in order to equip themselves with necessary knowledge. As such, related authorities should arrange seminars or training so that the administrators can relate to how important the wellbeing of teacher is and how to manage it effectively.

While the wellbeing element on Standard of living was explored, the issues on transportation and accommodation were pointed out as one of the top problems Chinese interns faced. The findings were in accordance with the study of (Barends, 2016) that commuting in a foreign country was a secondary concern. Although supporting Chinese interns on their commute to work may seem difficult, schools should at least provide the necessary information or give some advice. Apart from transportation problems, housing was found to be secondary on a list of concerns by Chinese interns. Some schools provide dormitories for interns. However, unexpected situations encountered in the accommodation are usually not be solved quickly enough. This is in line with Wu and Guo (2007, p.85) who addressed that finding accommodations was an obstacle for Chinese interns who worked in Thailand. Hayden (2006, p.147) also stated that the provided living accommodations may not live up to expected standards; nevertheless, it should have tight security. The rest of the Standard of living sub-elements, for example; access to the telephone/internet, living environment, interpersonal interaction, and etc. were also viewed as problems that needed to be addressed. This is consistent with the results reported by many previous studies (Bu, 2014, p. 199; Wu & Guo, 2007). Therefore, Thai schools should earnestly place more effort in solving these problems.

When examining the Social Life element, Chinese interns proposed the need for more school organized-activities to strength the relationship between interns and the local community. Establishing good relationship between interns and the local community. Establishing good relationships between foreigners and locals is important and should be encouraged because lack of friends can cause loneliness and effect the wellbeing (Barends, 2016). Moreover, (Ward & Rana-Deuba, 2000, p. 300) found that promoting a positive relationship between foreigners and local people increases the quality of the support foreign interns feel from their host country. Ergo, school administrators should have a part in managing these social factors while enhancing the interns' sense of belonging and acceptance while they are in Thailand.

Language Barrier was found to be the worst problem among all wellbeing management problems. Not only the Thai language but also English was found to be a high level of concern for Chinese interns. In accordance with these finding, Johnny (2013) stated that if a person moves into any country where English was not widely spo-

ken, that person would have a very hard time communicating and adjusting to the local community. More research supports this problem, Wu and Guo (2007) found that the main problem faced by Chinese teachers in Thailand was poor communication with Thai people including people within and outside the school's institutions. The inability of these Chinese interns to understand the Thai or English language is a major cause of misunderstandings. This present study found that some of the interns mentioned that they have not learnt Thai before coming to Thailand; yet, they hope to receive Thai language training from their employing schools. On the other hands, according to the answers from the open-ended questions, some Thai administrators stated that the purpose of Chinese interns coming to Thailand was to teach Chinese and not to study the Thai language. They also added that if the interns wanted to learn Thai they should find a way to do so on their own. This opinion may be too strong because understanding the local language is a good tool for teaching any language, especially in a country where English is not widely spoken. This fact matches a previous study by (Hayden, 2006) who found that understanding local language can help a foreign teacher to perform his/her job better. This also aligns with what Barends mentioned as one of the major problems' expat faced, the language barrier. He recommends that expats should learn how to communicate in the local language (Barends, 2016).

From the viewpoint of Chinese interns, the wellbeing of teachers should be improved; better policies and procedures need to be formulated and executed. Through this research one main policy and four sub-policies are proposed in the hopes that they would help provide a better quality of wellbeing for Chinese interns living in Thailand. Numerous studies support this theory; formulating a wellbeing policy and committing to suitable institutional management practice procedures will lead to the improvement of teacher wellbeing (Eva, 2011; Gasior, 2018; Surbhi, 2015). These studies suggested that policies and procedures help to ensure that internal processes make sense and achieve the desired end. The policy that emerges from the preparation of those involved is often a policy that has been successful (Eva, 2011; Gasior, 2018). In relation, the main policy proposed for the wellbeing manual and the dissemination of these manuals is a justifiable path, its educational contents should be an amalgamation of vision from teachers, administrators and related parties. An agreement on the importance of wellbeing concerning foreign teachers should be made into a protocol, implemented and endorsed seriously.

Recommendations

1. Recommendations for Implementation

1.1 Not only is empathy and encouragement is needed, strict implementation will create a positive change. The involvement of administrators is not the only solution to solving the problems of low standards of teacher wellbeing, many remedial methods need to be supported by school budgeting and management organization. Therefore, the Thai Ministry of Education should consider investing a specific budget for this matter. In addition, other resources such as school buses and school practices and management training on how to deal with the wellbeing of foreign teachers is also in needed.

1.2 Thai school administrators can help improve the experience of wellbeing for Chinese interns in many ways, it mainly depends on how concern they are or what their personal perceptions they have on this issue. The first

step recommended by this research is to inform school administrators that the wellbeing of foreign teachers is an important issue that requires their immediate attention. Meetings to discuss the concerns of this issue should be held regularly or integrate it as a part of their routine work. These statistics on the wellbeing of Chinese teachers studying and working in Thailand can be used to form suitable and applicable policies and procedures for any educational institution employing foreign teaching staff. After tailoring these policies and procedures, administrators should commence their implementation in an effective strategy.

1.3 It was found that Chinese interns faced many wellbeing problems in Thailand and perhaps in other countries as well. Suggestions of course improvement are then received by the China International Education Department and the Chinese Educational Institution, which is directly involved with this matter in preparing Chinese students prior to their internship abroad. The information and the recommendations on staying and working abroad should be disseminated and relayed to candidates either by first person contact, arranged seminars, training sessions, or partnered websites and blogs.

2. Recommendations for Future Research

2.1 This study encompasses and focuses on mainly four elements of teacher wellbeing, a research recommendation for future reference is to extend the boundary of elements concerning the wellbeing of foreign and local teachers. Other coinciding elements to are namely physical safety, financial management, and etc. Future researchers have the option of furthering the exploration of both the wellbeing problems and school management practices. This can be done by researching more on how to improve the wellbeing of foreign and Chinese intern living in Thailand. More research especially ones with different methods can be conducted based on from different perspectives to improve the overall wellbeing of Chinese interns in Thailand.

2.2 Future research on comparing the differences on how foreign teachers and Thai administrators perceive wellbeing in detail is required, as it was reinforced by the statistical results of this present study that they had different perceptions. It is also recommended that the in-depth studies should be further explored on the reasons for the existence of these differences and seek a way to establish mutual understanding

References

Barends, N. (2016). *Expat problems*. Retrieved from https://www.barendspsychology.com/expat-problems/

Briner, R., & Dewberry, C. (2007). Staff well-being is key to school success: A research study into the links between staff well-being and school performance. *London Work-Life Support*, *50*(7), 45-70.

Bu, Y. X. (2014). Problems and countermeasures of Chinese teachers' volunteers: A case study of Chinese teacher volunteers in Thailand. *China Academic Journal Electronic Publishing House*, *8*(15), 199-215. (in Chinese)

China Language Resource Academy. (2018). *Teachers exporting*. Retrieved from http://www.chinalanguage.org/web.asp?action=130

Dhaliwal, K. (2018). *Destination image and it's perception*. Retrieved from http://www.travel-conference.co.uk/commentries.php?paper=324#.W4TMbOgzaM9

Dodge, R., Daly, A. P., Huyton, J., & Sanders, L. D. (2012). The challenge of defining well-being. *International Journal of Well-being*, 2(3), 222-235.

Educational Support Partnership. (2018). *Looking after teacher wellbeing*. Retrieved from https://www.educationsupportpartnership.org.uk/sites/default/files/looking_after_teacher_wellbeing.pdf

Engels, N., Aelterman, A., Van Petegem, K., and Schepens, A. (2004). Factors which influence the well-being of pupils in Flemish secondary schools. *Educational Studies*, 30(2), 127-143.

Eva. (2011). *Difference between policy and procedure*. Retrieved from http://www.differencebetween.net/miscellaneous/difference-between-policy-and-procedure/

Gasior, M. (2018). *What are policies and procedures?.* Retrieved from https://www.powerdms.com/blog/what-are-policies-and-procedures/

Goodrich, R. (2013). *What is practices management: Business news daily contributor*. Retrieved from https://www.businessnewsdaily.com/4836-practices- management.html

Hayden, M. (2006). *Introduction to international education: international schools and their communities*. London: Sage.

Holmes, E. (2005). *Teacher wellbeing: Looking after yourself and your career in the classroom*. New York: Routledge- Falmer.

Hu, Y. Z. (2017). *Mandarin fever: The number of mandarin learners passes 100 million*. Retrieved from http://www.urbanfamily.com/shanghai/post/2001/mandarin-fever-the-number-of-mandarin-learners-passes-100-million.html (in Chinese)

Johnny, E. (2013). *Challenges for expatriates in a foreign country*. Retrieved from http://maiden-voyage-travel.com/challenges-for-expatriates-in-a-foreign-country

Lee, M. (2014). *10 study abroad problems you will face – and conquer*. Retrieved from https://www.studyinternational.com/news/10-study-abroad-problems-you-will-face-and-conquer/

Liu. Y. P., & Wu, C. T. Z. (2012). A report of the survey on voluntary Chinese teachers in Thailand. Chinese *Language Globalization Studies*, *9*(6), 9-20. (in Chinese)

Mullich, J. (2018). *How to close the gap between employer and employee expectations.* Retrieved from https://www.forbes.com/sites/adp/2018/03/27/how-to-close-the-gap-between-employer-and-employee-expectations/#38456a8d20cf

Oregonlaws.org. (2017). *Intern teacher.* Retrieved from https://www.oregonlaws.org/glossary/definition/intern_teacher

Pillay, H. K., Goddard, R., & Wilss, L. A. (2005). Well-being, burnout and competence: Implications for teachers. *Australian Journal of Teacher Education*, *30*(2), 22-33.

Surbhi, S. (2015). *Difference between policies and procedures*. Retrieved from https://keydifferences.com/difference-between-policies-and- procedures.html

Viseshsiri, P. (2009). *Research on higher educational in Thailand*. Bangkok: Dhurakij Pundit University. (in Thai)

Ward, C., & Rana-Deuba, A. (2000). Home and host culture influences on sojourner adjustment. *International Journal of Intercultural Relations*, *24*(3), 291-306.

Ward, C., Bochner, S., & Furnham, A. (2001). *The psychology of culture shock*. Hove: Routledge.

Wu, Y. H., & Guo, J. Y. (2007). A research report of Chinese language teaching volunteer program in Thailand. *Journal of Yunnan Normal University of Teaching and Research Chinese as a Foreign Language*, *5*(1), 85-95. (in Chinese)

Wuttiphan, N., & Yang, T. (2013). The study of Thailand Chinese teaching policy in Chinese teaching of the faculty of education, Khon Kaen University. *Journal of Education*, *36*(1), 16-22.

Public Secondary School Administration on Supporting Teaching Chinese as a Second language (TCSL) Program in Thailand

Ruyi Ouyang and Pragob Kunarak
Master of Education Program, Eastern Asia University
Received: June 12, 2018
Revised: August 28, 2018
Accepted: July 18, 2018

Abstract

The main purpose of this research was to study and analyze the public secondary school administration on supporting Teaching Chinese as a Second Language (TCSL) programs in Thailand and to obtain the suitable strategy to improve the quality of TCSL program. The study was conducted by using a mixed method design including quantitative and qualitative research, statistical analysis, questionnaires and interviews which were the main methods to collect data. The TCSL program's present condition questionnaire were used by Chinese language teachers, while interviews were used by school administrators. The findings of the study were (1) there was a lack of consciousness of the significance of TCSL program for school administrators. (2) there existed many defects and insufficiencies with school administration including leadership, Chinese language teachers' administration, financial administration, and curriculum administration (3) there were urgent needs to improve the performance of the TCSL programs in terms of the school administration.

Keywords: public secondary school administration, support teaching Chinese as a second language program, Thailand public secondary school education

Introduction

Thailand has a close relationship with China in history because of the close geographic location. At first, Informal Chinese language education has been slowly emerged from the beginning of Chinese migrated to Thailand. However, Chinese education at that time was not yet formalized due to the lack of official recognition and systematic education (Xinsheng, 2005).

Then, Chinese language education has been receiving more and more attention with the increase in the number of immigrants living in southern China, the improvement of their standard of living and social status, and the continuous improvement of Thailand economy and the more open and civilized society. It was worth noting that Chinese descent was the main group of Chinese language education, just few local Thais; Family education was the main method, the traditional abacus calculation skills and daily Chinese communication were the main contents. Hence, the general level of Chinese language education was relatively lower than today because of the limited scope and backward teaching methods (Liwei, 2014).

Objective

The researcher comes up with five objectives under the current situation and research questions of school administration on supporting the TCSL program in public secondary school of Thailand, these will be achieved by the practical and scientific research with the methods of quantitative and qualitative research. These five objectives provide the research direction, definite research focus, and help arrange and assess the work of each stage on the research process.

1. To identify the current situation of the TCSL program.

2. To investigate the main problems on the school administration of the TCSL program.

3. To find out and analyze factors of effecting the quality of the TCSL program in the terms of school administration.

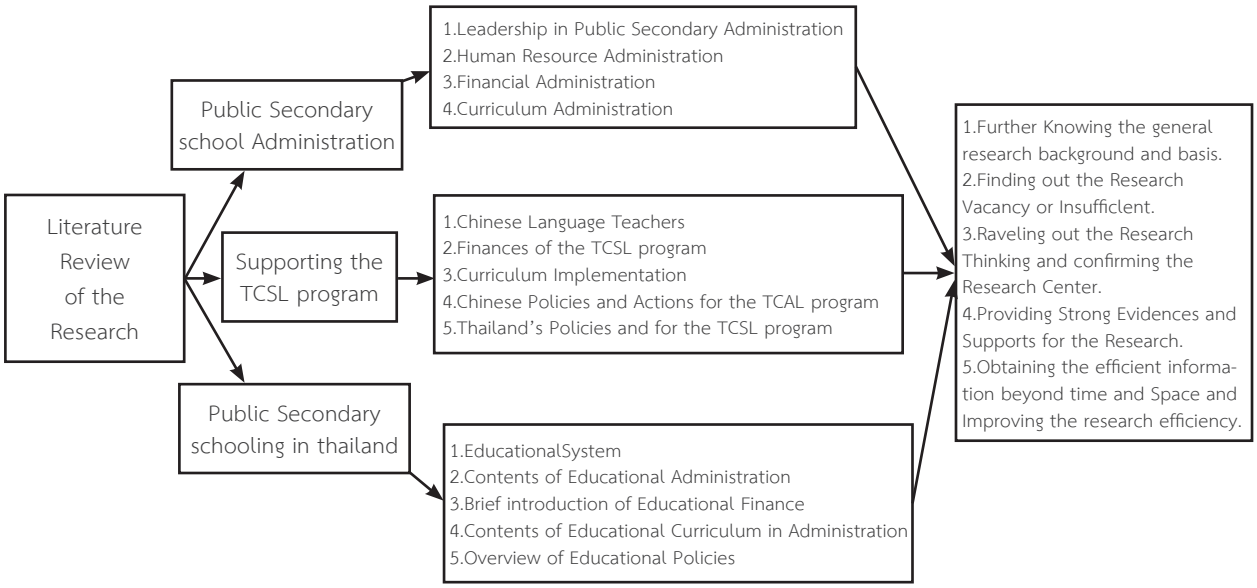
4. To determine efficient administrative methods to develop the TCSL program.

5. To acquire suggestions in evaluating the effectiveness of school administration on the TCSL program.

Literature review

This part presents the review of related researches on the area of public secondary school administration, supporting Teaching Chinese as a Second Language (TCSL) program, and Thailand public secondary schooling.

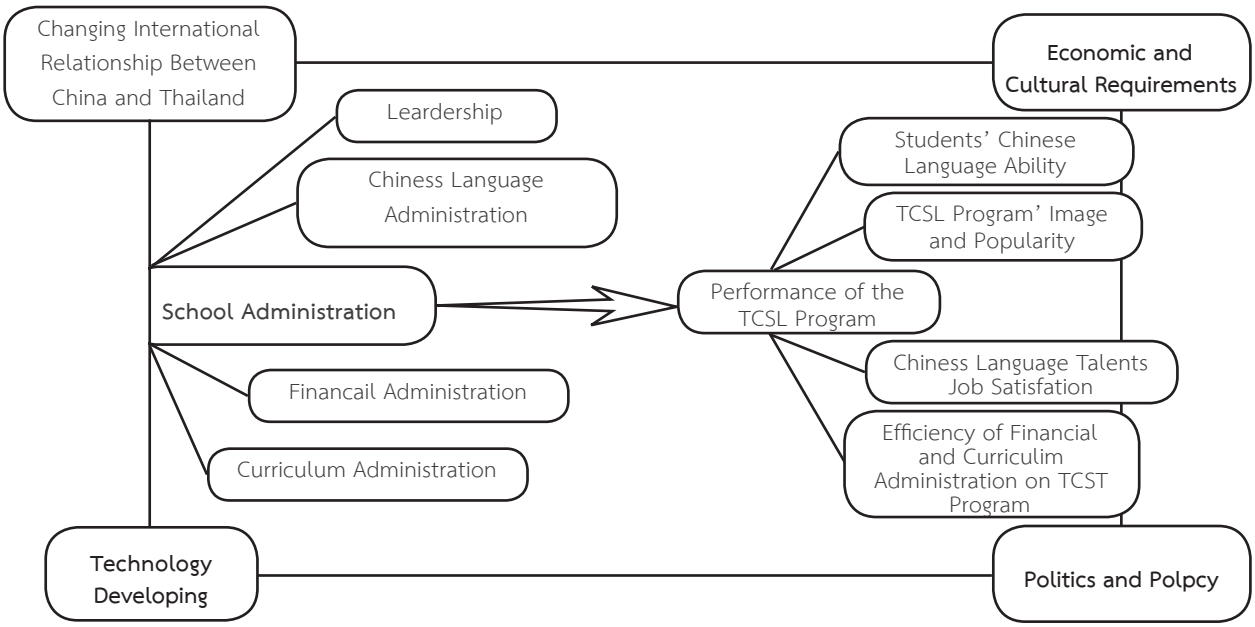
Through the whole literature review, the researchers obtain a great number of the information about the public secondary school administration, the supporting situation of the TCSL program and the public secondary schooling in Thailand. This is a special way to know the huger research background on the previous studies, evidences and experiences, it is providing a general research thought and helping clear the research purpose. Hence, research literature is an important part of the process of study, and most details are shown below



Conceptual Framework

On this research, it is obvious to know that the influence of the changing international relationship, economic and cultural requirements, technology developing, politics and policy between China and Thailand on the TCSL program under the external environment. And, it is not hard to see the school administration' huge and direct effect on the program within the internal environment of school organization.

Specifically, leadership, Chinese language teachers administration, financial administration and curriculum administration of school administration are the main and straight factors to the whole output which mainly point at students' Chinese language ability, program's image and popularity, Chinese language teachers job satisfaction and the efficiency of financial and curriculum administration, so that formed this conceptual framework to know clear about this research. Hence, identify the current situation, clear up the problems and find out the effective administrative methods are the important cores of this research.



Methodology

It is a general summary of the research method of purposefully and systematically collecting materials on the actual or historical status of the research object. A survey method is a basic research method commonly used in scientific research. It uses a mixed research method, covering both quantitative and qualitative researches, while research questions number 1 and 3 are quantitative research and questions number 2, 4, 5 are qualitative research.

Population and Sample

The target population use are those public secondary school administrators (including head-master, director of human resource, curriculum and financial) and the Chinese language teachers from four selected schools, which are 20+25 school administrators and Chinese language teachers correspondingly. The researcher is to take the 20+25 population units as a sample of the study.

Research Tools

In order to achieve the research objectives and solve the research problems, the researcher adopts two research instruments to help implement the studies, one is a set of questionnaires for the selected Chinese language teachers, and another one is a structured interview form for the school administrators.

Data Collection

After receiving the questionnaires from Chinese language teachers which are distributed during April to May 2018, the researcher edits the questionnaires, then, reorganize and clear up the interview records form the selected school administrators, grab the useful and effective information according to the studied variables. Lastly, record and keep the noteworthy details and special conditions on the process of observation and experiencing on the TCSL program, which would to be the vital evidences of this research.

Statistical Analysis

The process of research planning and implement, which provide the research data and details from school administrators and Chinese language teachers by the interviews and the questionnaires, aiming to study the support of school administration to the program of teaching Chinese as a second language in public secondary school of Thailand. This research chooses four public secondary schools to be the particular data resources after further knowing the general information of the TCSL program in Thailand; adopts the questionnaire, the interview to put it into action; applies quantitative and qualitative method to analyze and process the data collected.

According to the five research questions, the research questions number 1 (What is the current situation on the school administration of the TCSL program?) and 3 (What situation on the school administration affect the performance of the TCSL program?) are presented and analyzed by frequency and percentage, the research questions number 2 (What are the main problems on the school administration of the performance of the TCSL program?), 4 (What are the effective methods to improve school administration and supporting of the TCSL program?) and 5 (What are the appropriate methods to evaluate the effectiveness of the school administration and the TCSL program?) are presented in descriptive type and analyzed by content analysis technique.

Result

After a long-term and meticulous observation, research, and analysis, the researcher obtains the conclusions as follows: on the one hand, the public secondary school administration plays a virtual role on the performance of the TCSL program, especially leadership. On the other hand, the most susceptible part is the students' Chinese ability of the whole performance of the program by the effect of school administration.

In addition, it is not suitable to ignore the exist of the Chinese language teachers administration, Chinese language curriculum administration and financial administration which also have a positive few influence to the results of supporting the development of the TCSL program.

Discussions

As for the leadership of the public secondary school administration, most respondents' opinions are, firstly, on the personal quality which is the starting point and cornerstone of whole leadership. Secondly, they think that decision-making runs through the entire process of the construction of a quality school. Thirdly, strong action force is indispensable for the leadership (Pont, Nusche & Moorman, 2008).

As for the Chinese language teachers administration, it discusses that, its main purpose is to achieve the efficiency to develop teachers' work ability, and professionalism with the core of teachers' autonomy, initiative and creativity. The salary of Chinese language teachers are the most focus of all the aspects, it is not only a material affirmation for the hard work, but also the acknowledgement on ability. And the increase of investment in teacher capacity training is a new and significant item for the sustainable development for the TCSL program (OECD/UNESCO, 2016).

As for improving financial administration, it is needed to implement a series important measurements, they are: building a comprehensive system to administrate the democracy annual budgets, public financial information, omni-direction supervision of expenditures. It is more focused on ensuring all types of public Chinese language education funds for the program at all levels, granting for student scholarships, building a professional Chinese language teachers team including the remuneration, benefits, insurance, and expense reimbursement, and the strive for balanced annual growth for the sustainable development of Chinese language teaching program. (Lanfang, 2011).

As for the curriculum administration, the three main principles that obtain the most supports in the development of the Chinese language syllabus for public secondary schools in Thailand: to meet the national education requirements, that means conducting a student-centered education philosophy that focuses on the students Chinese language skills training and cultural communication, to draw international curricular outline formulation results in line with international standards, and to make the output of the program be targeted and practical.

Recommendation

As to the research findings and discussion, it would be more beneficial to, firstly, improve the level of school administrators' leadership on the personality and action. secondly, pay attention to the Chinese language teachers administration on the program including the professional training and compensation arrangements, thirdly, take the financial and curriculum administration into account on the TCSL program' developing.

References

Lanfang. (2011). *Establish and improve the internal financial control system for public schools*. Heilongjiang: Modern Economic Information. (in Chinese)

Liwei, H. (2014). *A study on the history and current status of Chinese education in Thailand: A case study of secondary education*. Asian-African Language and Literature in Foreign Language Thesis, Guangxi University. (in Chinese)

OECD/UNESCO. (2016). *Education in Thailand: An OECD-UNESCO perspective*. Retrieved from http://dx.doi.org/10.1787/9789264259119-en

Pont, B., Nusche, D., & Moorman, H. (2008). *Improving school leadership volume 1: Policy and practice*. Paris: OECD.

Xinsheng, Z. (2005). *World Chinese language conference and international Chinese teaching*. Beijing: Chinese Teaching in the World. (in Chinese)

การตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย: กรณีศึกษา บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

Decision Making Process for Casualty Insurance Agents: A Case Study of a Casualty Insurance Company in Mueang District, Ubon Ratchathani Province

ชญาชล มาลาหอม และธรรมวิมล สุขเสริม
Chayachol Malahom and Thumwimon Sukserm
คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
Faculty of Management Science, Ubon Ratchathani University
Received: June 19, 2018
Revised: July 16, 2019
Accepted: July 19, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย (2) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในองค์กร และการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย และ (3) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภายในองค์กร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย ผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ ตัวแทนประกันวินาศภัย ทั้ง 4 ช่องทางในจังหวัดอุบลราชธานี.จำนวน 120 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติวิเคราะห์ความแตกต่าง (t - Test).สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (F–Test) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน.(Correlation.Analysis) และ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน รายได้ 10,001 - 20,000 บาท และมีประสบการณ์ในการเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัยไม่แตกต่างกัน ปัจจัยภายในองค์กรทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ปัจจัยภายในองค์กร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ส่วนด้านอัตราค่าเบี้ยประกันวินาศภัย ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

คำสำคัญ: ปัจจัยภายในองค์กร, การตัดสินใจ, ประกันวินาศภัย

Abstract

The study aimed (1) to compare personal factors affecting decision-making for casualty insurance agents (2) to study the relationship between internal factors and decision-making for casualty insurance agents, and 3) to study internal factors affecting decision-making for casualty insurance agents. The sample consisted of 120 casualty insurance agents from 4 groups in Ubon Ratchathani province such as (1) 20 casualty insurance agent managers (2) 40 car dealers (3) 50 managers of smog emission check stations, and (4) 10 local financial brokers. A questionnaire was the instrument for collecting data. The statistics were percentage, mean, standard deviation, independence two sample t-test, the Analysis of Variance (ANOVA) - F-test, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient, and Multiple Regression Analysis. The results reveal that most of the participants are female, between 31-40 years old, single, hold a bachelor's degree or higher, are career employees, and have an average monthly income of between 10,001 and 20,000 Thai Baht. They also have work experience as a non-life insurance representative. The results of hypothesis test shows that personal factors do not affect decision-making for casualty insurance agents in the same way. All internal factors are significantly related to decision-making of being casualty insurance agents at the statistical level of 0.01. Moreover, internal factors such as product, brand value, sales promotion and team reliability significantly affect decision-making of casualty insurance agents at the statistical level of 0.05, but casualty insurance prices do not affect decision-making for casualty insurance agents.

Keywords: internal factors, decision, insurance

บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันธุรกิจประกันวินาศภัย (Non - Life.Insurance) ในประเทศไทยมีการแข่งขันค่อนข้างสูง มีบริษัทประกันวินาศภัยกว่า 63 บริษัท (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.), 2559) ที่เปิดสาขาในประเทศไทย ทั้งบริษัทที่เป็นของคนไทย และบริษัทร่วมทุนจากต่างชาติ แต่ละบริษัทกำหนดนโยบายกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากที่สุด เพื่อรักษาอัตราการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง รักษาอัตราการเติบโตทุกช่องทางการจัดจำหน่าย โดยทุกบริษัทเน้นการแข่งขันเรื่องการส่งเสริมการขาย การบริการหลังการขาย แต่ละบริษัท มีจุดแข็งและจุดอ่อนที่แตกต่างกันไป บางบริษัทเน้นแข่งขันการเติบโตด้านประกันภัยรถยนต์ (Motor Insurance) บางบริษัทเน้นแข่งขันการเติบโตด้านการประกันอัคคีภัย (Fire Insurance) บางบริษัทเน้นแข่งขันการเติบโตด้านการประกันภัยทางทะเล (Marine Insurance) และการประกันภัยเบ็ดเตล็ด (Miscellaneous/Casualty Insurance)

บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง เป็นธุรกิจหนึ่งในห้าสายงานธุรกิจของบริษัทกลุ่มไทยเจริญคอร์ปอเรชั่น หรือ กลุ่ม ทีซีซีกรุ๊ป ของคุณเจริญ สิริวัฒนภักดี จุดเปลี่ยนของบริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง เกิดขึ้นในปี 2557 คุณเจริญ สิริวัฒนภักดี ตั้งปณิธานไว้ว่า บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง จะต้องเป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่มีผลงานเบี้ยประกันเป็นอันดับสามของประเทศไทยในปี 2560 ได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร ปรับเปลี่ยนโครงสร้างผู้บริหาร ปรับกลยุทธ์องค์กร กลยุทธ์ธุรกิจ และกลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการ โดยเน้นการแข่งขันทุกรูปแบบ เน้นการแข่งขันทุกช่องทางการจัดจำหน่าย มีการทุ่มทุน

อย่างมหาศาล เพื่อปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ขององค์กร มีการลงทุนหลายร้อยล้านบาทเพื่อปรับเปลี่ยนระบบคอมพิวเตอร์ด้านรับประกันที่ทันสมัย เพื่อความรวดเร็วในการบริการหลังการขาย ทั้งด้านรับประกัน และด้านสินไหม และเพื่อรองรับขายผ่านทางโซเชียล

ในปี 2559 บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง เติบโตก้าวกระโดด จากบริษัทประกันวินาศภัยที่มีผลงานอันดับ 12 ของประเทศในปีพ.ศ.2557 (สำนักงานอัตราเบี้ยประกันวินาศภัย, 2559) เป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่มีผลงานอันดับ 6 ของประเทศในปี 2559 (สำนักงานอัตราเบี้ยประกันวินาศภัย, 2559) ซึ่งผลกระทบจากการเติบโตแบบก้าวกระโดดทำให้ บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง ประสบปัญหาด้านการบริการหลังการขาย ทั้งด้านรับประกัน และด้านสินไหม ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงกับตัวแทนนายหน้าบริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่งโดยตรง

ธุรกิจประกันวินาศภัยใน จังหวัดอุบลราชธานี มีการแข่งขันค่อนข้างสูง บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง สาขาอุบลราชธานี เปิดดำเนินการเมื่อปี 2539 ในปี 2557 ถึงปี 2559 พบว่า มูลค่าเบี้ยประกันที่ได้เพิ่มขึ้นก้าวกระโดด ส่งผลกระทบด้านบริการหลังการขายเช่นกันกับทางสำนักงานใหญ่ ซึ่งตัวแทนประกันวินาศภัยได้รับผลกระทบโดยตรงจากการบริการด้านรับประกัน และด้านสินไหมที่ล่าช้า ทำให้อู่คู่สัญญา ศูนย์ซ่อมผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ รวมทั้งลูกค้าขาดความเชื่อมั่น แต่ตัวแทนประกันวินาศภัยรายเก่ายังคงให้การสนับสนุน บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง สาขาอุบลราชธานีอย่างต่อเนื่อง และตัวแทนประกันวินาศภัยรายใหม่ยังคงให้การให้ความเชื่อมั่น ติดต่อขอเป็นตัวแทนประกันวินาศภัยเป็นจำนวนมาก

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นตัวแทน บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง สาขาอุบลราชธานี ของตัวแทนนายหน้าประกันวินาศภัย เพื่อศึกษาศักยภาพของตัวแทนประกันวินาศภัยในพื้นที่ กระบวนการทำงานของตัวแทนประกันวินาศภัย ที่สามารถรักษาลูกค้าเดิมของ บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่งไว้ได้ และสามารถขยายตลาดไปยังลูกค้ารายใหม่ของบริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่งในสภาวะที่ทางบริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง ประสบปัญหาบริการหลังการขาย เพื่อหาโอกาสและความเป็นไปได้ในการขยายตลาดให้ครอบคลุมทุกช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อที่จะก้าวขึ้นเป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่ได้รับความไว้วางใจจากตัวแทนประกันวินาศภัยเป็นอันดับหนึ่งของจังหวัด อุบลราชธานี ในอนาคต และเพื่อการเติบโตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในองค์กรและการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการตัดสินใจ (Decision Making) ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูล และข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญ และอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

แนวคิดของการตัดสินใจ บุษกร คำคง (2542) ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจนั้นต้องใช้ข้อมูลพื้นฐานจากเรื่องที่กำลังพิจารณาโดยใช้ความรู้พื้นฐานที่มีอยู่ทั้งหมดและใช้ข้อสรุปที่เป็นที่ยอมรับนำมาผสมผสานกับการสรุปอ้างอิงเพื่อนำไปสู่เป้าหมายและทิศทางที่จะนำไปสู่การตัดสินใจ แนวคิดของการตัดสินใจจากการศึกษาค้นคว้าผู้วิจัยสรุปแนวคิดของการตัดสินใจได้ว่า เป็นการใช้ความรู้พื้นฐานที่มีอยู่บนพื้นฐานความต้องการในเรื่องที่ต้องการที่ต้องตัดสินใจมาผนวกรวมกับ ข้อมูล ข่าวสาร ที่ไดรับการค้นคว้าเพิ่มเติมจนเกิดความเชื่อมั่นและนำไปสู่พฤติกรรมการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจ Kotter (2003) ได้อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแบบ 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนแรกคือ การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem recognition) ขั้นตอนที่สอง คือการหาข้อมูล (Information search) ขั้นตอนที่สาม คือการประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) ขั้นตอนที่สี่ คือการตัดสินใจซื้อ (Purchase.decision).และขั้นตอนที่ห้าคือพฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase behavior)

กระบวนการตัดสินใจ มีความสำคัญกับงานวิจัยนี้เป็นอย่างยิ่งเพราะจะทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาแนวความคิด ความต้องการ สิ่งกระตุ้น หรือสิ่งเร้า การรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ของตัวแทนประกันวินาศภัยว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทน บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง สาขาอุบลราชธานี มากน้อยเพียงใด และสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาและการขยายตลาดในพื้นที่ จังหวัดอุบลราชธานี ได้ในอนาคต ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ การตระหนัก การรับรู้ ตัวแทนประกันวินาศภัยสามารถรับรู้ในตราสินค้า ความมั่นคงขององค์กร รับรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการของทีมงานสาขาอุบลราชธานีที่จะดูแลการบริการหลังการขายให้ตัวแทน การเปรียบเทียบตัวแทนประกันวินาศภัยสามารถเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการบริการได้จากข่าวสาร หรือการบอกต่อ นำไปสู่การตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัยบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง สาขาอุบลราชธานี กระบวนการตัดสินใจดังกล่าวนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการตัดสินใจเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ Kotter (2003) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ด้านราคา (Price) (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) (4) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotions) (5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) (6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) (7) ด้านกระบวนการ (Process) การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถนำประสมการตลาด 7 อย่าง หรือ Marketing Mix 7P's สามารถนำมาใช้ในการศึกษาได้ครบทั้ง 7 ข้อ

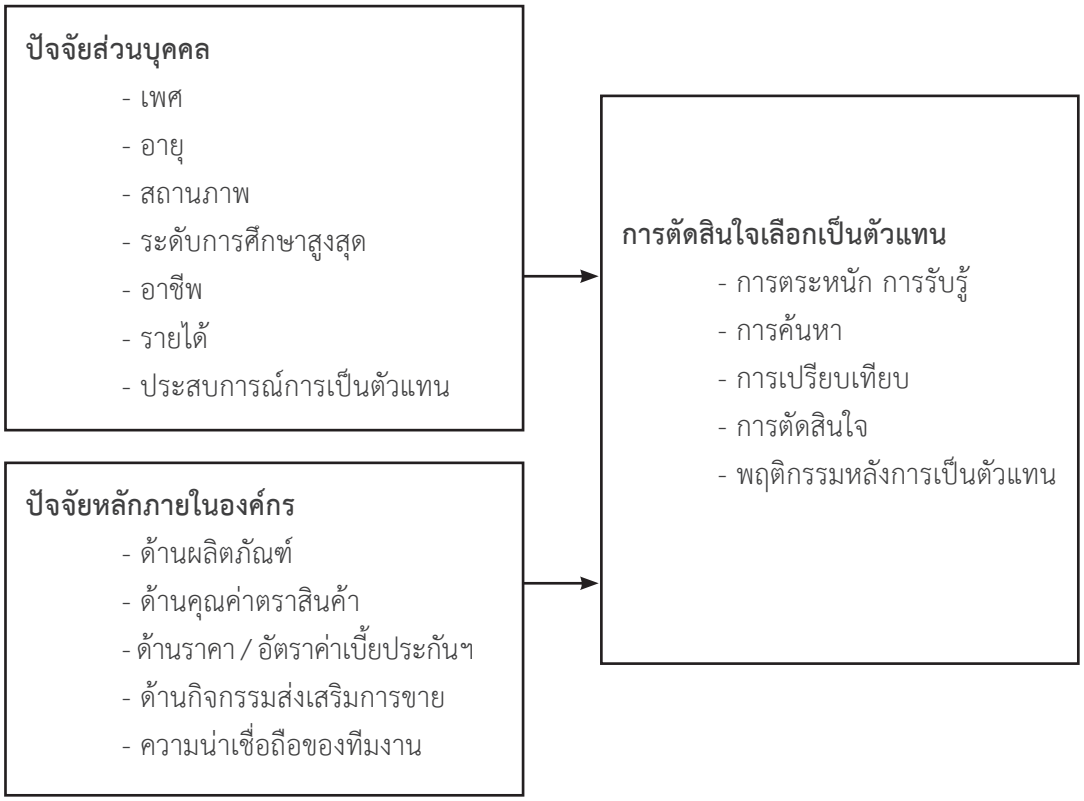
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า นิยามตราสินค้า (Brand) ตราสินค้า หมายถึง ชื่อ เครื่องหมายสัญลักษณ์ โลโก้ สีของตราสัญลักษณ์ สีของผลิตภัณฑ์ หรือส่วนผสมของสิ่งเหล่านั้น ที่เป็นการระบุถึงตัวสินค้าหรือบริการของผู้ขาย หรือกลุ่มผู้ขาย เพื่อทำให้สินค้านั้น ๆ แตกต่างจากคู่แข่ง Marconi (1993, p. 33) ได้ให้ความหมายของคุณค่าตราสินค้าไว้ว่า คุณค่าตราสินค้าหมายถึงการรับรู้ถึงคุณค่าในตราสินค้า เช่น ของประเทศสหรัฐอเมริกา (Koller, 2003, p. 43) ได้ให้ความหมายของคุณค่าตราสินค้าไว้ว่าเป็นกลุ่มของความสัมพันธ์และพฤติกรรมเกี่ยวกับตราสินค้าของลูกค้า ช่องทางการจำหน่ายและบริษัท เจ้าของ ซึ่งทำให้ตราสินค้านั้น ๆ สามารถสร้างยอดขายและผลกำไรได้สูง ทำให้ตราสินค้ามีความมั่นคงและแข็งแกร่ง แตกต่างและมีความได้เปรียบคู่แข่งขันในตลาด Auken (2002, p. 17) ได้ให้ความหมายไว้ว่าคุณค่าตราสินค้า หมายถึง คุณค่าทางธุรกิจ และความคาดหวังในคุณภาพของสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคมีต่อองค์กร รวมถึงประสบการณ์จากการสื่อสารและการรับรู้ที่ผ่านมาจากตราสินค้านั้น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า เสรี วงษ์มณฑา (2542), น. 41 ได้อธิบายถึงลักษณะของตราสินค้า (Brand) ว่าควรจะต้องมีแนวคิดดังนี้ (1) บุคลิกที่ยั่งยืน (Durable Personality) ประกอบด้วย การรวมกันทางด้านคุณค่าทางกายภาพ (Physical.Value) และคุณค่าด้านการใช้สอย (Functional Value) ตลอดจนคุณค่าด้านจิตวิทยา (Psychological Value) (2) การตัดสินใจที่ซื้อสินค้าเกิดขึ้นเพราะผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ถูกต้องและมีความพึงพอใจต่อตราสินค้า (3) ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่สร้างได้ในโรงงาน แต่คุณค่าของตราสินค้าเกิดจากการรับรู้ภาพลักษณ์ (Perceptual Image) ของผู้บริโภค และ (4) คู่แข่งขันสามารถเลียนแบบคุณลักษณะของสินค้าได้ แต่คุณค่าของตราสินค้าคู่แข่ง ไม่สามารถเลียนแบบได้ เพราะเป็นเอกลักษณ์ที่อยู่ในใจผู้บริโภค ซึ่งนั่นหมายความว่าการที่ผู้บริโภค ซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่งนั้นเป็นเพราะตราสินค้าที่แตกต่างกัน ดังนั้นตราสินค้าที่ประสบความสำเร็จจึงเป็นตราสินค้าที่แตกต่างในใจผู้บริโภค ด้านคุณค่าตราสินค้า มีความสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยตระหนักว่าในวงการประกันวินาศภัยนั้น ตราสินค้าความน่าเชื่อถือขององค์กร ความแข็งแกร่งของตราสินค้าจะสร้างความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นของตัวแทนในพื้นที่ จังหวัดอุบลราชธานี ได้เป็นอย่างดี เป็นกลไกสำคัญที่จะนำไปสู่การตัดสินใจเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย ของบริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง สาขาอุบลราชธานี

ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) คือ การเชื่อมโยงความแข็งแกร่งขององค์กร ความชื่นชอบ ความเชื่อมั่น และความมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ที่สัมพันธ์กับตราสินค้านั้น ๆ ให้อยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค นอกจากนี้ความสัมพันธ์กับตราสินค้า (Brand Association) อาจถูกสร้างขึ้นได้อีกหลายวิธีด้วยกัน เช่น จากประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคเอง หรือจากการรับข้อมูลข่าวสารของตราสินค้าที่ถูกสื่อสารจากภายในองค์กร หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง จากการพูดปากต่อปาก (word of mouth) และการอ้างอิงจากตัวของ ตราสินค้าเอง เช่น ชื่อสินค้าหรือโลโก้ รวมทั้งจากการกำหนดตัวตนของตราสินค้านั้น ๆ จากช่องทางการจัดจำหน่าย หรือบุคคล สถานที่ และกิจกรรมบางอย่างโดยเฉพาะ ซึ่งภาพลักษณ์ของตราสินค้าจะสมบูรณ์ได้ด้วยองค์ประกอบ ดังนี้ (1) ความแข็งแกร่งที่สัมพันธ์กับตราสินค้า (Strength of Brand Associations) (2) ความชื่นชอบที่สัมพันธ์กับตราสินค้า (Favorability of Brand Associations) และ (3) เอกลักษณ์ที่สัมพันธ์กับตราสินค้า (Uniqueness of Brand Associations) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) ผู้ทำการวิจัยถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัยของตัวแทนนายหน้า เพราะความน่าเชื่อถือของทีมงาน ความแข็งแกร่งขององค์กร เป็นสิ่งที่ตัวแทนคำนึงถึงเป็นอันดับแรก ความแตกต่างและความโดดเด่นของภาพลักษณ์องค์กรที่ชัดเจน ส่งผลต่อการตัดสินใจของตัวแทนเช่นกัน ซึ่งภาพลักษณ์การเป็นธุรกิจหนึ่งในห้าสายงานในเครือ ทีซีซี กรุ๊ป ของคุณเจริญ สิริวัฒนภักดี ตัวแทนสามารถมองเห็นช่องทางการขยายธุรกิจผ่านสายงานอื่น ๆ ในเครือ ทีซีซี กรุ๊ปได้อีก ทำให้เกิดความเชื่อมั่นทำให้ตัวแทนเกิดการตระหนัก รับรู้ และนำไปสู่การตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง สาขาอุบลราชธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้า เรื่องการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย : กรณีศึกษา บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง สาขาอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังภาพประกอบที่ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย

2. ปัจจัยภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย

3. ปัจจัยภายในองค์กร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา เรื่องการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้ (1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (3) การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ (4) การเก็บรวบรวมข้อมูล (5) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ตัวแทนนายหน้าประกันวินาศภัยทั้ง 4 ช่องทาง จำนวน 120 คน ได้แก่ (1) ตัวแทนนายหน้าประกันวินาศภัยบุคคลและสำนักงานตัวแทนนายหน้า จำนวน 20 คน (2) ตัวแทนนายหน้าประกันวินาศภัยผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ (Dealer) จำนวน 40 คน (3) ตัวแทนนายหน้าประกันวินาศภัยสถานตรวจสภาพรถ (ตรอ.) จำนวน 50 คน และ (4) ตัวแทนนายหน้าประกันวินาศภัย ไฟแนนท์ท้องถิ่น จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป โดยเนื้อหาครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ และประสบการณ์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านคุณค่าตราสินค้า (3) ด้านราคาอัตราค่าเบี้ยประกันภัย (4) ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย (5) ด้านความน่าเชื่อถือของทีมงานโดยเนื้อหา ครอบคลุมปัจจัยหลักทั้งหมด 5 ด้าน ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย บมจ.อาคเนย์ประกันประกันภัย สาขาอุบลราชธานี ครอบคลุมทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ (1) การตระหนักการรับรู้ (2) การค้นหา (3) การเปรียบเทียบ (4) การตัดสินใจ (5) พฤติกรรมหลังการเป็นตัวแทน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-Out) กับตัวแทนประกันวินาศภัยช่องทางนายหน้า จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability.Test) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha)

ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวนข้อคำถาม(ข้อ)	ค่า IOC	ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability)
(1) ปัจจัยภายในองค์กร	19	0.858	0.94
1.1 ด้านผลิตภัณฑ์	4	0.525	0.86
1.2 ด้านคุณค่าตราสินค้า	4	1.000	0.82
1.3 ด้านอัตราค่าเบี้ยประกันวินาศภัย	3	0.866	0.70
1.4 ด้านกิจกรรมการส่งเสริมการขาย	4	0.900	0.92
1.5 ด้านความน่าเชื่อถือของทีมงาน	4	1.000	0.84
(2) การตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนฯ	20	0.847	0.95
2.1 การตระหนัก / การรับรู้	5	0.840	0.86
2.2 การค้นหา	5	1.000	0.80
2.3 การเปรียบเทียบ	3	0.733	0.85
2.4 การตัดสินใจ	4	0.800	0.91
2.5 พฤติกรรมหลังการเป็นตัวแทน	3	0.866	0.78
รวมทั้งหมด	39	0.852	0.97

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะมีค่า IOC ระหว่าง 0.733 - 1.000 ส่วนค่าความน่าเชื่อถือ มีค่าระหว่าง 0.78 - 0.91 จะเห็นได้ว่าทั้งค่า IOC และค่าความน่าเชื่อถือผ่านเกณฑ์มาตรฐาน กล่าวคือ ค่า IOC ต้องมีค่ามากกว่า 0.500 และค่าความน่าเชื่อถือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.700 แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จึงมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary.Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากตัวแทนประกันวินาศภัย ทั้ง 4 ช่องทาง ได้แก่ (1) ตัวแทนนายหน้าประกันวินาศภัยบุคคล และสำนักงานตัวแทนนายหน้า จำนวน 20 คน (2) ตัวแทนนายหน้าประกันวินาศภัยผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ (Dealer) จำนวน 40 คน (3) ตัวแทนนายหน้าประกันวินาศภัยสถานตรวจสภาพรถ (ตรอ.) จำนวน 50 คน และ (4) ตัวแทนนายหน้าประกันวินาศภัย ไฟแนนท์ท้องถิ่น จำนวน 10 คน ของบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง สาขาอุบลราชธานี

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary.Data) ใช้วิธีการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม ได้แก่ การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Congruence) การทดสอบความเชื่อมั่น ความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha) สถิติทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ t - Test F - Test การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson’s Correlation Analysis) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

จากการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ ประสบการณ์ในการเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย : กรณีศึกษา บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง สาขาอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ด้านคุณค่าตราสินค้า ความน่าเชื่อถือ

ของทีมงาน ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย : กรณีศึกษา บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง สาขาอุบลราชธานี

ตาราง 1

ผลการทดสอบปัจจัยภายในองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย : กรณีศึกษา บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัด อุบลราชธานี

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1. การตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย	4.05	1	0.67**	0.69**	0.61**	0.63**	0.68**
2. ด้านผลิตภัณฑ์	4.14		1	0.70**	0.66**	0.52**	0.52**
3. ด้านคุณค่าตราสินค้า	4.23			1	0.59**	0.55**	0.62**
4. ด้านราคา/อัตราค่าเบี้ยประกันวินาศภัย	4.03				1	0.53**	0.55**
5. ด้านกิจกรรมการ ส่งเสริมการขาย	3.83					1	0.53**
6. ด้านความน่าเชื่อถือของทีมงาน	4.21						1

** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากการทดสอบสมมุติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ด้านคุณค่าตราสินค้า ความน่าเชื่อถือของทีมงาน ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย : กรณีศึกษา บริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งสาขาอุบลราชธานี ส่วนด้านราคา / อัตราค่าเบี้ยประกันวินาศภัย ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย

ตาราง 2

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย : กรณีศึกษาบริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ปัจจัยภายในองค์กร	b	SE b	Beta	t	p-value	tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	0.72	0.23		3.17	0.00		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.20	0.07	0.23	2.72	0.01*	0.41	2.45
2. คุณค่าตราสินค้า	0.16	0.07	0.19	2.20	0.03*	0.40	2.50
3. ด้านราคา/อัตราค่าเบี้ยประกันวินาศภัย	0.06	0.06	0.07	0.92	0.36	0.48	2.09
4. ด้านกิจกรรมการส่งเสริมการขาย	0.15	0.05	0.21	3.03	0.00*	0.60	1.68
5. ด้านความน่าเชื่อถือของทีมงาน	0.24	0.06	0.29	3.85	0.00*	0.54	1.87

Adjusted R^2 = 0.65, SEE = 0.29, F = 44.42, Sig of F = 0.00

*มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

การอภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ ประสบการณ์ในการเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ ประสบการณ์ในการเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นตัวแทนฯ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงกมล ศรีอมรชัย (2557) เรื่องแนวทางการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เซเว่นอีเลฟเว่น ในเขตกรุงเทพมหานคร และจารุพันธ์ ยาชมพู (2559) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ขนาด ไม่เกิน 1,500 ซีซี และสอดคล้องกับงานวิจัยของกนกวรรณ ศรีนวล (2559) เรื่องการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน และแรงจูงใจของนักลงทุนไทยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซี อย่างไรก็ตามผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากอาชีพตัวแทนประกันวินาศภัยเปิดกว้างสำหรับทุกเพศ ไม่จำกัดอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ และไม่จำกัดประสบการณ์ในการเป็นตัวแทนประกันวินาศภัย จึงทำให้ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ด้านความน่าเชื่อถือของทีมงานผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญ เพราะเป็นปัจจัยภายในองค์กรที่ตัวแทนประกันวินาศภัยให้ความสำคัญสูงสุด โดยเน้นเรื่องการบริการหลังการขายที่ดี และรวดเร็ว แม่นยำ การบริการที่สุภาพ ใส่ใจทุกรายละเอียด และบุคลิกภาพที่ดีของทีมงานเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวแทน และลูกค้าที่มาใช้บริการ บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง สาขาอุบลราชธานี

ด้านผลิตภัณฑ์จะต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในพื้นที่ โดยมีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ครบวงจร เช่น ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ประเภท 2+, 3+ ประเภทรถบรรทุก ประกันอัคคีภัย ประกันอุบัติเหตุ ประกันสุขภาพ ประกันโรคมะเร็ง ฯลฯ โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าว จะต้องสร้างโอกาสแข่งขันได้ในพื้นที่ของตัวแทนได้

ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายกระตุ้นตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นประชาสัมพันธ์ไปที่กลุ่มตัวแทน เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการขายและสร้างผลงาน การแข่งขันชิงรางวัลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจในเครือไทยเจริญคอร์ปอเรชั่น หรือ TCC Group และ รางวัลเดินทางไปทัศนะศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ด้านคุณค่าตราสินค่า ควรเน้นย้ำประชาสัมพันธ์ไปที่กลุ่มตัวแทน เรื่องความมั่นคง ความแข็งแกร่งทางด้านการเงินของบริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง ที่เป็นธุรกิจในเครือไทยเจริญคอร์ปอเรชั่น หรือ TCC Group เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและศรัทธาในตราสินค้า บริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง

ด้านราคา/อัตราค่าเบี้ยประกันวินาศภัย ควรปรับปรุงให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาวะการแข่งขัน ไม่ต่ำเกินไปจนทำให้ บริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งภาพพจน์คล้ายบริษัทประกันวินาศภัยระดับล่าง ที่ไม่มีความมั่นคง หรือบางผลิตภัณฑ์ราคาเบี้ยประกันไม่ควรสูงเกินไปจนลูกค้าไม่สามารถซื้อได้

References

Auken, B. V. (2002). *The brand checklist*. London: Kogan Page.

Kakong, B. (1999). *Some Factors Related to Critical Thinking Skills of Students.Prathom 6. Year 3 And the 6th year.* Master of Education Program, Srinakharinwirot University.

Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). NJ: Prentice Hall.

Marconi, J. (1993). *Beyond branding: How savvy marketers build brand equity to create products and open new markets.* Chicago: Probus.

McGrew, G., & Wilson, M. J. (1982). *Decision making approaches and analysis.* Manchester: Manchester University.

Samerjai, C. (2007). *Consumer behavior*. Bangkok: SE-ED Ucation Public Company Limited.

Sriamonchai, D. (2014). *Promotional strategies that influence consumers' decision making. Seven Eleven In Bangkok.* Retrieved from http://thaiejournal.com Issue 1 Financial, Investment, Marketing and Business Administration Year 4.

Srinal, K. (2016). *A study of personal factors. Investment Behavior And effective investment incentives. The decision to invest in the Stock Exchange of Thailand. Independent Research*. Master of Business Administration Program, Bangkok University.

Wongmoltha, S. (1999). *Marketing Strategies: Marketing Planning*. Bangkok: Teera Film Company. Texex co.,ltd.

Yachompu, J. (2016). *Factors affecting the decision to buy cars not exceeding 1,500*. Retrieved from http://ethesisarchive.library.tu.ac.th Master of Business Administration Commerce And accounting, Thammasat University.

วิธีการแข่งขันของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในระดับเทศบาลตำบล อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง

Competitive Patterns of Political Interest Groups at the Tambol Municipal Level in Nikompattana District, Rayong Province

ฉัตรชัย เล็กบุญแถม และอติพร เกิดเรือง
Chatchai Lekboontham and Atiporn Gerdruang
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยชินวัตร
Doctor of Public Administration Program, Shinawatra University
Received: July 5, 2018
Revised: September 16, 2019
Accepted: August 3, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาวิธีการแข่งขันของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในระดับเทศบาลตำบล อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง (2) ศึกษาการใช้เครื่องมือของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในระดับเทศบาลตำบล อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง (3) เพื่อเสนอแนะเชิงนโยบายในการศึกษารูปแบบและวิธีการการแข่งขันทางการเมืองท้องถิ่นที่ดี ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มสตรีแม่บ้าน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มพ่อค้า/แม่ค้า และกลุ่มข้าราชการในพื้นที่เทศบาลตำบลมะขามคู่ เทศบาลตำบลมาบข่า และเทศบาลตำบลมาบข่าพัฒนา อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง จำนวน 110 คน ใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่มรายย่อย (Focus Group) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มตัวอย่าง ทำการรวบรวม และแยกวิเคราะห์แต่ละประเด็นตามความเห็นของแต่ละกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัย พบว่า วิธีการของกลุ่มผลประโยชน์ที่นำมาใช้ในการแข่งขันทางการเมืองที่ชนะการเลือกตั้ง คือ (1) มีนโยบายที่ชัดเจนของการเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมในพื้นที่ (2) รูปแบบ และลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในเขตพื้นที่ของกลุ่มนักการเมืองที่ชนะ และแพ้การเลือกตั้ง ปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ (3) การสร้างสัมพันธภาพในการเข้าไปมีส่วนร่วม บทบาทของกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ของประชาชนในการสนับสนุนของกลุ่มนักการเมืองที่ชนะ และกลุ่มนักการเมืองที่แพ้การเลือกตั้ง พบว่า กลุ่มนักการเมืองที่ชนะการเลือกตั้ง มีเหตุผลมาจากการเข้าถึงประชาชน ส่วนกลุ่มนักการเมืองที่แพ้การเลือกตั้ง พบว่า การสนับสนุนและช่วยเหลือในการหาเสียงเลือกตั้งในฐานะเป็นตัวแทนของชาวบ้านไม่มากนัก (4) บทบาทความสำคัญของคุณสมบัติ และนโยบายของผู้สมัครรับเลือกตั้ง พบว่า มีความเห็นที่แตกต่างกันโดยแต่ละกลุ่ม บางส่วนให้ความสนใจต่อนโยบายมากกว่า และ (5) ผลจากบทบาทของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในเขตพื้นที่เทศบาล ส่งผลบวกมากกว่าผลลบ เนื่องจากกลุ่มผลประโยชน์ในพื้นที่ มีการแข่งขันเข้าพบชาวบ้าน เข้าร่วมกิจกรรม ให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ ของชุมชนในพื้นที่

คำสำคัญ: รูปแบบและวิธีการแข่งขัน, กลุ่มผลประโยชน์, การเมืองระดับท้องถิ่น

Abstract

The objectives of this qualitative research were to study (1) the competitive patterns of political interest groups at Tambol Municipal level (2) to study the use of the tools which political interest groups used in political competition at Tambol municipal level. The population and sample were community leaders, housewives' group, elderly group, merchants a raders groups and government officials in Tambol Municipality, Tambol Mab, and the municipality of Mabaka, as well as 110 people in Rayong. Using the focus group to collect data from in-depth interviews and analyzing each issue according to the opinion of each group as well as using content analysis, the results of the research are as follows: F form and Method - the benefit groups were examined in political competition at the municipal level. The factors that make the politicians win the current election and to succeed in the elections were about having a clear policy and by continuing participation in the area (3) factors influencing the role of public organizations in the support of the winning politicians. And politicians who lost the election found that the local politicians were supported. There are reasons for reaching the public. The politicians who lost the election found that support and assistance in the election campaign as a representative of the villagers is not very (4) factors that influence the important role of the property. And the policy of the candidates found that there are different opinions, some groups pay more attention to the policy, and (5) the effect of the role of the political interests. In the municipal area, the role of political interests in the area is more positive than negative.

Keywords: style and method of competition, benefit group, local politics

บทนำ

การปกครองส่วนท้องถิ่น หรือการปกครองท้องถิ่น เป็นรูปแบบการปกครองที่จำเป็นและมีความสำคัญในทางการเมืองการปกครองของชุมชนต่าง ๆ เฉพาะอย่างยิ่งชุมชนที่มีการปกครองระบบประชาธิปไตย ซึ่งกล่าวในทางทฤษฎี และแนวความคิดทางปกครอง จะเห็นได้ว่ารัฐบาลซึ่งเป็นกลไกในการบริหารการปกครองของรัฐนั้นย่อมมีภาระหน้าที่อย่างมากมายในการบริหารประเทศให้ประชาชนได้รับความสุข ความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต (Will Being) อีกทั้งความมั่นคงแห่งชาติทั้งในทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม (National Security) แต่ย่อมเป็นไปไม่ได้ที่รัฐบาลจะดูแลและบริหารจัดการให้กับประชาชนได้ทั่วถึงทุกชุมชนของประเทศ เพราะอาจจะเกิดปัญหาเกี่ยวกับความล่าช้าในการดำเนินงาน การที่อาจจะไม่สนองตอบต่อความต้องการของแต่ละชุมชนได้ และรวมทั้งข้อจำกัดเกี่ยวกับงบประมาณ (Budget) และตัวบุคคล หรือเจ้าหน้าที่ดำเนินงานให้ทั่วถึงได้ เมื่อเป็นดังนี้ การลดภาระของรัฐบาลโดยการให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการปกครองตนเอง เพื่อการสนองตอบต่อความต้องการของชุมชนให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และตรงกับความมุ่งประสงค์ของชุมชนนั้น ๆ จึงเป็นผลให้การปกครองทั้งถิ่นมีบทบาทและความสำคัญ สามารถสรุปได้ดังนี้ (1) เป็นรากฐานของการปกครองระบอบประชาธิปไตย (2) ทำให้ประชาชนรู้จักท้องถิ่นการปกครองตนเอง (Self-Government) หัวใจของการปกครองระบอบประชาธิปไตย คือ การปกครองตนเอง โดยเป็นการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครอง (3) เป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐบาล เนื่องจากภารกิจของรัฐบาลมีมากมาย นับวันจะขยายเพิ่มขึ้นในขณะที่แต่ละท้องถิ่นย่อมมีปัญหาและความต้องการที่แตกต่าง การแบ่งเบา

ภาระดังกล่าว ทำให้มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการของรัฐบาล (4) สามารถสนองตอบความต้องการของท้องถิ่นตรงเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ (5) เป็นแหล่งสร้างผู้นำทางการเมือง และการบริหารของประเทศในอนาคต (6) ยึดหลักการกระจายอำนาจ ทำให้เกิดการพัฒนาชนบทแบบพึ่งตนเองทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม (ชูวงศ์ ฉายะบุตร, 2539, น. 28-29) จากยุคของโลกาภิวัตน์ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหลายประการ การกำหนดเงื่อนไขการปฏิรูประบบราชการจึงเป็นกลไกสำคัญส่วนหนึ่งในการสร้างธรรมาภิบาล (Good Governance) โดยมีประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการจัดบทบาทของภาครัฐให้เหมาะสมในสังคม ซึ่งร่วมถึงการกระจายอำนาจหน้าที่ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การสร้างระบบการตรวจสอบเพื่อความโปร่งใส การมีส่วนร่วมของสาธารณะชนเพื่อป้องกันและปราบปรามการทุจริต บทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นสามารถนำพา หรือยกระดับขีดความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้สามารถจัดบริการสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยทั่วไปผู้บริหารเป็นผู้มีบทบาทสำคัญมากที่สุดในการบริหารองค์กร เพราะผู้บริหารเป็นผู้กำหนดนโยบาย กำหนดจุดมุ่งหมาย วางแผน และกำหนดเป้าหมายตลอดจนวิธีการดำเนินงาน เปรียบเสมือนเข็มทิศนำทางเพื่อให้การบริหารองค์การบรรลุผลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายของรัฐ และจะต้องรับผิดชอบในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ มีส่วนรับผิดชอบ (สัญญา เคณาภูมิ, 2557, น. 49-51) ซึ่งเทศบาลตำบล ถือได้ว่าเป็นรูปแบบของการปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งที่มีความใกล้ชิดกับพี่น้องประชาชนในพื้นที่ ดังนั้น ในเรื่องของการเลือกตั้งตัวแทนเพื่อมาทำหน้าที่ผู้บริหารของเทศบาลนั้น จะต้องเกิดการแข่งขันกันสูงมาก เพราะเกี่ยวข้องกับเรื่องผลประโยชน์อันมหาศาลที่จะตามมาอย่างแน่นอน เนื่องจากผู้บริหารเทศบาลนั้นจะต้องเป็นผู้เข้ามาบริหารงบประมาณของทางราชการส่วนท้องถิ่นในแต่ละปี ซึ่งประชาชนในพื้นที่เทศบาลจะต้องเป็นผู้ตัดสินจากผลงานที่ปฏิบัติตน หรือการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นที่ผ่านมา และนักการเมืองท้องถิ่นจะต้องสรรหากลยุทธ์ต่าง ๆ ในการรณรงค์เพื่อหาเสียงสนับสนุน และวิธีการเอาใจคะแนนเสียงของตนเป็นอย่างดี จะต้องสร้างความต่อเนื่องของความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ในแนวทางการเมืองส่วนท้องถิ่น และสืบทอดต่อไประดับประเทศในอนาคต ดังนั้น กลุ่มผลประโยชน์จึงมีความสำคัญต่อการปกครองระบอบประชาธิปไตย เพราะประชาชนมีสิทธิในการเลือกผู้ปกครองของตน มีสิทธิและเสรีในการแสดงออก การรวมกลุ่มหรือการจัดตั้งของกลุ่มตนเอง กลุ่มผลประโยชน์จะเป็นตัวเชื่อมที่สำคัญระหว่างพรรคการเมือง กลุ่มการเมือง และประชาชนเป็นสื่อกลางให้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจของภาครัฐ และให้ภาคประชาชนในการเรียกร้องความต้องการของตนสู่ภาครัฐ เมื่อวิเคราะห์ลักษณะความสัมพันธ์ภายในของกลุ่มการเมืองได้พบว่า มีความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์แบบจารีต เครือญาติ พวกพ้อง ซึ่งจะช่วยให้มีการรวมตัวของกลุ่มได้มากขึ้น โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวจะเกิดจากความไว้เนื้อเชื่อใจกัน ทำให้เกิดการรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น และความเป็นเครือญาติจะส่งผลให้กลุ่มการเมืองสามารถรวมตัวกันได้ง่ายขึ้น จึงเรียกการรวมกลุ่มการเมืองเช่นนี้ว่า กลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง ในขณะเดียวกันการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ภายในกลุ่มผลประโยชน์ จะเป็นกระบวนการที่กระทำโดยกลุ่มธุรกิจที่ได้ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในการปกครองท้องถิ่นในรูปแบบของเทศบาล และมีความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างสมาชิกด้วยกันก่อน แล้วจึงมีการชักชวนสนับสนุนให้เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้อำนาจในรูปแบบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มการเมือง ซึ่งเป็นการดำเนินการบนฐานของความสัมพันธ์ส่วนตัวและบนวัตถุประสงค์เพื่อการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นสำคัญด้วย วัตถุประสงค์ที่จะขยายฐานทางการเมืองของตนออกไปเพื่อผลประโยชน์ทั้งในทางธุรกิจ และทางการเมือง จะพบว่า กลุ่มการเมืองมีแนวโน้มที่จะสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ ในจังหวัดเดียวกัน ทั้งนี้ปรากฏการณ์หนึ่งที่พบเห็นได้ชัดคือการสร้างความต่อเนื่องของเครือข่ายความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ทางการเมือง ผ่านการส่งคนในครอบครัวเข้าไปลงสมัครรับเลือกตั้งทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ เพราะฐานคะแนนเสียงของท้องถิ่นเป็นปัจจัยชี้วัดผลการเลือกตั้งความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างในการปกครองท้องถิ่นในรูปแบบเทศบาล ตามที่ลิขิต ธีรเวคิน (2550, น. 89) กล่าวไว้ว่า ระบบอุปถัมภ์ หรือที่เรียกในภาษาอังกฤษว่า The patron-client system เป็นระบบที่อยู่ในสังคมจารีตนิยม ซึ่งได้แก่ ประเทศจีน, ประเทศอินเดีย, ประเทศไทย, ประเทศอินโดนีเซีย ฯลฯ ซึ่งเกิดจากความเลื่อมล้ำของ

มนุษย์ในแง่ทรัพย์ศฤงคาร สถานะ และอำนาจ (Wealth, Status and Power) แต่ยังมีอีกส่วนหนึ่ง ซึ่งได้แก่ จิตใจ ศีลธรรมและจริยธรรมผู้อุปถัมภ์ Patron จะเป็นผู้ที่อยู่ในฐานะเอื้ออำนวยประโยชน์ได้ทั้งในอำนาจทางการเมือง ตำแหน่งหน้าที่ราชการ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สถานะทางสังคมและสำหรับบางกรณีผู้อุปถัมภ์คือบุคคลที่เป็นที่เคารพนับถือในคุณงามความดี สามารถให้ความรู้สึกที่ดีกับผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์มีลักษณะคล้ายผู้นำทางจิตวิญญาณ ส่วนผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์ คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องอาศัยผู้อุปถัมภ์เพื่อผลประโยชน์ดังกล่าว รวมทั้งส่วนที่เป็นบวกในทางจิตใจ เป็นทั้งที่พึ่งในทางวัตถุและในทางจิตใจ ในกรณีของสังคมไทยนั้น ผู้อุปถัมภ์จะต้องเป็นผู้มีบารมี ซึ่งหมายความ คือ การเป็นที่ยอมรับว่ามีลักษณะความเป็นผู้นำ สามารถอุปถัมภ์ผู้ตามได้ ขณะเดียวกันผู้ตามก็หวังพึ่งผู้อุปถัมภ์ ในด้านต่าง ๆ รวมทั้งกรณีทางจิตใจด้วย ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การที่นำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐ มักเกิดปัญหาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (วรเดช จันทรศร, 2543, น. 18) ซึ่งบางกรณีก็เกิดความล้มเหลวหรือไม่มีประสิทธิผล ทำให้สูญเสียงบประมาณ เวลา และสิ้นเปลืองบุคลากรที่มีความสามารถในการปฏิบัติงานนั้น ๆ อันเกิดมาจากสาเหตุหลายประการ เช่น ปัญหาความไม่ชัดเจนของตัวนโยบาย ความสามารถของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ กำลังบุคลากรไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน งบประมาณไม่เพียงพอและการสื่อสารระหว่างองค์กร เป็นต้น (วรเดช จันทรศร, 2556, น. 135-146) ด้วยเหตุดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการแข่งขันของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองท้องถิ่น ที่นำมาใช้ในการแข่งขันในพื้นที่ระดับเทศบาลตำบลเลือกตั้ง ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของรูปแบบและวิธีการการแข่งขันทางการเมืองของกลุ่มผลประโยชน์ในพื้นที่ดังกล่าวว่ามีรูปแบบและวิธีการอย่างไรบ้าง ที่ได้นำพากลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองท้องถิ่นสามารถเข้ามาดำรงตำแหน่งทางการเมืองในระดับท้องถิ่นได้ มีรูปแบบและวิธีการใดบ้างที่ทำให้ชาวบ้านยอมรับ หรือใช้ระบบอะไรเข้ามาเป็นรูปแบบและวิธีการในการแข่งขันการเมืองที่สามารถดำรงตำแหน่งได้นาน หรือโครงสร้างวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมเชิงอุปถัมภ์เข้ามาเกี่ยวข้อง อันเป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ของกลุ่มผลประโยชน์ที่เอื้อให้ชาวบ้านเข้ามารับค่าตอบแทนและยังเป็นเงื่อนไขที่จะคอยเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายฐานเสียงทางการเมืองของผู้นำในระดับท้องถิ่น หรือไม่อย่างไร ผู้วิจัยจึงนำมาเป็นกรอบในการวิจัยโดยกำหนดลักษณะ รูปแบบ เทคนิคกลไก และวิธีการหาเสียงของกลุ่มผลประโยชน์ เป็นแบบของความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ที่มีกับชาวบ้าน ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์แบบเครือญาติระหว่างคนในชุมชนเดียวกันและผลประโยชน์ของเครือญาติ พี่น้อง เพื่อนบ้าน คนใกล้ชิดสนิทสนมในท้องถิ่น และการแบ่งปันผลประโยชน์แก่ชาวบ้านสร้างฝัก สร้างฝ่าย แบ่งเป็นกลุ่ม เป็นขั้วตามสายความสัมพันธ์กลุ่มผลประโยชน์ หรือไม่อย่างไร นำมาเป็นรูปแบบและวิธีการของการศึกษาครั้งนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและวิธีการการแข่งขันของกลุ่มผลประโยชน์ที่นำมาเป็นวิธีการในการแข่งขันทางการเมืองท้องถิ่นในเขตอำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง ศึกษาเฉพาะเทศบาลตำบลมาบข่า เทศบาลตำบลมาบข่าพัฒนา และเทศบาลตำบลมะขาคู่

2. เพื่อศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในอำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง ศึกษาเฉพาะเทศบาลตำบลมาบข่า เทศบาลตำบลมาบข่าพัฒนา และเทศบาลตำบลมะขามคู่

3. เพื่อเสนอแนะเชิงนโยบายในการศึกษารูปแบบและวิธีการของการแข่งขันทางการเมืองท้องถิ่นที่ดีและเป็นทางเลือกให้กับประชาชนในการเลือกตั้งท้องถิ่นครั้งต่อไป

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับระบบอุปถัมภ์ หลักการคือ ความสัมพันธ์เป็นการส่วนตัวระหว่างบุคคลสองคน ความสัมพันธ์นี้จะมีลักษณะเชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งมิได้แยกออกจากกัน กล่าวคือ มิได้ตกลงกันเป็นสัญญาในการที่จะร่วมมือในทางใดทางหนึ่ง แต่ก็ไม่สามารถตัดขาดจากความสัมพันธ์ได้ เพราะเหตุนี้ว่ามีหนี้บุญคุณติดอยู่เสมอ กฎของความกตัญญูกตเวที หรือ Generalized Norm of Reciprocity ที่เป็นตัวช่วยให้ความสัมพันธ์เช่นนี้คงอยู่เป็นเวลานาน บางทีอยู่หลายชั่วอายุคนได้ (ประวีน แจ่มศักดิ์, 2536, น. 42) ดังนั้น ในแต่ละหมู่บ้านเมื่อมีการจัดการเลือกตั้งขึ้น

ผู้นำแต่ละคนซึ่งมีสายสัมพันธ์กับนักการเมืองหรือพรรคการเมืองต่างก็เสนอคนเป็นหัวคะแนนให้กับผู้สมัครคนนั้น ๆ โดยปกติผู้สมัครมักจะเลือกบุคคลที่มีตำแหน่งเป็นทางการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ครูเป็นหัวคะแนนตน การยอมรับอำนาจนำไปสู่การเชื่อถือในอำนาจบารมีซึ่งจะนำไปสู่ผู้นำบารมีหรือผู้ที่เป็นผู้นำต้องมีบารมีทางการเมือง ซึ่งความหมายของ บารมี คือ อำนาจบารมีที่เกิดขึ้นได้ในสองกรณี (ลิขิต ธีรเวคิน, 2539, น. 35) (1) บารมีที่ติดอยู่กับสถาบัน ได้แก่ ตำแหน่งที่มีอำนาจเกียรติยศและความยอมรับคนอยู่ใน ตำแหน่งดังกล่าว จะเริ่มมีบารมีเกิดขึ้นทีละเล็กละน้อยจนถึงจุด ๆ หนึ่งอาจกลายเป็นบารมีติดตัว และ (2) บารมีที่เกิดจากตัวบุคคลจากคุณสมบัติบางประการ จนทำให้บุคคลนั้นสะสมบารมีไว้มากพอจนมีโอกาสได้รับตำแหน่งสำคัญทางการเมือง ซึ่งอคิน รพีพัฒน์ (2546, น. 33-39) ได้กล่าวว่า ระบบอุปถัมภ์เป็นลักษณะเด่นประการหนึ่งของสังคมไทย เนื่องจากเป็นสังคมที่มีการกำหนดสถานภาพของบุคคลลดหลั่นจากบนลงมาสู่ล่าง คือ สังคมไทยเป็นสังคมที่มีโครงสร้างความแตกต่างระหว่างฐานะ ตำแหน่ง ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์ที่มีฐานะตำแหน่งสูงกว่า นอกจากนี้ระบบอุปถัมภ์ยังเป็นผลมาจากความเชื่อของสังคมไทยในเรื่องบุญ กรรม และเรื่องตายแล้วเกิดใหม่ เช่น ความเชื่อที่ว่าผู้ที่เกิดมาท่ามกลางเงินทองทรัพย์สิน อำนาจ วาสนา เป็นเพราะกรรมที่ทำไว้แต่ปางก่อน คนเราเกิดมาไม่เท่าเทียมกันด้วยเหตุที่บุญบารมีที่ได้สะสมไว้แต่ชาติปางก่อน เมื่อมีการยึดถือความแตกต่างในระดับสูง - ต่ำ ของฐานะตำแหน่งเป็นหลัก เราจึงพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่แตกต่างกันในฐานะ ตำแหน่งเป็นแบบที่มีความสำคัญยิ่งในการจัดระเบียบสังคมในด้านพฤติกรรมความสัมพันธ์ที่สำคัญและเห็นได้ง่ายที่สุดคือความสัมพันธ์แบบผู้ใหญ่ ผู้น้อย หรือความสัมพันธ์แบบลูกพี่ - ลูกน้อง เป็นลักษณะความสัมพันธ์ที่ตั้งอยู่บนฐานความไม่เสมอภาคในการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ ไม่ว่าจะผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมก็ตาม ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ เราเรียกว่า ความสัมพันธ์แบบผู้อุปถัมภ์และผู้รับอุปถัมภ์ นอกจากนี้ในระบบราชการระบบการเมืองหรือแม้แต่ในระดับองค์กรเล็ก ๆ ระดับเอกชนทั่วไปจะพบว่ามีการเล่นพรรคเล่นพวก เป็นสิ่งที่ยังไม่อาจแยกออกจากระบบต่าง ๆ ของสังคมไทยได้ตราบใดที่ลักษณะความสัมพันธ์แบบส่วนตัวยังคงมีอิทธิพลต่อสังคมไทยเช่นในปัจจุบันบุคคลย่อมเล็งเห็นความสำคัญของการมีเพื่อน และใช้ประโยชน์จากความช่วยเหลือเกื้อกูลพึ่งพากันในหมู่เพื่อนฝูงและพวกพ้อง การที่บุคคลจะสามารถมีอำนาจมากขึ้น ก็จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีเพื่อนและพวกพ้องเป็นบริวารมากขึ้นตามไปด้วย ขณะเดียวกันการใช้อำนาจที่ตนมีอยู่คอยดูแลให้ความช่วยเหลือต่อเพื่อนและพวกพ้องเป็นการตอบแทนซึ่งกันและกัน

Blua (1964) อธิบายไว้ใน Exchange and Power in Social Life ว่าลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์นั้นเป็นลักษณะของความร่วมมือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ความร่วมมือเกื้อกูลซึ่งกันและกันระหว่างมนุษย์ในสังคมนั้น สามารถอธิบายได้ว่าเป็นพฤติกรรมของความสัมพันธ์ที่มีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ (Exchange of Reciprocity) เมื่อใดก็ตามที่คน ๆ หนึ่งหยิบยื่นความช่วยเหลือแก่บุคคลอื่น เมื่อนั้นเขาจะมีข้อผูกมัดกับบุคคลที่เขาได้ให้ความช่วยเหลือไป ไม่ว่าใครจะตอบแทนความช่วยเหลือของเขาอย่างไรบ้าง เป็น “การตอบแทนแลกเปลี่ยนแบบหมูไปไก่มา” ความช่วยเหลือที่ได้รับในที่นี้ไม่จำเป็นจะต้องเป็นการตอบแทนในสิ่งเดียวกันหรือเป็นเงินตราเสมอไป บางครั้งการแสดงความรู้สึกว่าคนเป็นหนี้บุญคุณก็อาจใช้เป็นสิ่งแลกเปลี่ยนกับความช่วยเหลือที่เค้าต้องการจากผู้อื่นได้ และยังกล่าวว่า ฝ่ายให้ความช่วยเหลือมักไม่ค่อยได้รับความสำนึกในบุญคุณมาเป็นข้อแลกเปลี่ยนเพราะผู้เป็นฝ่ายให้ความช่วยเหลือมักจะมีความรู้สึกว่า “ความสำนึกในบุญคุณ” ของผู้ที่ได้รับความช่วยเหลือจากเขาไปนั้น เป็นสิ่งตอบแทนที่ไม่คุ้มค่าของเวลาและการลงทุนในสิ่งอื่น ๆ ที่เขาได้เสียไป

2. แนวคิดระบบคุณธรรม หรือ (Merit system) เกิดจากการที่ผู้ปกครองได้อาศัยอำนาจสิทธิขาดประกอบหลักธรรมของผู้บังคับบัญชาแต่ละคน ซึ่งนำไปสู่การบริหารงานเพื่อประโยชน์ของคนเพียงจำพวกใดจำพวกหนึ่ง รวมไปถึงการใช้อำนาจ เกิดความไม่มั่นคง และไร้ประสิทธิภาพ ซึ่งการจัดการบริหารงานบุคคลตามระบบคุณธรรม มีความมุ่งหมายที่จะให้ข้าราชการได้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของรัฐในการเอื้ออำนวยบริการเพื่อประโยชน์ของประชาชน โดยการบริหารงานบุคคลโดยยึดหลักระบบคุณธรรมนั้นมีแนวคิดที่ยึดเป็นหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติ 4 ประการคือ (1) หลักความเสมอภาค Equality เป็นการเปิดโอกาสให้

ผู้มีคุณสมบัติทุกคน Open to all ให้โอกาสแก่ผู้มีสิทธิ์อย่างเท่าเทียมกัน หน้าที่ ความรับผิดชอบอย่างเดียวกันจะต้องได้รับค่าตอบแทนที่เท่ากัน ได้รับการปฏิบัติอย่างเดียวกันโดยไม่คำนึงถึงภูมิหลัง ชาติตระกูล เพศ ผิวพรรณ หรือญาติใคร นามสกุลใหญ่โตขนาดไหน ฯลฯ ถ้ามีความสามารถบุคคลนั้นย่อมมีสิทธิเท่าเทียมกัน (2) หลักความสามารถ Competence หมายถึง การยึดหลักความรู้ความสามารถของบุคคลเป็นสำคัญ พยายามหาทางคัดเลือกให้ได้ผู้มีความรู้ ความสามารถที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน โดยให้ผู้มีความรู้ ความสามารถมาสมัครให้ได้มากที่สุด หาวิธีการที่เหมาะสมมาทำการคัดเลือก การโยกย้าย การเลื่อนตำแหน่งต้องคำนึงถึงหลักความสามารถของบุคคลเป็นสำคัญ (3) หลักความมั่นคง Security หมายถึง หน่วยงานพยายามทำให้ทุกคนที่เข้ามาอยู่กับหน่วยงานมีความมั่นคงในชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพของการทำงาน เงินเดือน สวัสดิการ และประโยชน์เกื้อกูลอื่น ๆ ประกันมิให้ถูกกลั่นแกล้ง หรือถูกออกจากราชการ โดยไม่มีความผิด เช่น การจ่ายค่าตอบแทนตามค่าของความสามารถหรือผลของงาน เพื่อให้ทุกคนในหน่วยงานรู้สึกว่าตนเองมีโอกาสใช้ความรู้ความสามารถให้เติบโตก้าวหน้า ในหน้าที่การงาน ทุกคนก็จะทุ่มเททำงานให้กับหน่วยงาน และ (4) หลักความเป็นกลางในทางการเมือง Political Neutrality หมายถึง ผู้บริหารหน่วยงานทำหน้าที่ในการดูแล และผดุงระบบคุณธรรมในการบริหารงานบุคคล ให้ปลอดจากอิทธิพลทางการเมือง (ทั้งภายนอกและภายใน) อิทธิพลอำนาจมืดหรือผู้ที่สามารถให้คุณให้โทษได้ และข้าราชการประจำจะต้องปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาลอย่างเต็มความรู้ความสามารถ ต้องไม่กระทำตนให้ตกอยู่ภายใต้อาณัติหรืออิทธิพลของการพรรคการเมือง (ธนธัช ขุนเมือง, 2555, น. 1-3)

3. แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มผลประโยชน์ และกลุ่มที่มีอิทธิพลอยู่ในพื้นที่ Duverger (1972, p. 102) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มผลประโยชน์ไว้ว่า “กลุ่มผลประโยชน์ไม่มีบทบาทโดยตรงในการแสวงหาอำนาจ แม้ว่าจะมีอิทธิพลต่อศูนย์อำนาจ แต่ก็อยู่ภายนอกศูนย์อำนาจ พยายามที่จะโน้มน้าวบุคคลที่มีอำนาจ แต่ไม่พยายามที่จะเสนอกลุ่มของตนเองเข้ามาเพื่อครอบครองอำนาจแทนอย่างเป็นทางการ” ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ จันทนา สุทธิจารี (2549, น. 13-21) ที่กล่าวว่า กลุ่มผลประโยชน์ไม่ใช่องค์การทางการเมือง กิจกรรมเกิดขึ้นเพื่อผลักดันทางการเมือง ไม่ใช่กิจกรรมที่สำคัญที่สุดของกลุ่มผลประโยชน์ แต่กลุ่มผลประโยชน์บางกลุ่มสามารถทำตนเป็นกลุ่มอิทธิพลทางการเมืองได้ในบางสถานการณ์ หากมีเงื่อนไขบางอย่างเอื้ออำนวย เช่น ความใกล้ชิดกับศูนย์อำนาจทางการเมือง คุณสมบัติของสมาชิก ฐานการเงินของสมาชิกกลุ่ม หรือสมาชิกกลุ่มบางคนก้าวล่วงเข้าไปมีอำนาจในระบบการเมือง ก็อาจจะส่งผลให้กลุ่มผลประโยชน์นั้นกลายเป็นกลุ่มอิทธิพลทางการเมือง เมื่อมีอิทธิพลมากขึ้น กลุ่มอิทธิพลดังกล่าว ก็อาจจะมีการพัฒนานำไปสู่การเป็นกลุ่มการเมืองที่เป็นทางการ หรือเป็นพรรคการเมืองที่ถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งในการเมืองระดับท้องถิ่นและการเมืองระดับประเทศได้ วูดตัน (Wootton, 1970) กล่าวว่า กลุ่มผลประโยชน์เป็นองค์กรที่แสวงหาอิทธิพลเหนือนโยบายสาธารณะ (Public Policy) แต่ในขณะเดียวกันก็จะปฏิเสธที่จะรับผิดชอบกิจการสาธารณะหรือปฏิเสธที่จะรับผิดชอบ โดยตรงต่อการปกครองประเทศ การเรียกร้องของกลุ่มผลประโยชน์ หากได้กระทำการเรียกร้องข้อเสนอของตน โดยผ่านสถาบันใด ๆ ของรัฐบาล กลุ่มผลประโยชน์นั้นก็จะกลายเป็นกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง (Political interests group) และเมื่อใดกลุ่มผลประโยชน์ได้ปฏิบัติการในระดับการเมืองกลุ่มนี้จะเรียกว่ากลุ่มผลักดัน (Pressure Group) และนอกจากนี้คำกล่าวของ Mahler (1995, p. 143) ระบุว่า การที่คนมาร่วมกันโดยรับรู้เข้าใจว่านั้นคือ ผลประโยชน์ของพวกเขาที่ต้องทำ กลุ่มผลประโยชน์จึงเป็นไปยังทฤษฎีพหุนิยม ที่เชื่อว่าปัจเจกชนมารวมกลุ่มกันเพราะพวกเขาคิดว่า พวกเขาจะเป็นตัวแทนที่ดีกว่าและมีอิทธิพลทางการเมืองได้มากกว่าในการทำอะไรคนเดียว Truman (1955, p. 37) ได้ให้ความหมายของคำว่า กลุ่มผลประโยชน์ หมายถึง กลุ่มต่าง ๆ ซึ่งมีทัศนคติพื้นฐานร่วมกันในการเรียกร้องสิทธิเหนืออื่น ๆ ในสังคม เพื่อความมั่นคงธำรงไว้หรือส่งเสริมเพิ่มพูนแบบพฤติกรรมซึ่งทำให้ปรากฏอยู่ด้วยทัศนคติร่วมกัน แต่ถ้าเพียงเรียกร้องผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ก็ยังไม่ถือว่ามีพฤติกรรมทางการเมือง แต่ถ้ากลุ่มผลประโยชน์ไปเรียกร้องเอากับสถานรัฐบาลเมื่อไร กลุ่มเหล่านี้จะกลายเป็นกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง และสมพงษ์ ชูมาก (2548, น. 1) ยังกล่าวไว้ว่า กลุ่มผลประโยชน์ ยังหมายรวมถึงกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม เช่น กลุ่มกรรมกร กลุ่มลูกจ้าง กลุ่มชาวนา กลุ่มชาวสวน สมาคมและกระบวนการต่าง ๆ เป็นต้น

ซึ่งกลุ่มเหล่านี้จะมีบทบาทในการบีบบังคับทางการเมืองต่อฝ่ายปกครอง ตามแต่ลักษณะกลุ่มและตามสถานการณ์ทางการเมือง

4. แนวคิดทฤษฎีความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัตินั้น วรเดช จันทรศร (2556, น. 130) กล่าวไว้ว่า นโยบายสาธารณะ ถือเป็นกลไกหลักสำคัญในการดำเนินงานของรัฐบาล และหน่วยงานภาครัฐทุกแห่ง ด้วยเหตุที่นโยบายสาธารณะเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่รัฐบาลจัดทำขึ้นหรือกำหนดขึ้น เพื่อเจตนาในการแก้ไขปัญหาทั้งระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งการนำนโยบายไปปฏิบัติที่ผ่านมาประสบผลสำเร็จเพียงส่วนน้อย และยังมีนโยบายอีกจำนวนมากที่ยังไม่สามารถดำเนินการต่อให้สำเร็จได้ ซึ่งสาเหตุหลักของความล้มเหลวดังกล่าวมาจากปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้ทางวิชาการที่สมบูรณ์ และปัญหาด้านความร่วมมือและการยอมรับของผู้ปฏิบัติงาน องค์ประกอบที่ทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติ และเกิดประสิทธิผลประกอบด้วย (1) เครื่องมือทางนโยบาย หรือเรียกว่า เครื่องมือสำหรับการปกครอง หมายถึง เครื่องมือหรือวิถีทาง ที่รัฐบาลใช้ในการลงมือปฏิบัตินโยบาย เพราะในกระบวนการนโยบายรัฐบาลไม่เป็นเพียงผู้ดำเนินการตัดสินใจในเรื่องนโยบายเท่านั้น หากแต่ยังเป็นผู้ลงมือปฏิบัติ การตัดสินใจนโยบายนั้น ๆ ผ่านกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งมี 2 แบบ คือ เครื่องมือที่เป็นกฎระเบียบของรัฐบาล และเครื่องมือที่ไม่ได้เป็นกฎระเบียบของรัฐบาล (1.1) เครื่องมือที่เป็นกฎระเบียบของรัฐบาล คือ สิ่งที่รัฐบาลกำหนดกลุ่มเป้าหมายของกฎระเบียบ ต้องให้การยอมรับกฎระเบียบ และเมื่อกลุ่มดังกล่าวไม่สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบได้ก็จะได้รับการลงโทษ กฎ ระเบียบ อาจเป็นกฎหมาย หรือกฎกระทรวงหรือกำหนดของหน่วยงานฝ่ายบริหารก็ได้ ข้อดีของเครื่องมือที่เป็นกฎระเบียบคือความประหยัดจากการใช้เครื่องมือเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้เครื่องมืออื่นซึ่งอาจจะต้องมีค่าใช้จ่าย แต่การใช้กฎ ระเบียบเป็นเครื่องมือไม่จำเป็นต้องมีข้อมูลมากนัก และสามารถปรับใช้ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว แต่ข้อเสียของเครื่องมือนี้คือไม่ก่อให้เกิดความยืดหยุ่นและทำให้ขาดการพิจารณาสถานการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจจะแตกต่างกันออกไป (1.2) เครื่องมือที่ไม่ได้เป็นกฎระเบียบของรัฐบาล คือ ครอบครัว ชุมชน องค์กร และอาสาสมัคร (2) นโยบายสาธารณะที่ดี คือ นโยบายที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนโดยส่วนรวม โดยเฉพาะจะต้องมีกลไกบริหารของภาครัฐที่ดี (Good Governance) หรือสังคมแบบประชาธรรมหรือธรรมรัฐ โดยประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย ดังนั้นกระบวนการดังกล่าวอาจจะเกิดขึ้นจากการผลักดันของสังคมเมื่อเกิดปัญหา เพื่อให้รัฐเห็นความสำคัญและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นต่อประชาชน และนำหลักการบริหารบ้านเมืองที่ดีมาใช้ในการดำเนินนโยบาย (3) หน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ หน่วยงาน หรือองค์กรที่มีหน้าที่ในการนำนโยบายไปปฏิบัติอาจมีเพียงหน่วยงานเดียวหรือมากกว่านั้น ทั้งนี้ในการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ต่อกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับสถานะของหน่วยงานที่ทำหน้าที่ปฏิบัติสามารถทำได้สองรูปแบบ คือ การพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบภายในหน่วยงาน (Inter-organizational Relation) และการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ และการสื่อสารระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทั้งสองรูปแบบต้องอาศัยการสื่อสารของข้อมูลและข่าวสารที่มีประสิทธิภาพและถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งกระบวนการแปลงสภาพของนโยบายให้กลายมาเป็นโครงการ แผนงาน และแนวทางปฏิบัติ โดยทั่วไปหน่วยงานประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญหลายประการ ทั้งที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ บุคลากร ทรัพยากรที่มีอยู่ โครงสร้างขององค์การ และที่เป็นนามธรรมได้แก่ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มองค์กรประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบลมาบข่า เทศบาลตำบลมาบข่าพัฒนา และเทศบาลตำบลมะขามคู่ อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง จำนวน 3 เขตพื้นที่ ซึ่งจะประกอบไปด้วย 6 กลุ่มตัวอย่าง ของแต่ละพื้นที่ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชน (กำนันและผู้ใหญ่บ้าน) 2) กลุ่มผู้นำสตรี/แม่บ้าน 3) กลุ่มผู้สูงอายุ 4) กลุ่มเกษตรกร 5) กลุ่มพ่อค้าแม่ค้า และ 6) กลุ่มข้าราชการในพื้นที่ จำนวน 110 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์กลุ่มรายย่อย (focus group) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มองค์กรประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลมะขามคู่, เทศบาลตำบลมาบข่า, เทศบาลตำบลมาบข่าพัฒนา จังหวัดระยอง โดยมีประเด็นในการสัมภาษณ์ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของ ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วย อายุ ตำแหน่งทางสังคม ระดับการศึกษา, ระยะเวลาที่อาศัยภูมิลำเนาในพื้น

วิธีการและเครื่องมือของกลุ่มผลประโยชน์ที่นำมาใช้ในการแข่งขันทางการเมืองในเขตพื้นที่เทศบาลฯ โดยประเด็นในการสัมภาษณ์ประกอบไปด้วย

1) ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ทำให้กลุ่มนักการเมืองชนะการเลือกตั้งและกลุ่มนักการเมืองพี่แพ้การเลือกตั้งในปัจจุบัน

2) ท่านคิดว่าปัจจัยใดในการสร้างค่านิยมของกลุ่มนักการเมืองที่ชนะการเลือกตั้งและกลุ่มนักการเมืองที่แพ้การเลือกตั้งปัจจุบัน มีวิธีการในการสร้างความนิยม

จากประชาชนอย่างไรบ้าง

3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลต่อลักษณะการต่อสู้ทางการเมืองของกลุ่มผลประโยชน์ (3.1) ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในเขตพื้นที่ ประเด็นในการสัมภาษณ์ประกอบด้วย (3.1.1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลการสร้างสัมพันธภาพของกลุ่มนักการเมืองที่ชนะการเลือกตั้งและกลุ่มนักการเมืองที่แพ้การเลือกตั้งปัจจุบันในการทำความรู้จักกับกลุ่มองค์กรประชาชนในชุมชนอย่างไรบ้าง (3.1.2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ บทบาทของกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ของประชาชนในการสนับสนุนของกลุ่มนักการเมืองที่ชนะในการเลือกตั้งและกลุ่มนักการเมืองที่แพ้การเลือกตั้งอย่างไร (3.1.3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทบาทการให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติ และนโยบายของผู้สมัครรับเลือกตั้ง และ (3.1.4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลต่อการให้ความสำคัญต่อกลุ่มการเมือง

4) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 110 คน มาทำการรวบรวม และแยกวิเคราะห์เป็นแต่ละประเด็น ตามความเห็นของแต่ละกลุ่มย่อย (focus group) และนำมาแยก ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จึงนำเสนอผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่กำหนดไว้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1) ศึกษาวิธีการแข่งขันของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในระดับเทศบาลตำบล อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มนักการเมืองที่ชนะการเลือกตั้งปัจจุบันที่ประสบความสำเร็จในการเลือกตั้ง มีดังนี้ 1) มีนโยบายที่ชัดเจน และตอบสนองความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่ 2) เป็นคนในพื้นที่รู้และเข้าใจปัญหาเป็นอย่างดี เข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง 3) มีความเป็นเครือญาติกับคนในพื้นที่ และมีความสัมพันธ์อันดีตลอดมา 4) มีพรรคการเมืองระดับชาติให้การสนับสนุน ช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ ส่วนวิธีการในการสร้างความนิยมจากประชาชนหรือเข้ามาช่วยเหลือ ส่งเสริมกิจกรรมของชุมชน ของ กลุ่มนักการเมืองที่ชนะการเลือกตั้ง ได้แก่ 1) การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนต่อเนื่องเป็นประจำ 2) สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนทุกครั้ง 3) เข้าร่วมกิจกรรมในวันสำคัญของชาติ ร่วมกับชุมชนและหน่วยงานภาครัฐ 4) สร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและร่วมผลักดันกิจกรรมใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง 5) ไม่ยึดติดตัวตน เป็นกันเองกับชาวบ้านเหมือนญาติพี่น้อง ไม่แบ่งกลุ่มหรือประเภท โดยเฉพาะในเรื่องผลประโยชน์แอบแฝง 6) ปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนทุกภาคส่วนที่มีปัญหาในการดำเนินงาน และในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลต่อลักษณะการต่อสู้ทางการเมืองของกลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มสตรีแม่บ้าน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มพ่อค้า/แม่ค้าและกลุ่มข้าราชการ มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ลักษณะการต่อสู้ทางการเมืองระดับท้องถิ่นการเมืองของกลุ่มผลประโยชน์ จะเป็นไปในรูปแบบเข้าพื้นที่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเรื่องตัวบุคคล บทบาททางการเมือง นโยบาย การปกป้องผลประโยชน์ตลอดจนในเรื่องของความสัมพันธ์ โดยมีกลุ่มชาวบ้านคอยช่วยเหลือและช่วยอำนวยความสะดวก และต่างก็เร่งทำในเรื่องของประชานิยมของการแข่งขัน และเป็นไปในลักษณะของการลงพื้นที่หาเสียงใช้ความสัมพันธ์เชิงเครือญาติซึ่งต่างฝ่ายต่างให้เครือญาติและเพื่อน ๆ ช่วยเหลือเพื่อขอคะแนนเสียงจากพี่น้องประชาชนในพื้นที่ และที่สำคัญกลุ่มนักการเมือง ได้ใช้การประสานงานที่ดี เพื่อขอความช่วยเหลือจากนักการเมืองระดับประเทศเพื่อให้การสนับสนุน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในอำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง ผลการวิจัย พบว่า

1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลการสร้างสัมพันธภาพของกลุ่มนักการเมืองที่ชนะการเลือกตั้งและกลุ่มนักการเมืองที่แพ้การเลือกตั้งปัจจุบันในการทำความรู้จักกับกลุ่มองค์กรประชาชนในชุมชน พบว่า กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มสตรีแม่บ้าน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มพ่อค้า/แม่ค้าและกลุ่มข้าราชการ มีความเห็นสอดคล้องกันว่า กลุ่มนักการเมืองระดับท้องถิ่นได้เข้ามาสร้างความสัมพันธภาพ และได้เข้า

มาทำความรู้จักกับพี่น้องประชาชนและกลุ่มผู้นำชุมชนในพื้นที่อยู่เป็นประจำและต่อเนื่อง การที่จะทำให้กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นชนะการเลือกตั้งได้นั้น จำเป็นจะต้องประกอบไปด้วย การเข้าไปมีส่วนร่วม การให้การสนับสนุน การสร้างความสัมพันธ์และการปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนทุกองค์กร ทุกกลุ่มที่อยู่ในเขตพื้นที่และอีกประการหนึ่งมีความจริงใจในการเข้าไปช่วยเหลือและการมีส่วนร่วมมีความต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการวางรากฐานทางด้านงานมวลชน เนื่องจากเป็นคนในพื้นที่ และสร้างเสริมสิ่งที่เป็นประโยชน์กับพี่น้องในชุมชนเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นงานกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมทางสังคมในเขตพื้นที่ทุกครั้งเมื่อมีการจัดงานกลุ่มนักการเมืองระดับท้องถิ่นที่ได้รับการเลือกตั้งและไว้วางใจเข้ามาดำรงตำแหน่งทางการเมืองจะเข้าร่วมกิจกรรมไม่ขาดหรือถ้าหาไม่ได้มาด้วยตนเองก็จะส่งทีมงาน ตัวแทนเข้ามาร่วมทุกครั้งทำให้เกิดความไว้วางใจจากชาวบ้านในพื้นที่ ที่เห็นว่านักการเมืองให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้ และก็ถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมไปแล้วของนักการเมืองท้องถิ่นต้องปฏิบัติเพื่อสร้างความใกล้ชิดกับประชาชนทำให้ได้รับความไว้วางใจและเป็นฐานเสียงในการเลือกตั้งครั้งต่อไปและอีกประการหนึ่งชาวบ้านถือว่านักการเมืองจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมทุกครั้งเมื่อมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนไม่ว่าจะเป็นทางการและไม่เป็นทางการก็ตามกลายเป็นวัฒนธรรมการเมืองท้องถิ่นของพื้นที่นั้น ส่วนสาเหตุที่ทำให้กลุ่มนักการเมืองที่แพ้การเลือกตั้งมาจาก การขาดความร่วมมือ การขาดการมีส่วนร่วม การไม่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมต่าง ๆ การไม่ปกป้องผลประโยชน์และการสร้างความสัมพันธ์ ที่เป็นมวลชนกับประชาชนทุกกลุ่ม ทุกองค์กรที่อยู่ในพื้น นอกจากนั้นความจริงใจในการแก้ไขปัญหา การให้การสนับสนุนไม่มีความต่อเนื่องชัดเจนทำให้ประชาชนมองเห็นถึงความเข้าใจและจริงใจในการทำหน้าที่รับประชาชน จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้แพ้การเลือกตั้งเพราะขาดความจริงใจ ความเชื่อใจ ของประชาชนนั่นเอง

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทบาทของกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ของประชาชนในการสนับสนุนของกลุ่มนักการเมืองที่ชนะในการเลือกตั้งและกลุ่มนักการเมืองที่แพ้การเลือกตั้ง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มนักการเมืองที่ชนะการเลือกตั้งมีความเห็นสอดคล้องกันว่ากลุ่มนักการเมืองระดับท้องถิ่นได้รับการสนับสนุน โดยจะสนับสนุนแนะนำเกือบทุกกลุ่มโดยมีเหตุผลจากการเข้าถึงประชาชนตลอดเวลา ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือประชาชนในกลุ่มต่าง ๆ สมัยที่ผ่านมาในการทำหน้าที่บริหารงานที่สามารถทำให้เห็นเป็นรูปธรรมทุกภาคส่วน จึงทำให้ส่วนใหญ่จะยึดในตัวบุคคลที่เป็นผู้นำทางการเมืองมากกว่า ที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสมัยที่ผ่าน จึงทำให้ชาวบ้านที่ได้รับผลประโยชน์จะให้การสนับสนุนในการหาเสียงและเรียกคะแนนเสียงด้วยความเต็มใจ ส่วนผู้นำหมู่บ้านในฐานะเป็นตัวแทนของชาวบ้านส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้ามาให้การสนับสนุนได้เพราะต้องวางตัวเป็นกลางทางการเมือง ในกลุ่มนักการเมืองที่แพ้การเลือกตั้ง พบว่า การสนับสนุนและช่วยเหลือในการหาเสียงเลือกตั้งในฐานะเป็นตัวแทนของชาวบ้านไม่มากนัก เพียงแต่รับฟังรับรู้นโยบายและวิธีการหาเสียงเท่านั้น เพราะขาดความใกล้ชิดกับประชาชนไม่มีความคุ้นเคยผู้สมัครและความศรัทธาไม่มีจึงทำให้การสนับสนุนส่วนใหญ่มีน้อยไม่ว่าจะเป็นการแนะนำบอกต่อผู้สมัคร ส่วนผู้นำชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้ามาให้การสนับสนุนได้เพราะต้องวางตัวเป็นกลางทางการเมือง

3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทบาทความสำคัญของคุณสมบัติ และนโยบายของผู้สมัครรับเลือกตั้ง กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มสตรีแม่บ้าน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มพ่อค้า/แม่ค้าและกลุ่มข้าราชการ พบว่า มีความเห็นที่แตกต่างกันโดยแต่ละกลุ่มบางส่วนให้ความสนใจต่อนโยบายมากกว่า เพราะเห็นว่านโยบายเป็นตัวบ่งบอกถึงแนวทางการพัฒนาชุมชนที่ชัดเจน ซึ่งหากมีนโยบายที่ดีย่อมทำให้ชาวบ้านเกิดความนิยมชมชอบได้ ขณะเดียวกันกลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มพ่อค้า/แม่ค้า บางส่วนให้ความสำคัญกับตัวบุคคลหรือคุณสมบัติส่วนบุคคล ซึ่งเห็นว่าหากนักการเมืองมีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ มีคุณธรรมในการทำงาน ย่อมส่งผลให้การพัฒนาชุมชนเป็นไปได้ด้วยดี อีกทั้งการกำหนดนโยบายก็จะทำได้ดีด้วย

4) ผลจากบทบาทของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง ในเขตพื้นที่เทศบาล จากการสัมภาษณ์กลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่ พบว่า ทุกกลุ่มมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันคือบทบาทของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในเขตพื้นที่ส่งผลบวกมากกว่าผลลบ เนื่องจากกลุ่มผลประโยชน์ในพื้นที่มีการแข่งขันเข้าพบชาวบ้าน เข้าร่วมกิจกรรม ให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ ของชุมชนในพื้นที่

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนะเชิงนโยบายในการศึกษารูปแบบและวิธีการของการแข่งขันทางการเมืองท้องถิ่นที่ดี และเป็นทางเลือกให้กับประชาชนในการเลือกตั้งท้องถิ่นครั้งต่อไป ผลการวิจัยพบว่า

1) ข้อเสนอแนะที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 กลุ่ม ของเทศบาลตำบล อำเภอนิคมพัฒนา มีความเห็นสอดคล้องกัน ในประเด็นดังต่อไปนี้ (1) ความโปร่งใสในการทำงานสามารถตรวจสอบได้ ไม่ใช้อำนาจหรืออิทธิพลเข้าแทรกแซรงการเลือกตั้งเพื่อให้ได้เข้ามาดำรงตำแหน่งทางการเมือง รวมถึงความสัมพันธ์กับกลุ่มต่าง ๆ ในการกดดันเชิญชวนกระทำผิดกฎหมายเลือกตั้ง (2) ควรทำงานในเชิงรุกในการแก้ไขปัญหาของชาวบ้านอย่างต่อเนื่อง (3) เข้าร่วมรับฟังปัญหาของชาวบ้าน โดยให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา (4) ควรให้ความร่วมมือในการพัฒนาอย่างจริงจังกับชุมชน โดยไม่หวังผลประโยชน์ตอบแทน (5) แสวงหาความร่วมมือกับชาวบ้านในการแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืนไม่ว่าจะเป็นทางด้านสังคม การเกษตร การเมือง และการปกครอง และ (6) ประสานงานกับหน่วยงานราชการให้ชาวบ้านเพื่อให้มีความรวดเร็วในการดำเนินงาน ข้อขัดข้องต่าง ๆ ของระเบียบทางราชการ

2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากการศึกษาวิธีการแข่งขันทางการเมืองท้องถิ่นของกลุ่มผลประโยชน์ของเทศบาลตำบล อำเภอนิคมพัฒนา ผลการวิจัย พบว่า (2.1) วิธีการและเครื่องมือของกลุ่มผลประโยชน์ที่นำมาใช้ในการแข่งขันทางการเมือง ได้แก่ (1) การนำเสนอนโยบายที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน หรือเรียกอีกอย่างว่า นโยบายประชานิยมที่ตอบสนองและแก้ ไขปัญหาของคนในพื้นที่ได้ ทุกกลุ่มทุกองค์กรของประชาชน (2) การสร้างความสัมพันธ์ กับกลุ่มองค์กรประชาชนทุกภาคส่วนโดยการลงพื้นที่และให้ความเป็นกันเองเหมือนญาติพี่น้องเป็นรูปแบบในการแข่งทางการเมืองอันดับแรกที่จะช่วยให้มีฐานคะแนนเสียงเพิ่มมากขึ้น (3) การเข้าไปมีส่วนร่วมในการปกป้องผลประโยชน์ขององค์กรภาคประชาชนแต่ละกลุ่มมีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ (4) การสนับสนุนกิจกรรมของประชาชนทุกกลุ่มที่อยู่ในพื้นที่อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และ (5) ความต่อเนื่องในการลงพื้นที่และความจริงใจในการทำงานจึงทำให้สามารถชนะการเลือกตั้งได้ (2.2) ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในเขตพื้นที่ (1) การเข้าไปมีส่วนร่วมกับภาคประชาชนในการเข้าร่วมกิจกรรม ขององค์กรและกลุ่มมีความต่อเนื่องทุกครั้ง โดยให้ความสำคัญของกิจกรรมประชาชนในเขตพื้นที่ซึ่งจะทำให้เกิดความใกล้ชิดและสร้างความมั่นใจในการทำงานทางการเมืองตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี นอกจากนั้นในเรื่องของการเข้าไปปกป้องผลประโยชน์ของประชาชน (2) การให้การสนับสนุนส่งเสริม ผลประโยชน์ของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านโครงการและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มและองค์กรประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่นั้นมีความต่อเนื่องสม่ำเสมอและคอยให้ความช่วยเหลือในด้านการประสานงานและปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนทุกกลุ่ม ก็จะทำความสัมพันธ์ของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองมีความหนักแน่นมากขึ้นและเป็นฐานคะแนนเสียงในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

3) บทบาท ความสำคัญของคุณสมบัติ และนโยบายของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ผลการวิจัย พบว่า (3.1) การให้ความสำคัญเกี่ยวกับนโยบายที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนที่กลุ่ม เพราะประชาชนจะสามารถรับรู้ได้ว่านโยบายอะไรที่จะทำประชาชนได้รับผลประโยชน์มากเหนือน้อย และบ่งบอกถึงความรู้ ความสามารถของกลุ่มการเมืองที่จะเข้ามาแก้ไขปัญหาท้องถิ่นของตนเองได้ นอกจากนั้นยังเป็นแนวทางในการพัฒนาพื้นที่และแก้ไขปัญหาความต้องการของประชาชนได้ (3.2) ตัวบุคคล บุคคลที่จะเข้ามาดำรงตำแหน่งทางการเมืองจะต้องเป็นที่ยอมรับจากประชาชนและมีความซื่อสัตย์ มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่จะสามารถกำหนดนโยบายที่ดีกับประชาชนได้ ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่น

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่า ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองเทศบาลตำบลมะขามคู่ เทศบาลตำบลมาบข่า และ เทศบาลตำบลมาบข่าพัฒนา จังหวัดระยอง ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่ชนะการเลือกตั้งจะเป็นรูปแบบ ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ เนื่องจากส่วนใหญ่กลุ่มนักการเมืองที่ชนะการเลือกตั้ง เป็นคนในพื้นที่โดยกำเนิด มีรูปแบบความสัมพันธ์แบบการเป็นเพื่อนบ้าน เป็นคนในชุมชนเดียวกัน รูปแบบความสัมพันธ์แบบผู้ใต้บังคับบัญชากับผู้บังคับบัญชา และรวมไปถึงรูปแบบ

ความสัมพันธ์แบบผลประโยชน์ต่างตอบแทน ผู้นำของนักการเมืองที่ชนะการเลือกตั้งเป็นผู้มีฐานะทางการเงินที่ดีพอสมควร ประกอบกับมีเครือญาติที่เป็นนักการเมืองท้องถิ่น นักการเมืองระดับชาติ และทำธุรกิจต่าง ๆ ค้าขาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กชพร กันทะวงศ์ (2551, น. 1) ที่ได้ศึกษาระบบอุปถัมภ์มีความสัมพันธ์อย่างไรต่อการก้าวสู่ตำแหน่งนายกเทศมนตรีของเทศบาลตำบลในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยทำการผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ประกอบด้วย นายกเทศมนตรี กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ตัวแทนกลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี/แม่บ้าน และกลุ่มผู้สูงอายุในเทศบาลตำบล 3 แห่ง เขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า 1) รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรี กับกลุ่มผู้ลงคะแนนเสียงในตำบล ได้แก่ คะแนนใช้ระบบหัวคะแนนหรือเครือข่ายความสัมพันธ์ 2) รูปแบบการให้ความช่วยเหลือด้วยวิธีการต่าง ๆ แก่ประชาชนของผู้สมัครนายกเทศมนตรีในฐานะผู้ให้ที่มีผลต่อการโน้มน้าวให้ผู้อื่นไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้ ได้แก่ สัญญาว่าจะให้ที่ถูกต้องตามกฎหมายคือนโยบายที่ใช้สำหรับการหาเสียง และ 3) รูปแบบการให้ความสนับสนุนการลงคะแนนเสียงให้แก่ผู้รับสมัครรับเลือกตั้งเป็นนายกเทศมนตรี เพราะเคยได้รับประโยชน์จากผลงานทางการเมืองของผู้นั้น และงานวิจัยของ บุญถม อุตเสนา (2539, น. 138-144) การซื้อขายเสียงเลือกตั้ง ในสังคมมนุษย์จะต้องมีการปฏิสัมพันธ์ต่อกัน มีการคบหาสมาคมกันอย่างใกล้ชิดหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับการตอบสนองความต้องการและทำประโยชน์ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความต้องการและผลประโยชน์จึงเป็นตัวกำหนดที่ทำให้เกิดการซื้อขายเสียงเลือกตั้งที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับระบบอุปถัมภ์ คือ เมื่อรับเงินแล้วต้องเลือกผู้สมัครหมายเลขนั้นตามแนวคิด "ผู้อุปถัมภ์" และ "ผู้รับอุปถัมภ์" เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองฝ่ายซึ่งต่างฝ่ายต่างช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความสัมพันธ์แบบนี้อยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นหลักและอาจสิ้นสุดลงเมื่อใดก็ได้ขึ้นอยู่กับความมั่งคั่งและอำนาจของผู้อุปถัมภ์ว่าสามารถควบคุมและแบ่งสรรผลประโยชน์อันเป็นคุณค่าทางสังคมของคน มาตั้งอยู่บนคุณค่าความสัมพันธ์ของการให้ความช่วยเหลือ ความเป็นเครือญาติ ความเกรงใจ บุญคุณ ความเคารพ อาวุโสและความใกล้ชิดอันเป็นคุณค่าที่นำมาพิจารณาในการชักจูงการช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ของหัวคะแนนจากผู้มีฐานะดีถือเป็นการทำบุญและสะสมบุญ สภาพดังกล่าวก่อให้เกิด "กลุ่มบริวาร" ระบบอุปถัมภ์ในที่สุดการแสวงหาผู้อุปถัมภ์และผู้ใต้อุปถัมภ์จะดำเนินต่อเนื่องอย่างไม่รู้จบ และกลายเป็นสถาบันที่มีเสถียรภาพ ดังนั้น จึงมีความสัมพันธ์กับกลุ่มข้าราชการระดับสูง นักธุรกิจ และนักการเมืองระดับชาติ ซึ่งต่างก็ให้การสนับสนุนช่วยเหลือกันและกันมาโดยตลอด เช่นเดียวกับลักษณะความสัมพันธ์ของชุมชนกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่แพ้การเลือกตั้งพบว่า มีความสัมพันธ์ในรูปแบบเดียวกัน คือ ลักษณะความสัมพันธ์แบบคนรู้จัก คนคุ้นเคย เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากผู้นำของกลุ่มทางการเมืองกลุ่มนี้จะไม่ใช่คนในพื้นที่ แต่ก็มีเพื่อนและมีเครือญาติ คนรู้จัก และคนให้การสนับสนุนในชุมชน แต่มีจำนวนไม่มากเท่ากับกลุ่มของนักการเมืองที่ชนะการเลือกตั้ง ถึงแม้ว่าสมาชิกของกลุ่มนี้บางคนจะเป็นคนในพื้นที่ของชุมชนโดยตรง แต่ก็ไม่ค่อยมีบทบาทที่โดดเด่น รวมไปถึงการทำงานช่วยเหลือชุมชน หรือสนับสนุนงบประมาณในชุมชนมากมายนัก จึงส่งผลให้แพ้การเลือกตั้ง

ในส่วนของวิธีการ และเครื่องมือของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่นำมาใช้ในการแข่งขันของเทศบาลตำบลมะขามคู่ เทศบาลตำบลมาบข่า และ เทศบาลตำบลมาบข่าพัฒนา จังหวัดระยอง ผลจากการศึกษา พบว่า วิธีการ และเครื่องมือของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่ชนะการเลือกตั้งนำมาใช้ในการแข่งขันทางการเมืองนั้น คือ การใช้นโยบายในการหาเสียง ที่เน้นการช่วยเหลือส่งเสริมอาชีพของชาวบ้านเศรษฐกิจชุมชนเป็นหลัก สอดคล้องกับความต้องการของชาวบ้าน และสามารถนำมาปฏิบัติกับชุมชนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังมีวิธีการหาเสียง โดยการลงพื้นที่เข้าพบเพื่อพูดคุยกับชาวบ้านในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับชาวบ้าน ตลอดจนให้การสนับสนุนงบประมาณสำหรับการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนเป็นประจำ ซึ่งการใช้เครื่องมือหรือวิธีการดังกล่าวทำให้ชาวบ้านเกิดความชื่นชอบ ไว้วางใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้ และทำให้ชนะการเลือกตั้ง เช่นเดียวกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่แพ้การเลือกตั้งมีวิธีการ และเครื่องมือในการแข่งขันทางการเมืองที่ไม่แตกต่างจากกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง ซึ่งผลการศึกษาของแสวง รัตนะมงคลมาศ (2532, น. 213) ได้ระบุไว้ว่า กลุ่มผลประโยชน์ มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะ กลุ่มผลประโยชน์เป็น

กลุ่มที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ โดยสมัครใจ มิใช่เป็นการรวมตัวในลักษณะที่ถูกบังคับให้มารวมกัน หรืออยู่ในสภาวะถูกครอบงำบางอย่างที่ทำให้เกิดการรวมตัวกันขึ้น โดยกลุ่มผลประโยชน์มีเจตนาของการเข้ารวมกลุ่มก็เพื่อที่จะใช้กลุ่มเป็นเครื่องมือในการปกป้องรักษาผลประโยชน์ของกลุ่มตนเอง โดยมิใช่เป็นการรวมกันเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์แต่อย่างใด และกลุ่มผลประโยชน์มีความต้องการที่จะใช้กลุ่มเป็นเครื่องมือในการดำเนินการทางการเมืองในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐ อันจะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของกลุ่ม”

ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา (1.1) นักการเมืองควรที่จะให้ความสำคัญในการลงพื้นที่เพื่อพบปะกับชาวบ้าน พูดคุย สอบถามปัญหาหรือสอบถามความต้องการของชาวบ้านอยู่เป็นประจำและต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความไว้เนื้อเชื่อใจและเป็นการสร้างความคุ้นเคยกับชาวบ้านในพื้นที่ ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะทำให้กลุ่มนักการเมืองได้ทราบและสามารถนำสิ่งที่ได้ทราบจากชาวบ้านไปกำหนดนโยบาย แผนงาน และกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของชาวบ้านได้เป็นอย่างดี (1.2) ควรมีการส่งเสริมความรู้ภาคประชาชน ให้มีความรู้ความเข้าใจหลักการปกครองตนเองในระดับท้องถิ่น ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจในการพัฒนาโครงการต่าง ๆ ทั้งทำหน้าที่ในการติดตามและตรวจสอบการทำงานของกลุ่มนักการเมืองที่ตนเองได้ลงคะแนนเลือกตั้งเข้ามาทำหน้าที่ผู้บริหาร และสามารถตรวจสอบการทำงานได้อย่างสม่ำเสมอ โดยไม่เปิดโอกาสให้ฝ่ายบริหารแสวงหาผลประโยชน์จากการบริหารเทศบาลได้ (1.3) กลุ่มนักการเมืองไม่ควรใช้ความสัมพันธ์เชิงเครือญาติกับคนในชุมชนในทางที่ผิด เช่น การให้ญาติสนิทเป็นหัวคะแนนให้ เป็นต้น ขณะเดียวกันควรใช้ความสัมพันธ์ในเชิงเครือญาติในทางที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน การขอความร่วมมือ ร่วมใจกับคนในชุมชนร่วมกันพัฒนาชุมชน ร่วมกันแสดงความคิดเห็นความต้องการแก้ไขปัญหาในชุมชน เป็นต้น

2) ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป (2.1) ควรศึกษาบทบาทของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่มีต่อการพัฒนาทางการเมือง (2.2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อค่านิยมของประชาชนต่อบทบาททางการเมืองของผู้นำท้องถิ่น

References

Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in social life*. New York: Wiley.

Chantarasorn, W. (2000). *Theory of policy implementation*. Bangkok: Sahay Box Press. (in Thai).

Chantarasorn, W. (2013). *Theory of public policy practice*. (6th ed). Bangkok: Pek-Wan Graphic. (in Thai).

Chayabuth, C. (1996). *Thai local government.* (3rd ed). Bangkok: Pikaneth Press. (in Thai).

Chumak, S. (2015). *Current International Relations (1990s) to the First decade of the 21st century.* Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai).

Duverger, P. (1972). *Factors in a two-party and multiparty system in party politics and pressure Groups*. New York: Thomas Y. Crowell.

Duverger, P., Diwakar, R., & Dumleavy, C. (2008). *Is Duverger's law based on a mistake? Why the law misattribute the impact of changes in effective competition space to electoral system*. Retrieved from http://eprints.lse.ac.uk/4273/1/Is_Duverger's_Law_based_on_a_mistake_(LSERO).pdf.

Jaemsak, P. (1993). *Electoral behavior in patronage systems: Comparative geographic analysis*. Bangkok: King Prajadhipak's Institute. (in Thai).

Kaenaphoom, S. (2014). Establish The Research conceptual framework in public administration by The Rational conceptual thinking. *Phetchabun Rakabhat Journal, 16*(1), 1-19. (in Thai).

Kaenaphoom, S. (2014). Research philosophy: Quantity quality. *Journal of Political Science and Law Kalasin Rajabhat University, 3*(2), 22-55. (in Thai).

Kanthawong, K. (2008). *Patronage system and process of being elected to the mayor: a case study of three Sub-district Municipalities in Mueang District, Chiang Mai Province.* Graduate School, Chiang Mai University. (in Thai).

Khunmuang, T. (2012). *Merit system VS. Patronage system*. Retrieved from http://hq.prd.go.th/plan/download/article/article_20140120074541.pdf. (in Thai).

Mahler, S. J. (1995). *American dreaming: Immigrant life on the margins. Princeton.* N.J.: Princeton University Press.

Rapeepat, A. (2003). *Patronage system with Thai politics rethink*. Retrieved from www.kmutt.ac.th/jif/public_html/cited_search.php?...yr

Ratanamongkol, S. (1989). *The evolution of Thai politics : benefit groups and groups (unit 8-15).* Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat University. (in Thai).

Suthijaree, C. (2006). *Thai politics the Constitution of the People's republic of Thai.* Bangkok: V. J. Print. (in Thai).

Theeravaekin, L. (1996). *Thai politics*. (3rd ed). Bangkok: Thammasat University.

Theeravaekin, L. (2007). *Evolution, politics, Thai government.* (10th ed). Bangkok: Thammasat University.

Truman, D. B. (1955). *The Governmental process*. New York: Almond and Powell.

Utasaemra, B. (1996). *Election of members of the House of representatives: A Case study of the general Election November 17, 1996 in Chaturaphak Phiman District Roi-Ed.* Master of Art, Mahasarakram University, Mahasarakram. (in Thai).

Wootton, G. (1970). *Foundations of modern political science series.* New York: Prentice-Hall.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดตราด สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17

Factors Affecting Teamwork Effectiveness of Secondary School Teachers in Trat Province under the Secondary Educational Service Area Office 17

ดุสิตา เลาหพันธุ์ และภัคณัฏฐ์ สมพงษ์ธรรม
Dusita Laohaphan and Pakkanat Sompongtam
หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา
Master of Education, Burapha University
Received: July 11, 2018
Revised: September 16, 2019
Accepted: August 8, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลและสร้างสมการพยากรณ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม กับประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดตราด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูในปีการศึกษา 2560 จำนวน 243 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ Krejcie and Morgan และสุ่มแบบแบ่งชั้น โดยใช้ขนาดโรงเรียนเป็นเกณฑ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าห้าระดับ แบ่งออกเป็นสี่ตอน ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม และประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม โดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม ผลการวิจัย พบว่า (1) ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม ของครูโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก (2)ประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก (3) ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูโดยรวมอยู่ในระดับสูงและสามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: การทำงานเป็นทีม, โรงเรียนมัธยมศึกษา, จังหวัดตราด

Abstract

The purpose of this study was to investigate causal relationships and to generate a predictive equation with factors of job characteristics, organizational context, as well as social support and teamwork effectiveness of secondary school teachers in Trat Province. The sample included those teachers of the secondary schools in Trat province in the academic year 2017. Based on the Krejcie and Morgan Sample Size Table, the sample was derived by means of stratified random sampling, and classified by school size criterion, consisting of 243 teachers. The instrument used for collecting data during the months of April to May was an opinionable five-rating scale questionnaire, which was divided into four parts, factors of job characteristics, organizational context, social support, and the teamwork effectiveness. The results were revealed as follows (1) factors of job characteristics, organizational context, and social support of secondary school teachers, as a whole and with each particular aspect, was found at a high level (2) teamwork effectiveness of secondary school teachers, both as a whole and with each particular aspect, was also found at a high level (3) factors of job characteristics, organizational context, as well as social support which related to teamwork effectiveness of secondary school teachers were highly correlated and predictable at the .01 level of significance.

Keywords: teamwork, secondary school, Tart province

บทนำ

การทำงานเป็นทีมมีปัจจัยสำคัญหลายประเด็นที่จะทำให้ประสบความสำเร็จได้ ทั้งนี้เนื่องมาจากการทำงานเป็นทีมของบุคลากรทุก ๆ ฝ่าย ซึ่งบุคลากรทุกคนจำเป็นที่จะต้องมีการปฏิบัติงานร่วมกัน และตามนโยบายกำกับดูแลองค์กรที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ ได้กำหนดค่านิยมองค์กรที่ดีไว้ ประกอบด้วย ETIS (Excellent มุ่งผลสัมฤทธิ์และคุณภาพของงาน, Teamwork เน้นการทำงานเป็นทีม, Integrity ยึดมั่นในคุณธรรมทำในสิ่งที่ถูกต้องและสังคมยอมรับ, Service mind การมีจิตบริการ) เพื่อยกระดับมาตรฐานทางด้านธรรมมาภิบาลของหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริมและเผยแพร่องค์ความรู้และแนวทางปฏิบัติด้านธรรมมาภิบาล การให้บริการทุกคนที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการทำงาน รวมทั้งมีการพัฒนาระบบการทำงานเป็นทีมอยู่เสมอ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2556, น. 5) ซึ่งจะมีการปฏิบัติหน้าที่เป็นกระบวนการ โดยเริ่มจาก การจัดระบบในการทำงาน ขั้นตอนการดำเนินงานอย่างมีระบบ การลงมือทำงาน และ การประเมิน ปรับปรุงและพัฒนา ยิ่งในยุคแห่งการแข่งขัน ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ความก้าวหน้าต่าง ๆ การบริหารราชการจึงจำเป็นที่จะต้องปรับรูปแบบ วิธีการทำงานและการพัฒนาสมรรถภาพของคนไปพร้อม ๆ กัน ดังนั้น “การทำงานเป็นทีม” จึงเป็นกลยุทธ์ทางเลือกในการพัฒนาองค์กร เพราะเป็นการบูรณาการความรู้ ความสามารถ ทักษะ และพฤติกรรมของคนที่หลากหลายเข้าไว้ด้วยกัน อนึ่งการที่ทีมจะประสบความสำเร็จได้นั้นย่อมมาจากความร่วมมือร่วมใจในการทำงานของทุก ๆ ฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นสถานศึกษา ชุมชน อำเภอ และจังหวัด ดังนั้น การทำงานเป็นทีมของบุคลากรภายในโรงเรียนจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจแนวคิดพื้นฐานของหน่วยงานที่ตนเองสังกัดอยู่ตลอดจนเป้าประสงค์ของหน่วยงานก่อน แล้วจึงค่อยพิจารณาว่าจะทำอย่างไร ใช้เครื่องมืออะไรบ้าง ที่เหมาะสมกับสถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย เพื่อผลักดันการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนไปสู่จุดหมายที่พึงประสงค์ได้

(วราภรณ์ ตระกูลสฤษดิ์, 2549, น. 15-16)

จากการสัมภาษณ์สภาพปัญหาการดำเนินงานของครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดตราด พบว่าสมาชิกในทีมมีความเห็นแก่ตัว รวมถึงคนในทีมไม่ได้ร่วมมือกันทำงานอย่างจริงจัง มีการเอาเปรียบซึ่งกันและกันของสมาชิกในทีม บางคนทำมาก บางคนทำน้อย การแบ่งงานให้กับสมาชิกในทีมไม่มีความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถและความถนัดของสมาชิกในทีมแต่ละคน การที่สมาชิกในทีมไม่ให้ความร่วมมือกันอย่างเต็มที่ในการทำงาน การรับส่งข้อมูลข่าวสารของสมาชิกภายในทีมไม่ตรงกัน สมาชิกในทีมไม่เข้าใจเป้าประสงค์ของการทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และการเกิดความขัดแย้งกันเองระหว่างสมาชิกในทีม

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดตราด ว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานเป็นทีม เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ควบคุม ปรับปรุงและพัฒนาการทำงานเป็นทีม ที่จะส่งผลให้การบริหารงานในโรงเรียนมัธยมศึกษา ให้มีความก้าวหน้า ประสบความสำเร็จและเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครู
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครู
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครู
4. เพื่อสร้างสมการพยาพยากรณ์ประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครู

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน

Hackman (1980 อ้างถึงใน ภิญโญ มนูศิลป์, 2551, น. 60-62) จากการอ้างอิงแนวคิดพื้นฐานตามทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg two-factors theory) โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบงานที่เหมาะสมด้วยเห็นว่าคุณลักษณะของงานจะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานสูง ความพึงพอใจและเกิดผลการปฏิบัติงานสูง ซึ่งมีองค์ประกอบย่อยออกเป็นห้าองค์ประกอบ ดังนี้

1. ความหลากหลายของทักษะ (Skill variety) หมายถึง คุณลักษณะของภาระงานที่สามารถระบุได้ว่ากิจกรรม ทักษะและความรู้ความสามารถที่จะต้องนำมาใช้ในการทำงานนั้นมีความหลากหลาย มีความแตกต่างกันและมีความท้าทายต่อการทำงานของสมาชิกมากน้อยเพียงใด การที่สมาชิกในทีมได้ตระหนักถึงความแตกต่างหลากหลายของทักษะและความรู้ความสามารถที่ต้องนำมาใช้ในการทำงาน จะเป็นสิ่งที่ส่งผลให้เกิดการรับรู้ว่างานที่ทำเป็นสิ่งที่มีความหมาย (Meaningfulness) มีคุณค่ามีความพิเศษ มีความสำคัญและมีคุณค่าต่อตนเองและทีม

2. เอกลักษณ์ของภาระงาน (Task identity) หมายถึง คุณลักษณะของภาระงานที่ผู้ปฏิบัติรับรู้ว่า ภาระงานนั้นมีองค์ประกอบอย่างไร ครอบคลุมชิ้นงานย่อยอะไรบ้าง รวมทั้งสามารถระบุความสำเร็จได้ สมาชิกในทีมสามารถบอกได้ว่างานดังกล่าวนั้น ทำได้ครบเสร็จสมบูรณ์แล้วหรือทำสำเร็จเพียงบางส่วนของงานเท่านั้น ในห้วงเวลาที่กำหนดจะสามารถทำงานนั้นจบสิ้นหรือไม่ หรือหากจะทำให้สำเร็จจะต้องใช้เวลามากน้อยเพียงใด การรับรู้ถึงความสำเร็จของงานจะทำให้สมาชิกในทีมตระหนักถึงความหมายและคุณค่าของการทำงานเช่นเดียวกับองค์ประกอบแรก ซึ่งสมาชิกในทีมจะมีความรู้สึกผูกพันต่องานยิ่งขึ้น

3. ความสำคัญของภาระงาน (Task significance) หมายถึง คุณลักษณะของภาระงานที่สามารถรับรู้ได้ถึงความสำคัญที่เกี่ยวพันและส่งผลกระทบอย่างมากต่อวิถีชีวิตการทำงาน รวมทั้งการส่งผลกระทบต่อทีม องค์การและสังคม ความสำคัญดังกล่าวมีอิทธิพลต่อสมาชิกทั้งในด้านกายภาพ จิตใจ รวมทั้งความรู้สึกเป็นเจ้าของของสมาชิกทุกคนในทีม

4. ความเป็นอิสระ (Autonomy) หมายถึง

คุณลักษณะของภาระงานซึ่งสามารถรับรู้ได้ว่างานนั้นเปิดโอกาสให้มีเสรีภาพในการทำงาน มีโอกาสได้ใช้วิจารณญาณและมีความรับผิดชอบในงานที่ทำอยู่มากน้อยเพียงใด นอกจากนั้น การได้รับโอกาสในการประสานความร่วมมือกับบุคคลอื่น ได้รับโอกาสให้ได้ใช้ความสุขุมรอบคอบเพื่อกำหนดตารางการทำงานและวิธีการในการทำงานของตนเอง ได้แสดงความคิดเห็นตลอดจนได้ตัดสินใจด้วยตนเองหรือไม่มากน้อยเพียงใด หรือเป็นเพียงการปฏิบัติไปตามคู่มือการทำงานที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัดเท่านั้น อิสระในการทำงานที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้สมาชิกในทีมแต่ละคนเกิดจิตสำนึกของความรับผิดชอบ ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการทำงานมากขึ้นเช่นกัน

5. การสะท้อนผล (Feedback) หมายถึง คุณลักษณะของภาระงานที่เปิดโอกาสให้สมาชิกในทีมทุกคนได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานและประสิทธิผลของการทำงานของตนเองอย่างชัดเจนและตรงไปตรงมา การได้รับข้อมูลข่าวสารดังกล่าว เป็นการสะท้อนผลการทำงาน ทำให้ได้รับทราบความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิด ของผู้รับบริการและผู้ที่เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่การพัฒนาหรือปรับปรุง แก้ไขการทำงานในอนาคต การสะท้อนผลการทำงานเป็นความรู้จากผลการทำงาน ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ได้เรียนรู้ถึงวิธีสร้างความพึงพอใจต่อการทำงานของตน

ปัจจัยด้านบริบทองค์การ

ภิญโญ มนูศิลป์ (2551, น. 47) และ Guzzo an Dickson (1996, pp. 307-338) ได้กล่าวว่า บริบทองค์การเป็นปัจจัยแวดล้อมด้านต่างๆ ที่เป็นเงื่อนไข มีความสำคัญและเอื้อต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของทีม ซึ่งจำแนกออกเป็นสี่ด้าน ประกอบด้วย

1. การฝึกอบรม (Training) เป็นกระบวนการให้ความรู้ ความเข้าใจ การเพิ่มพูนทักษะความสามารถและเจตคติที่ดีในการทำงานให้แก่สมาชิกของทีม โดยได้อธิบายถึงความสำคัญในประเด็นนี้ว่า องค์การต้องมีระบบการสนับสนุนและพัฒนาความรู้ความสามารถในด้านต่าง ๆ

2. ระบบสารสนเทศ (Information System) ข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจและการเลือกทางเลือกที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหา นอกจากนั้นยังเป็นสิ่งที่ช่วยในการกำหนดเป้าประสงค์ การออกแบบภาระงานและการเลือกแนวทางและวิธีการในการทำงานของสมาชิก

3. รางวัล (Reward) การให้รางวัลถือเป็นการกระตุ้นให้สมาชิกในทีมมีพฤติกรรมการทำงานที่ดีและมีจุดหมายที่สำคัญ คือ จูงใจให้บุคลากรที่มีความสามารถเข้าร่วมทำงานในทีม และเพื่อรักษาให้บุคคลเหล่านั้นให้คงการทำงานต่อไปและเพื่อกระตุ้นให้การทำงานบรรลุถึงเป้าประสงค์สูงสุด

4. ทรัพยากร (Resources) องค์การต้องถึงพร้อมด้วยความพอเพียงด้วยทรัพยากรทั้งสี่ลักษณะ คือ วัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ และช่วงเวลา ในการทำงาน นอกจากนี้ การดำเนินงานของทีมต้องได้รับการสนับสนุนอย่างเพียงพอต่อความต้องการและความจำเป็น

ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม

Schaefer,et al. (1981 อ้างถึงใน ศรมณ เทพแก้ว, 2552, น. 47) ได้ให้ความหมายของแหล่งสนับสนุนทางสังคม หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีการติดต่อและให้การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งมีการแบ่งแตกต่างกันตามเป้าประสงค์ของผู้ที่ศึกษา ที่ต้องการเน้นขนาดของกลุ่มบุคคล ความใกล้ชิด ลักษณะของความสัมพันธ์ และระยะของความสัมพันธ์ซึ่งการสนับสนุนทางสังคมสามารถแบ่งออกเป็นสามรูปแบบ ประกอบด้วย

1. การสนับสนุนทางด้านอารมณ์ (Emotional support) ได้แก่ การให้ความสนใจการยอมรับ และการให้กำลังใจ ความอบอุ่นใจ และความเชื่อมั่นและไว้วางใจ

2. การสนับสนุนด้านวัตถุ (Tangible support) ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือที่เป็นสิ่งของ เงินทอง หรือบริการ

3. การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสาร (Informational support) ได้แก่ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานและการให้ข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับการการะทำของบุคคลและการให้คำแนะนำในการแก้ปัญหา

การทำงานเป็นทีม

ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดของ Getzels and Thalen (1960) และ McGregor (1960; Likert, 1961; Argyris, 1964 cited in Parker, 1990) ผู้วิจัยได้ศึกษาสังเคราะห์มาเป็นพฤติกรรมการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วยหกด้าน คือ

1. การมีปฏิสัมพันธ์ คือ การทำงานร่วมกับผู้อื่น การติดต่อกับผู้อื่น มีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือกัน มีความห่วงใยเอื้ออาทรกัน มีการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน

2. การสื่อสารอย่างเปิดเผย คือ การติดต่อกันกันอย่างทั่วถึงและเปิดเผยตรงไปตรงมามีความชัดเจน สมาชิกสนใจข่าวสารที่รับฟังโดยปราศจากความแคลงใจสนับสนุนให้ผู้อื่นเปิดเผยสมาชิกเปิดใจและร่วมมือกันแก้ปัญหา

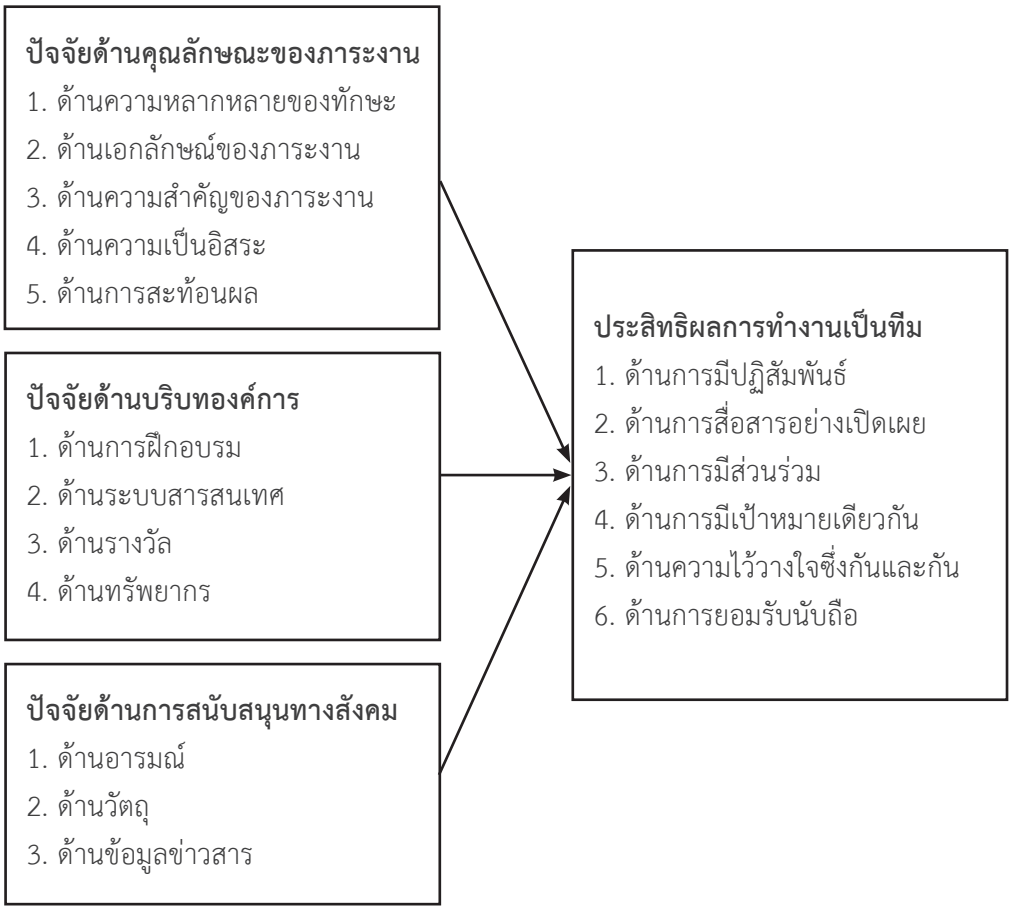
3. การมีส่วนร่วม คือ การทำงานที่สมาชิกแต่ละคนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและร่วมมือกันแก้ปัญหา มีการทำงานโดยกระบวนการกลุ่มสมาชิก มีความรับผิดชอบต่อกัน มุ่งมันไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน และเสริมสร้างการรับรู้ในการทำงานร่วมกัน

4. การมีเป้าประสงค์เดียวกัน คือ ทิศทางที่สมาชิกทุกคนร่วมกันกำหนดขึ้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจเป้าประสงค์ของการทำงานที่ตรงกันและแจ่มชัด

5. ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน คือ ความรู้สึกระหว่างบุคคลโดยรวมไว้ซึ่งความรัก ความเมตตา นิยมชมชอบ ความเชื่อมันจนเกิดความเชื่อถือ ไว้วางใจในบุคคลนั้นด้วยความเต็มใจ

6. การยอมรับนับถือ คือ การรับฟังซึงกันและกัน เคารพในบทบาทหน้าที่ของกันและกันยอมรับในความแตกต่างของกันและกันด้วยความจริงใจ และพร้อมที่จะร่วมกันทำงานด้วยความเต็มใจ

กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครู

2. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม สามารถพยาพยากรณ์ประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูได้

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามความคิดเห็นที่สมบูรณ์มาลงรหัส ให้คะแนนตามน้ำหนักคะแนนแต่ละข้อและบันทึกข้อมูลลงคอมพิวเตอร์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำผลการคำนวณมาวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดประสงค์และสมมติฐานของการศึกษาวิจัยต่อไป

2.1 วิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมโดยใช้ ค่าคะแนนเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ซึ่งทำการวิเคราะห์โดยรวม รายด้านและรายข้อ แปลความหมายโดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยของการปฏิบัติของบุญชม ศรีสะอาด (2556, น. 121) ดังนี้

4.51-5.00 หมายถึง ปัจจัยแต่ละด้านส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมอยู่ในระดับมากที่สุด

3.51-4.50 หมายถึง ปัจจัยแต่ละด้านส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมอยู่ในระดับมาก

2.51-3.50 หมายถึง ปัจจัยแต่ละด้านส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมอยู่ในระดับปานกลาง

1.51-2.50 หมายถึง ปัจจัยแต่ละด้านส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมอยู่ในระดับน้อย

1.00-1.50 หมายถึง ปัจจัยแต่ละด้านส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.2 วิเคราะห์การทำงานเป็นทีมของครูโดยใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าความเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD) ซึ่งทำการวิเคราะห์เป็นโดยรวมและรายด้านและรายข้อ แปลความหมายโดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยของการปฏิบัติของบุญชม ศรีสะอาด (2556, น. 121) ดังนี้

4.51-5.00 หมายถึง มีการทำงานเป็นทีมมากที่สุด

3.51-4.50 หมายถึง มีการทำงานเป็นทีมมาก

2.51-3.50 หมายถึง มีการทำงานเป็นทีมปานกลาง

1.51-2.50 หมายถึง มีการทำงานเป็นทีมน้อย

1.00-1.50 หมายถึง มีการทำงานเป็นทีมน้อยที่สุด

2.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างด้านคุณลักษณะของภาระงาน ด้านบริบทองค์การ และด้านการสนับสนุนทางสังคม กับประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูโดยเป็นค่าต่อเนื่องในมาตราอัตราส่วน (Ratio scale) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product-moment correlation coefficient) แล้วเทียบกับเกณฑ์ของพวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543, น. 144 -145) ดังนี้

0.80-1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

0.60-0.79 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

0.40-0.59 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

0.20-0.39 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ

0.00-0.19 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

2.4 การสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูจากปัจจัยด้านบริบทองค์การ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม โดยการทำนายตัวแปรเกณฑ์ (Y) จากตัวแปร k ตัว สมการทำนายเชิงเส้นตรง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดตราด สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17 ประจำปีการศึกษา 2560 จำนวน 625 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในปีการศึกษา 2560 โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตาม

ตารางของ Krejcie and Morgan (1970, pp. 608-609) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 243 คน จากนั้นทำการสุ่มสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) โดยใช้ขนาดโรงเรียนเป็นเกณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็น (opinionnaire) จำนวนหนึ่งฉบับ แบ่งเป็นสี่ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน จำนวน 23 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .93

ตอนที่ 2 ของแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านบริบทองค์การ จำนวน 18 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .93

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม จำนวนแปดข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .93

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการทำงานเป็นทีมของครู จำนวน 33 ข้อ ทั้งฉบับ ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .96

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอหนังสือจากภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อขอความร่วมมือและความอนุเคราะห์จากผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17 เพื่อแจกแบบสอบถามไปยังโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดตราด สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17

2. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17 ออกหนังสือขอความร่วมมือและความอนุเคราะห์ไปยังโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดตราด สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17 ในการให้ความร่วมมือกับผู้วิจัย ในการส่งแบบสอบถามความคิดเห็นและเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในโรงเรียน

3. จัดส่งแบบสอบถามเพื่อขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดตราด ระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม จำนวน 16 โรงเรียน เพื่อแจกแบบสอบถามไปยังข้าราชการครูในแต่ละโรงเรียนระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม

4. ติดตามเก็บแบบสอบถามคืนเพื่อให้ได้แบบสอบถามครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยสามารถเก็บแบบสอบถามคืนได้จำนวน 243 ฉบับ จากจำนวน 243 ฉบับช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายน

5. นำแบบสอบถามที่เรียกเก็บคืนมาแล้วทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งแล้วดำเนินการวิเคราะห์ผลตามขั้นตอนของการวิจัยต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ด้านบริบทองค์การ และด้านการสนับสนุนทางสังคม และประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบริบทองค์การ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม กับการทำงานเป็นทีมของครูโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product-moment correlation coefficient)

3. การสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครู จากปัจจัยด้านบริบทองค์การ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) เพื่อเลือกตัวพยากรณ์ที่ดีที่สุด โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ตามข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน โดยพิจารณาจากค่าความคงทนของการยอมรับ (Tolerance) มีค่าไม่น้อยกว่า 0.10 ค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน (VIF) มีค่าที่น้อยกว่า 10

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ของครูโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามอันดับแรก ได้แก่ ด้านความหลากหลายของทักษะ ด้านความสำคัญของภาระงาน และด้านเอกลักษณ์ของภาระงาน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน	n = 243			
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
1. ด้านความหลากหลายของทักษะ	3.94	0.56	มาก	1
2. ด้านเอกลักษณ์ของภาระงาน	3.85	0.52	มาก	3
3. ด้านความสำคัญของภาระงาน	3.86	0.54	มาก	2
4. ด้านความเป็นอิสระ	3.79	0.62	มาก	5
5. ด้านการสะท้อนผล	3.81	0.58	มาก	4
รวม	3.85	0.47	มาก	-

2. ปัจจัยด้านบริบทองค์การ ของครูโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามอันดับแรก ได้แก่ ด้านการฝึกอบรม ด้านทรัพยากร และด้านระบบสารสนเทศ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบริบทขององค์กร	n = 243			
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
1. ด้านการฝึกอบรม	3.77	0.61	มาก	1
2. ด้านระบบสารสนเทศ	3.73	0.67	มาก	3
3. ด้านรางวัล	3.72	0.66	มาก	4
4. ด้านทรัพยากร	3.76	0.65	มาก	2
รวม	3.74	0.56	มาก	

3. ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม ของครูโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามอันดับแรก ได้แก่ ด้านอารมณ์ ด้านวัตถุ และด้านข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม	n = 243			
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
1. ด้านอารมณ์	3.96	0.62	มาก	1
2. ด้านวัตถุ	3.88	0.59	มาก	2
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร	3.85	0.59	มาก	3
รวม	3.90	0.56	มาก	

4. ประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามอันดับแรก ได้แก่ ด้านการยอมรับนับถือ ด้านการมีเป้าประสงค์เดียวกัน และด้านความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ตามลำดับ

การทำงานเป็นทีม	n = 243			
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
1. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์	3.77	0.62	มาก	5
2. ด้านการสื่อสารอย่างเปิดเผย	3.78	0.54	มาก	4
3. ด้านการมีส่วนร่วม	3.75	0.54	มาก	6
4. ด้านการมีเป้าหมายเดียวกัน	3.85	0.58	มาก	2
5. ด้านความไว้วางใจซึ่งกันและกัน	3.82	0.59	มาก	3
6. ด้านการยอมรับนับถือ	3.86	0.57	มาก	1
รวม	3.81	0.50	มาก	

5. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การและปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูโดยรวมอยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$	$X_{1.5}$	$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$	$X_{2.4}$	$X_{3.1}$	$X_{3.2}$	$X_{3.3}$	Y
$X_{1.1}$	1	.622**	.596**	.482**	.574**	.493**	.457**	.411**	.481**	.416**	.441**	.514**	.499**
$X_{1.2}$		1	.622**	.673**	.693**	.553**	.513**	.539**	.612**	.532**	.560**	.548**	.622**
$X_{1.3}$			1	.621**	.704**	.535**	.460**	.444**	.542**	.542**	.571**	.631**	.604**
$X_{1.4}$				1	.695**	.640**	.621**	.619**	.556**	.572**	.606**	.633**	.651**
$X_{1.5}$					1	.638**	.601**	.623**	.657**	.611**	.619**	.622**	.675**
$X_{2.1}$						1	.743**	.717**	.685**	.637**	.733**	.725**	.736**
$X_{2.2}$							1	.569**	.616**	.461**	.599**	.588**	.606**
$X_{2.3}$								1	.672**	.557**	.566**	.594**	.686**
$X_{2.4}$									1	.588**	.696**	.627**	.650**
$X_{3.1}$										1	.781**	.739**	.656**
$X_{3.2}$											1	.824**	.708**
$X_{3.3}$												1	.702**
Y													1

** $p < .01$

6. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม ที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครู เรียงลำดับจากตัวพยากรณ์ที่ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านบริบทองค์กร ด้านการฝึกอบรม ($X_{2.1}$) ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ด้านการสะท้อนผล ($X_{1.5}$) ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม ด้านวัตถุ ($X_{3.2}$) ปัจจัยด้านบริบทองค์การ ด้านรางวัล ($X_{2.3}$) และปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ด้านความสำคัญของงาน ($X_{1.3}$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณทั้งห้าด้านเท่ากับ .824 และสามารถพยากรณ์ร่วมกันได้ร้อยละ 67.90 สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูในรูปสมการคะแนนดิบ ดังนี้

$$\hat{Y} = .655 + .183\ (X_{2.1}) + .110\ (X_{1.5}) + .209\ (X_{3.2}) + .188\ (X_{2.3}) + .139\ (X_{1.3})$$

หรือในรูปสมการคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\hat{Z} = .221\ (Z_{2.1}) + .126\ (Z_{1.5}) + .245\ (Z_{3.2}) + .245\ (Z_{2.3}) + .245\ (Z_{1.3})$$

การอภิปรายผล

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ของครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดตราดโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริหารโรงเรียนเห็นว่าคุณลักษณะของภาระงานมีความสำคัญต่อทีมซึ่งเป็นสิ่งที่สมาชิกทุกคนต้องปฏิบัติร่วมกัน ภาระงานอาจสร้างความสุข ความพึงพอใจหรืออาจสร้างความไม่พึงพอใจ ตลอดจนความเบื่อหน่ายให้เกิดขึ้นกับสมาชิกของทีมได้ การออกแบบภาระงานเพื่อให้เกิดความจูงใจในการทำงาน และเป็นสิ่งที่คอยกระตุ้นให้เกิดความพากเพียรและมีความอุตสาหะในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ สอดคล้องกับ Hackman and Oldham(1980) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะงานเป็นกระบวนการทางพฤติกรรมเพื่อเพิ่มความสำคัญของงานที่ทำให้บุคคลเกิดแรงจูงใจและความพึงพอใจในงาน รับรู้ถึงคุณค่าของงาน ผลของงานและความรับผิดชอบในผลของงาน โดยบุคคลจะแสดงออกถึงความเต็มใจ และตั้งใจที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายตามความรู้ ความสามารถ ทักษะและความชำนาญที่มีอยู่อย่างเต็มศักยภาพ ทำให้ผลผลิตที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานสูงขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของทศพร จันทศร (2558, น. 109-130) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของทีมในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของงาน ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของทีมในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดเลย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยด้านบริบทองค์การ ของครูโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริหารโรงเรียนได้มีการกำหนดบริบทขององค์การ ซึ่งเป็นองค์ประกอบขององค์การที่เป็นเงื่อนไขและมีความสำคัญโดยถือว่าเป็นสิ่งที่มีผลกระทบเบื้องต้นต่อความสำเร็จของการดำเนินงานของทีม สอดคล้องกับ Guzzo and Dickson (1996, pp. 307-338) ให้ความเห็นว่า ทีมถูกจัดตั้งขึ้นด้วยเหตุที่ถือได้ว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการพัฒนาความก้าวหน้าขององค์การ ดังนั้นทีมก็ย่อมต้องการที่พึ่งพิงและได้รับการสนับสนุนด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ จากองค์กรที่มีความเหมาะสมและเอื้อต่อความสำเร็จของทีมด้วยเช่นกัน

3. ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม ของครูโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารโรงเรียนมีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเพื่อให้เกิดความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เช่น การที่บุคคลได้รับข้อมูลจากผู้อื่นที่ทำให้เชื่อว่าตนได้รับความรัก ความห่วงใย การดูแลเอาใจใส่ เป็นที่ยอมรับและมีคุณค่า ได้รับการช่วยเหลือด้านวัตถุ สิ่งของ ด้านอารมณ์ และด้านข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการให้ข้อมูลป้อนกลับ เพื่อการเรียนรู้และประเมินตนเอง และรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม สอดคล้องกับ House, (1981, p. 39) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสนับสนุนทางสังคม หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อให้เกิดความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การสนับสนุนทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากความใกล้ชิดผูกพันและการให้ความเชื่อมั่นไว้วางใจ การให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลข่าวสารและคำแนะนำต่าง ๆ การช่วยเหลือโดยการให้วัตถุสิ่งของหรือบริการ ตลอดจนให้ข้อมูลเพื่อการเรียนรู้และประเมินตนเอง เพื่อให้บุคคลสามารถเผชิญกับปัญหาและความเครียดได้

4. ประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของครูโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารโรงเรียนมีการส่งเสริมให้มีการสร้างบรรยากาศของการทำงานให้มีความเป็นกันเอง อบอุ่น มีความกระตือรือร้น

และสร้างสรรค์ ทุกคนช่วยกันทำงานอย่างจริงจังและจริงใจ ไม่ก่อให้เกิดความเบื่อหน่าย และมีการมอบหมายงานอย่างชัดเจน สมาชิกทีมงานเข้าใจจุดประสงค์ เป้าประสงค์และยอมรับภารกิจหลักของทีมงาน พร้อมทั้งสมาชิกแต่ละคนเข้าใจและปฏิบัติตามบทบาทของตน และเรียนรู้เข้าใจในบทบาทของผู้อื่นในทีม สอดคล้องกับงานวิจัยของโสรดี ปัญญายงค์ (2557) ได้ศึกษาการทำงานเป็นทีมของพนักงานครูเทศบาลของโรงเรียนในสังกัดเทศบาลนครแหลมฉบัง อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า การทำงานเป็นทีมของพนักงานครูเทศบาลของโรงเรียนในสังกัดเทศบาลนครแหลงฉบัง อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

5. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม มีความสัมพันธ์กับการทำงานเป็นทีมของครูอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการทำงานเป็นทีมจะบรรลุผลสำเร็จนั้นมีปัจจัยปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม จึงจะทำให้การทำงานเป็นทีมประสบความสำเร็จได้ เนื่องมาจากการทำงานเป็นทีมของบุคลากรทุก ๆ ฝ่าย ซึ่งบุคลากรทุกคนจำเป็นที่จะต้องมีการปฏิบัติงานร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของชาฤนี เหมือนโพธิ์ (2554) ได้ศึกษาการบริหารแบบมีส่วนร่วมกับการทำงานเป็นทีมของพนักงานครูในสถานศึกษาสังกัดเทศบาลกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 1 พบว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษากับการทำงานเป็นทีมของพนักงานครูในสถานศึกษาสังกัดเทศบาล กลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 1 มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

6. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ปัจจัยด้านบริบทองค์การ และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม สามารถพยากรณ์การทำงานเป็นทีมของครูได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการทำงานทั้งหลายยังต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคลากรหลายฝ่าย จึงจะทำให้องค์การสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การทำงานเป็นทีมเกิดจากแนวคิดที่ว่า มนุษย์มีความสามารถที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคลถ้านำมนุษย์เหล่านั้นมารวมกันก็จะประกอบด้วยบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถที่หลากหลาย ซึ่งถ้าได้มีการแบ่งงาน การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ การจัดระบบสื่อสารที่เหมาะสมจะทำให้การทำงานนั้นบรรลุจุดหมายและก่อให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สอดคล้องงานวิจัยของทศพร จันทศร (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของทีมในสถานศึกษา สังกัดสานักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดเลย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของทีมในสถานศึกษาสังกัดสานักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดเลย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ ได้ร้อยละ 68.10

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยด้านบริบทองค์กร ด้านการฝึกอบรม ผู้บริหารโรงเรียนควรมีการจัดให้มีกิจกรรมการฝึกอบรมด้านการเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในทีม

2. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ด้านการสะท้อนผล ผู้บริหารโรงเรียนควรมีการส่งเสริมให้สมาชิกในทีมได้รับรู้ว่าในการปฏิบัตินั้นสามารถวิพากษ์วิจารณ์ผลการปฏิบัติงานของกันและกันได้

3. ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม ด้านวัตถุ ผู้บริหารโรงเรียนควรมีการสนับสนุนและจัดสิ่งของหรือของขวัญแก่ครอบครัว หัวหน้าทีมรวมถึงเพื่อนร่วมงานในบางโอกาส

4. ปัจจัยด้านบริบทองค์การ ด้านรางวัล ผู้บริหารโรงเรียนควรมีการกำหนดระบบรางวัลในรูปเงินค่าตอบแทนแก่สมาชิกในทีมที่ปฏิบัติงานบรรลุเป้าประสงค์

5. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของภาระงาน ด้านความสำคัญของงาน ผู้บริหารโรงเรียนควรมีการส่งเสริมให้สมาชิกในทีมสามารถรับรู้ได้ว่าภาระงานที่ได้รับสามารถสร้างความพึงพอใจต่อผู้ปกครองนักเรียนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน

References

Chantasorn, T. (2015). Factors affecting team effectiveness in educational institution under Loei Provincial Office of the Non-Formal and Informal Education. *Humanities and Social Sciences Journal of Graduate School, Pibulsongkram Rajabhat University, 9*(1), 109-130. (in Thai)

Getzels, J. W., & Thelen, H. A. (1960). *The classroom as a unique social system. In N. B. Henry (Ed.), National society for the study of education yearbook.* Chicago: University of Chicago Press.

Guzzo, R., & Dickson, M. (1996). Teams in organizations: Recent research on performance and effectiveness. *Annual Review of Psychology, 47*(1), 307-338.

House, J. S. (1981). *Work stress and social support.* Messachusetts: Addison-Wessley.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3),607-610.

Manoosilp, P. (2008). *A structural equation modeling of factors affecting team effectiveness in the school under the office of the basic education commission.* Doctor of philosophy Program in Educational Administration, Khonkaen University. (in Thai)

Muenphothong, C. (2011). *Participative management and teacher's teamwork in municipal schools region 1.* Master of Education Department of Educational Adminisrtation, Silpakorn Univerity. (in Thai)

Office of the Public Sector Development Commission. (2013). *Strategic plan for Thai government development 2013-2018*. Bangkok: Vision and Media. (in Thai)

Parker, G. M. (1990). *Team players and team work: The new competitive business strategy. San Francisco*. California: Jossey-Bass.

Punyayong, S. (2014).*Team working of municipality teacher in Laemchabang municipality amphur sriiacha:Chonburi Province.* Master of Education Program in Educational Administration, Burapha University. (in Thai)

Secondary Educational Service Area Office 17. (2015). *Education development Plan 2016-2019*. Trat: Secondary Educational Service Area Office 17. (in Thai)

Srisa-ard, B. (2013). *Statistical methods for research* (5th ed.). Bangkok: Suviriyasarn. (in Thai)

Tawarat, P. (2000). *Research methods in behavioral sciences and social sciences* (7th ed.). Bangkok: Educational and Psychological Test Bureau, Srinakharinwirot University. (in Thai)

Tepkaewfactors, S. (2009). *Affecting teamwork behavior of operational officers in a private company.* Master of Science Program in Industrial and Organizational Psychology, Kasetsary University. (in Thai)

Tiposod, K. (2012). *Team building of teacher and educational personnel of primary schools in Prachantakhan district under the Prachinburi Educational Service Area Office 1.* Master of Education Program in Educational Administration, Burapha University. (in Thai)

Tragoolsrid, V. (2006). *Teamwork.* Bangkok: Academic Support Center. (in Thai)

ปัจจัยพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาลในจังหวัดพิษณุโลก

Factors predicting to job stress among hospital personne

นิธิพงศ์ ศรีเบญจมาศ, กิ่งแก้ว สำรวยรื่น, วิภาดา ศรีเจริญ, นุชจร ครองดี,
และสุทธญาณ์ เพ็งปรางค์
Nithipong Sribenchamas, Kingkaew Samruayruen, Wiphada Srijaroen,
Nuchjaree krongdee and Sutthaya Paengprang
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
Faculty of Science and Technology Pibulsongkram Rajabhat University
Received: July 23, 2018
Revised: September 7, 2018
Accepted: September 10, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงพยากรณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความเครียดและปัจจัยพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล จังหวัดพิษณุโลก ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่บุคลากรโรงพยาบาลในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 3,166 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 355 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน (Two-stage Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) และแบบประเมินความเครียด ซึ่งได้ตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงตามเนื้อหามีค่า IOC ระหว่าง 0.67 -1 ค่า Reliability เท่ากับ 0.92 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติอ้างอิงได้แก่การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบขั้นตอน (Stepwise)

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเครียดในการปฏิบัติงานมีระดับความเครียดส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูงกว่าปกติปานกลาง และตัวแปรที่ร่วมกันพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล จังหวัดพิษณุโลกมี 5 ตัวแปร ได้แก่ ลักษณะงาน ตำแหน่งนักวิชาการสาธารณสุข สัมพันธภาพระหว่างบุคคล การศึกษาระดับปริญญาโท และการศึกษาระดับอนุปริญญา โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ความเครียดได้ร้อยละ 30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าควรส่งเสริมให้บุคลากรโรงพยาบาลมีการปรับปรุงลักษณะการทำงานและการมีปฏิสัมพันธ์กันในรูปแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การลดระดับความเครียดต่อไป

คำสำคัญ: ปัจจัยพยากรณ์, ความเครียด, บุคลากรโรงพยาบาล

Abstract

This predictive research were to study stress level and Factors predicting to job stress among hospital personnel in Phitsanulok Province. The population were 3,166 and sample group was randomly selected through two-stage random sampling technique, consisted of 355 persons. The research instruments were questionnaires and stress test which has been tested for content validity between 0.67-1 and reliability was 0.92. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation and Stepwise Multiple Regression Analysis.

The results revealed that the most hospital personnel in Phitsanulok Province were stress level at moderate over normal. The factors predicting to job stress among hospital personnel in Phitsanulok Province were 5 factor, follow : job description, public health academician, interpersonal, graduate education and diploma education. These all factors were predicted job stress among hospital personnel in Phitsanulok Province whit 30 % statistically significant at the 0.05 level. This research suggest that there should be to encourage hospital personnel approve job description and interpersonal by creative intervention lead to reduce stress level.

Keywords: Factors predicting, stress, hospital personnel

บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ระบบสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในสังคม เศรษฐกิจ ค่านิยม และการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ทั้งในด้านที่เป็นคุณประโยชน์และโทษต่อมนุษย์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงชีวิตการทำงานของการประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดความเครียดต่อผู้ปฏิบัติงาน ปัญหาความเครียดจากการทำงานนับว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญมาก สาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากปัจจัยด้านจิตสังคม และสภาวะการทำงาน ความเครียดจากการทำงาน เป็นการตอบสนองของบุคคลต่อภาวะคุกคามสุขภาพ อันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย อารมณ์ พฤติกรรม ความเครียดจากการทำงานเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลรับรู้ถึงความไม่สมดุลระหว่างระดับข้อเรียกร้องจากการทำงาน การควบคุมหรืออำนาจตัดสินใจในงาน และการสนับสนุนทางสังคม กล่าวคือความเครียดจากการทำงานเกิดจากข้อเรียกร้องจากการทำงานสูง การควบคุมหรืออำนาจตัดสินใจในงานและการสนับสนุนทางสังคมต่ำ ซึ่งส่งผลกระทบต่อร่างกาย จิตใจและพฤติกรรมของบุคคล (Baker & Karasek, 2000 ; Karasek, 1998)

ในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล ด้วยหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแลผู้ป่วยให้ได้รับความสะดวกสบายจากความเจ็บป่วยทั้งทางร่างกายและจิตใจแล้วก็จะต้องทำงานตามแนวนโยบายของผู้บริหารในการพัฒนาคุณภาพทางการบริการและพัฒนาด้านวิชาการควบคู่กันไปด้วย ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเหนื่อยล้า มีเวลาพักผ่อนน้อยลงหรือมีเวลาให้กับครอบครัวน้อยลง เกิดความเครียดขึ้นในจิตใจ ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้บุคลากรโรงพยาบาลมีการลาออก โอน ย้ายไปทำงานโรงพยาบาลเอกชนเป็นส่วนใหญ่เพราะมีสวัสดิการดีกว่า เงินเดือนหรือค่าตอบแทนมากกว่า รองลงมาคือการย้ายกลับภูมิลำเนาเดิมและลาออกเพื่อประกอบธุรกิจส่วนตัว ตามลำดับ ดังนั้นแนวโน้มของจำนวนบุคลากรที่อยู่ในโรงพยาบาลจึงลดน้อยลง ส่งผลให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลต้องรับภาระงานมากขึ้น เกิดความเครียด รวมทั้งงานด้านบริการของบุคลากรในโรงพยาบาล ปัจจุบันจำต้องมีการ

พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตามการเปลี่ยนแปลงความต้องการด้านบริการสุขภาพของประชาชน และตามความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานของโรงพยาบาลมีความเครียดมากขึ้น (ชุติกาญจน์ เปาทุย, 2010) จากข้อมูลดังกล่าวคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล จังหวัดพิษณุโลก เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการลดความรุนแรงของความเครียดให้บุคลากรโนโรงพยาบาล จังหวัดพิษณุโลก สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาปัจจัยพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล จังหวัดพิษณุโลก

สมมติฐานการวิจัย

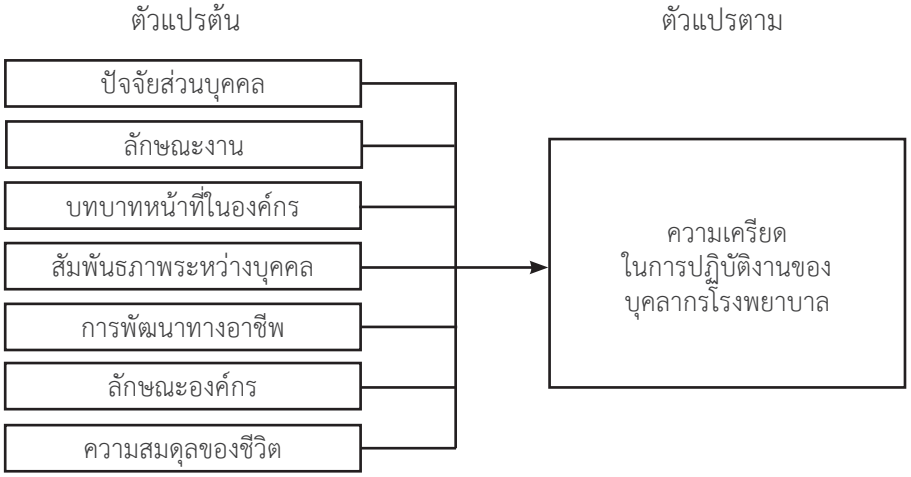
1. ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นปัจจัยพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล
2. ลักษณะงานเป็นปัจจัยพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล
3. บทบาทหน้าที่ในองค์กรเป็นปัจจัยพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล
4. สัมพันธภาพระหว่างบุคคลเป็นปัจจัยพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล
5. การพัฒนาทางอาชีพเป็นปัจจัยพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล
6. ลักษณะองค์กรเป็นปัจจัยพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล
7. ความสมดุลของชีวิตเป็นปัจจัยพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

เซลเย่ (Selye, 1974) ให้ความหมายของความเครียดว่า เป็นภาวะที่ทำให้ร่างกายและจิตใจมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งที่มาจากทั้งภายในและภายนอกที่มาคุกคามขัดขวาง การทำงาน การเจริญเติบโต ความต้องการของมนุษย์ เป็นผลทำให้มีการเปลี่ยนแปลงในร่างกายเกี่ยวกับโครงสร้างและปฏิกิริยาทางเคมี เพื่อต่อต้านการคุกคามนั้นทำให้ภาวะทางร่างกายและจิตใจขาดความสมดุลแสดงให้รู้โดยมีกลุ่มอาการทางร่างกายที่มีลักษณะเฉพาะ

คูเปอร์และคาร์ตไรท์ (Cooper & Cartwright, 1993) อธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงานมี 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะงาน ปัจจัยเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ในองค์กร ปัจจัยเกี่ยวกับสัมพันธภาพระหว่างบุคคล ปัจจัยเกี่ยวกับการพัฒนาทางอาชีพการงาน ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะองค์กร และปัจจัยเกี่ยวกับความสมดุลของชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ บุคลากรโรงพยาบาลในจังหวัดพิษณุโลกจำนวน 9 โรงพยาบาล จำนวน 3,166 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ บุคลากรโรงพยาบาลในจังหวัดพิษณุโลกจำนวน 3 โรงพยาบาล จำนวน 355 คน ได้จากการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการคำนวณของเครจซี่และมอร์แกน (krejcie & Morgan, 1970) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน (Two-stage Random Sampling) (Fraenkel & Wallen, 2000) ตามลำดับดังนี้

ขั้นที่ 1 สุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster) แบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 กลุ่ม ๆ ละ 3 โรงพยาบาล ตามการบริหารงานของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพิษณุโลก แล้วสุ่มอย่างง่ายมา 1 กลุ่ม

ขั้นที่ 2 สุ่มหน่วยตัวอย่างโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลากรายชื่อตามสัดส่วนของประชากร

การพิทักษ์สิทธิ์ผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยมีการพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่างโดยการชี้แจงข้อมูลการวิจัย วัตถุประสงค์ ประโยชน์ของการศึกษาและแจ้งสิทธิของผู้เข้าร่วมวิจัย ตลอดจนลงชื่อเพื่อยินยอมการเข้าร่วมวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการวิจัยสามารถถอนตัวออกการวิจัยได้ทุกเวลา ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจะเก็บเป็นความลับไม่ระบุชื่อกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลจะนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบประเมินความเครียด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลจำนวน 5 ข้อได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงาน แบ่งเป็น 6 ด้านจำนวน 108 ข้อ

- ลักษณะงาน
- บทบาทหน้าที่ในองค์การ
- สัมพันธภาพระหว่างบุคคล
- การพัฒนาทางอาชีพ
- ลักษณะองค์กร
- ความสมดุลของชีวิต

2. แบบประเมินความเครียดด้วยตนเองของกรมสุขภาพจิตจำนวน 20 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) พบว่ามีค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) อยู่ระหว่าง 0.67 – 1

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) หลังจากปรับข้อคำถามตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbach' alpha Coefficient) ในการหาค่าความเชื่อมั่น พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.921

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดทำหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้อำนวยการโรงพยาบาลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และขอความร่วมมือเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างและเก็บคืนเมื่อตอบแบบสอบถามเสร็จ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความครบถ้วนก่อนนำมาบันทึกลงในโปรแกรมและทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์ตามระเบียบวิธีทางสถิติดังนี้

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบขั้นตอน (Stepwise)

ผลการวิจัย

พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 19-30 ปี มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 64.2 ทำงานในตำแหน่งงานอื่นๆ มากที่สุด จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 6,000 - 30,000 บาท จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 85.1 และส่วนใหญ่มีประสบการณ์ระหว่าง 1-10 ปี จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 74.6

ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล

ระดับความเครียดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูงกว่าปกติปานกลาง จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมามีความเครียดอยู่ในระดับสูงกว่าปกติเล็กน้อยและระดับสูงกว่าปกติมาก จำนวน 46 คนและ 37 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และ 10.5 ตามลำดับ และระดับความเครียดที่พบน้อยที่สุดได้แก่มีความเครียดอยู่ในเกณฑ์ปกติ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตาราง 1

ระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล

ข้อความ	ระดับความเครียด									
	ระดับสูงกว่าปกติมาก		ระดับสูงกว่าปกติปานกลาง		สูงกว่าปกติเล็กน้อย		เกณฑ์ปกติ		ต่ำกว่าเกณฑ์ปกติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความเครียด	37	10.5	259	73	46	13.0	4	1.1	9	2.5

ปัจจัยพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล

เมื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบขั้นตอน (Stepwise) พบว่า มีตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปร ที่พยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ลักษณะงาน ตำแหน่งงานนักวิชาการสาธารณสุข สัมพันธภาพระหว่างบุคคล การศึกษาระดับปริญญาโท และการศึกษาระดับอนุปริญญา สามารถร่วมกันพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคคลากรโรงพยาบาล จังหวัดพิษณุโลก ได้ร้อยละ 30 โดยตัวแปรที่มีอำนาจพยากรณ์สูงสุดคือลักษณะงาน ($b = 0.224$, $p < 0.001$) รองลงมาได้แก่ ตำแหน่งงานนักวิชาการสาธารณสุข ($b = -0.094$, $p < 0.001$) และสัมพันธภาพระหว่างบุคคล ($b = -2.845$, $p < 0.001$) ตามลำดับ และตัวแปรที่มีอำนาจพยากรณ์น้อยที่สุดได้แก่การศึกษาระดับอนุปริญญา($b = -2.497$, $p < 0.001$) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตาราง 2

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบขั้นตอน (Stepwise) ในการพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงาน

ตัวแปรทำนาย	b	SE_b	Beta	t	Sig
ลักษณะงาน(X_1)	0.224	0.041	0.338	5.427	.001
นักวิชาการสาธารณสุข(X_2)	-0.094	0.040	-0.147	-2.364	.001
สัมพันธภาพระหว่างบุคคล(X_3)	-2.845	0.948	-0.153	-3.002	.001
ปริญญาโท(X_4)	-2.297	0.939	-0.135	-2.659	.001
อนุปริญญา(X_5)	-2.497	1.025	-0.115	-2.237	.001

Constant (a) = 4.473 $R = 0.460$ $R^2 = 0.301$ Adjust $R^2 = 0.217$ $F = 10.410$

สามารถสร้างสมการพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล จังหวัดพิษณุโลกได้ดังนี้

$\hat{Y}$ (ความเครียดในการปฏิบัติงาน) = 4.473 + 0.224(X_1) - 0.094(X_2) - 2.845(X_3) - 2.297(X_4) - 2.497(X_5)

อภิปรายผลการวิจัย

ลักษณะงานส่งผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล จังหวัดพิษณุโลก สามารถอธิบายได้ว่าลักษณะงานของโรงพยาบาลเป็นงานที่มีลักษณะเฉพาะทางที่ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงาน และความรับผิดชอบสูงเนื่องจากเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพร่างกายและชีวิตของผู้ป่วยจึงเป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความเครียดของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Cooper and Cartwright (1993) ที่กล่าวว่า ลักษณะงานที่หนักเกินและมีความยุ่งยากซับซ้อน งานที่มีความกดดันและต้องการความรับผิดชอบสูง และภาระงานที่ต้องรับผิดชอบมีระยะเวลาที่จำกัดหรือเส้นตายเข้ามากดดันเงื่อนไขดังกล่าวย่อมมีส่วนทำให้เกิดความเครียดเกิดขึ้นได้ หรือการทำงานมากกว่า 48 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จะส่งผลเสียในด้านสุขภาพและเป็นตัวแปรที่มีผลต่อความเครียด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hayhurst, et al. (2005) พบว่าบุคคลากรที่ทำงานในโรงพยาบาลมีภาวะเครียดจากภาระงานหนักและขาดการสนับสนุนมากกว่าบุคคลากรที่ทำงานนอก และยังสอดคล้องกับสุพรรณี พุ่มแฟง และบุญใจ ศรีสถิตนรากูล (2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียดในงานของพยาบาลโรงพยาบาลตติยภูมิ แล้วพบว่าลักษณะและภาระงานเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเครียดในงานของพยาบาลอยู่ในลำดับที่ 5 จากทั้งหมด 8 ปัจจัย เนื่องจากลักษณะงานของพยาบาลเป็นงานหนัก ต้องปฏิบัติงานเป็นเวรผลัดตลอด 24 ชั่วโมง และยังต้องทำงานด้านการพัฒนาคุณภาพต่าง ๆ มีการตรวจสอบ ประเมินผลเป็นระยะ มีการทำงานด้านเอกสารเพิ่มขึ้นจนบางครั้งไม่สามารถทำงานให้เสร็จสิ้นในเวลางานได้ล้วนก่อให้เกิดความเครียดได้ทั้งสิ้น

ตำแหน่งงานนักวิชาการสาธารณสุข ส่งผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล จังหวัดพิษณุโลก สามารถอธิบายได้ว่า ตำแหน่งนักวิชาการสาธารณสุขมีการปฏิบัติงานด้านการส่งเสริมสุขภาพ การเฝ้าระวังโรค การควบคุมป้องกันโรค และการฟื้นฟูสุขภาพรวมทั้งงาน การจัดบริการสุขภาพ การสุขศึกษาและพฤติกรรมสุขภาพ งานอนามัยสิ่งแวดล้อม ซึ่งทำให้ภาระงานหรือความรับผิดชอบมีเพิ่มมากขึ้นแต่เนื่องจากเป็นตำแหน่งที่มีคุณวุฒิในระดับปริญญาตรีส่งผลให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการได้ดีจึงเกิดความเครียดในการปฏิบัติงานน้อย เมื่อเทียบกับตำแหน่งงานอื่น ๆ เช่น พนักงานแปล เจ้าหน้าที่การเงิน เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของปาณิภา เสียงเพราะ, ทัศนีย์ รวิวรกุล และอรวรรณ แก้วบุญชู (2557) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเครียดจากการทำงานของพยาบาลในโรงพยาบาลเฉพาะทางโรคมะเร็ง เขตภาคกลาง ที่พบว่าตำแหน่งงานมีความสัมพันธ์กับความเครียดจากการทำงานของพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับการศึกษาของสมบัติ ริยาพันธ์ และนิยดา ภู่อนุสาสน์ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนบุคลคล ความเครียด และพฤติกรรมการดูแลตนเองด้านสุขภาพจิตของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลในสังกัดสำนักการแพทย์ กรุงเทพมหานคร และพบว่าตำแหน่งในการปฏิบัติงานสามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการดูแลตนเองด้านสุขภาพจิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $P < .001$

สัมพันธภาพระหว่างบุคคลส่งผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาลจังหวัดพิษณุโลก สามารถอธิบายได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในองค์กรเป็นสิ่งที่ช่วยขับเคลื่อนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ แต่หากมีปัญหาทั้งจากเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และผู้ใต้บังคับบัญชา จะทำให้บรรยากาศในการทำงานเกิดความขัดแย้ง ขาดการไว้ใจซึ่งกันและกันและก่อให้เกิดความเครียดในที่สุด สอดคล้องกับทฤษฎีของ Cooper and Cartwright (1993) ได้กล่าวว่า การขาดการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้บังคับบัญชา จะทำให้บุคคลเกิดความเครียดทางใจและรู้สึกว่าถูกคุกคามเกี่ยวกับงานและความสุขของตนเอง ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดความเครียดหลักของคนทำงานจำนวนมากในองค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สอดคล้องกับสุพรรณี พุ่มแฟง และบุญใจ ศรีสถิตนรากูล (2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียดในงานของพยาบาลโรงพยาบาลตติยภูมิ แล้วพบว่าปัจจัยด้านสัมพันธภาพกับผู้ร่วมงานเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียดในงานของพยาบาลวิชาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และยังสอดคล้องกับการศึกษา

ของ ธิติ ดวงสร้อยทอง และขจรวรรณ เชาวนกระแสสินธุ์ (2557) ที่ได้ศึกษาความเครียดและปัจจัยที่เกี่ยวข้องของพยาบาลสถาบันบำบัดรักษาและฟื้นฟูผู้ติดเสพติดแห่งชาติบรมราชชนนี แล้วพบว่าลักษณะสัมพันธภาพส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความเครียดของพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษาระดับปริญญาโทและการศึกษาระดับอนุปริญญา ส่งผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาล จังหวัดพิษณุโลก สามารถอธิบายได้ว่าบุคคลากรที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโทเป็นตำแหน่งระดับสูงของโรงพยาบาลจึงไม่มีแรงกดดันจากผู้บริหาร ในขณะระดับอนุปริญญาเป็นตำแหน่งในระดับปฏิบัติที่มีภาระงานไม่ยุ่งยากซับซ้อนจึงส่งผลทำให้เกิดความเครียดน้อยกว่าผู้ที่จบการศึกษาอื่น ๆ เป็นไปตามทฤษฎีของ Ivancevich and Matteson (1987) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานแบ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ระดับการศึกษา สอดคล้องกับการศึกษาของพรรณวดี สนธิทรัพย์ (2542) ที่ศึกษาตัวแปรที่ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลกรุงเทพ พบว่า ระดับการศึกษา ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพ แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกาญจนา วิเชียรประดิษฐ์, ทนงศักดิ์ ยิ่งรัตนสุข และศรีรัตน์ ล้อมพงศ์ (2556) และ สมบัติ ริยาพันธ์ และนิยดา ภู่อนุสาสน์ (2542) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเครียดจากการทำงานของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลสังกัดมหาวิทยาลัยที่อยู่ในกำกับของรัฐ และปัจจัยส่วนบุคลคล ความเครียด และพฤติกรรมการดูแลตนเอง ด้านสุขภาพจิตของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลในสังกัดสำนักการแพทย์ กรุงเทพมหานคร แล้วพบว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเครียดจากการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ

ส่วนปัจจัยด้านบทบาทหน้าที่ในองค์กร การพัฒนาทางอาชีพ ลักษณะองค์กร และปัจจัยความสมดุลของชีวิตไม่สามารถพยากรณ์ความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาลในจังหวัดพิษณุโลก

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการวางแผนงานเพื่อแก้ปัญหาความเครียดจากการทำงานของบุคลากรอย่างถูกต้อง เหมาะสม

2. ควรศึกษารูปแบบในการลดความเครียดจากการปฏิบัติงานเพื่อจัดการความเครียดของบุคลากรในโรงพยาบาลให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

References

Baker, B. D., Karasek, A. R., Levy, S. B., & Wegman, H. D. (2000). Occupational health: Recognizing and work–related disease . *The Nurse Practitioner, 26*(2), 43-44.

Cooper, C., & Straw, A. (1993). *Successful stress Management in a Week*. London: Hodder & Stoughton.

Duangsoithong, T., & Chawanakrasaesin, K. (2014). Stress and Related Factors among Profressional Nurses Working in the Princess Mother National Institute on Drug Abuse Treatment. *Journal of Health Science, 23*(4), 695-703. (in Thai)

Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2000). *How to design and evaluate research in education* (4thed). USA: Hodder & Stoughton.

Hayhurst, A., Saylor, C.R., & Stuenkel, D. L. (2005). Work Environment Factor and Retention of Nurse. *Journal of Nurse Care Quality, 20*(3), 283-288.

Karasek, R. (1998). Demand control model, a Social, Emotional, and Psychological approach to stress risk and active behavior development. *The Encyclopedias of Occupational Health and Safety, 4*(2), 34.6-34.14.

Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Education and Psychological Measurement, 30*(1), 607-610.

Lvancevich, J. M., & Matteson, M. T. (1987). *Organizational Behavior and Management.* Texas: Business Publication.

Puathui, C. (2010). *A Study of Happiness Levels in the Work of Nnurses: a Case Study of Siriraj Hospital*. Master of Arts (Public and Private Management) Graduate school, Silpakorn University. (in Thai)

Pumfang, S., & Srisatidnarakul, B. (2015) Factors of Job Stress for Professional Nurses in Tertiary Hospital. *Kuakarun Journal of Nursing, 22*(2), 140-153. (in Thai)

Riyapan, S., & Bhooanusas, N. (1999). Personal factors, Stress and Mental Self-care Behaviors among professional nurses in Bangkok Medical Service Department Hospital. *Journal of Nursing Division, 36*(3), 32-46. (in Thai)

Selye, H. (1974). *The Stress of Life*. New York: McGraw-Hill Book.

Siangpror, P., Rawiworrakul, T., & Kaewboonchoo, O. (2014). Factors correlated to job stress among nurses in specialised cancer hospitals, central region of Thailand. *Journal of Health Science Research, 8*(1). 17-27. (in Thai)

Sonthithup, P. (1999). *Variables related to nursing practice of professional nurses of Bangkok General Hospital in Bangkok.* Master of Education (Thesis) Graduate school, Srinakharinwirot University. (in Thai)

การตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี
Customer's Purchasing Decisions for Body Sunscreen Creams in Ubon Ratchathani Province

ฐานิสร ไกรกังวาร และธรรมวิมล สุขเสริม
Thanisorn Kraikangwarn and Thumwimon Sukserm
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
Master of Business Administration Program Ubon Ratchathani University
Received: July 23, 2018
Revised: September 16, 2019
Accepted: September 17, 2018

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกาย (2) ศึกษาปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกาย และ (3) ศึกษาปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกาย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าที่มีประสบการณ์ซื้อครีมกันแดดทาผิวกายในจังหวัดอุบลราชธานีทั้งหมด 419 คน เครื่องมือใช้ในรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติวิเคราะห์ความแตกต่าง (t-test) สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายไม่แตกต่างกัน (2) ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ (3) ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ, ครีมกันแดด, เครื่องสำอาง

Abstract

The study aimed (1) to compare personal factors affecting the purchasing decisions for body sunscreen creams (2) to study the relationships between the social factors, psychological factors, social media online marketing factors with the purchasing decisions of body sunscreen creams (3) to study social factors, psychological factors and social media online marketing factors affecting purchase decision-making of body sunscreen creams. The sample group consisted of 419 customers who bought sunscreen cream in Ubon Ratchathani province. A questionnaire was the instrument for collecting data. The statistics used were percentage, mean, standard deviation, independence two sample t-test, the Analysis of Variance (ANOVA) – F-test, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient, and Multiple Regression Analysis. The results reveal that most of the respondents are female, 26-30 years old, single status, hold a bachelor's degree or higher, are business owners and have an average monthly income of 30,000 Baht or higher. The results of hypothesis test showed that (1) regarding personal factors, gender significantly affected purchasing decisions of body sunscreen creams at the statistical level of 0.05. However, age, status, education, career, average monthly salary did not affect purchasing decisions of body sunscreen cream (2) social factors, psychological factors, and social media online marketing factors are significantly related to body sunscreen cream purchasing decisions at the statistical level of 0.01 (3) social factors, psychological factors and social media online marketing factors significantly affected purchasing decisions for body sunscreen cream at the statistical level of 0.01

Keywords: purchasing decision-making, body sunscreen cream, cosmetic

บทนำ

ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจความงามในอาเซียน ครอบคลุมตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ได้แก่ ธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ธุรกิจนำเข้า จำหน่าย และค้าปลีกเครื่องสำอาง จากข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมระบุว่า เครื่องสำอางไทยมีมูลค่าสูงถึง 2 แสนล้านบาท โดยสถาบันวิจัยและสำรวจภาวะธุรกิจของประเทศญี่ปุ่นระบุว่า โครงสร้างตลาดเครื่องสำอางของไทยมีขนาดใหญ่ที่สุดในอาเซียน กว่าร้อยละ 30 เป็นมูลค่าการส่งออกไปยังอาเซียน มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 9.2 ต่อปี ซึ่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนถึงร้อยละ 44 ของการส่งออกเครื่องสำอางรวมทั้งหมด ทำให้ตลาดอาเซียนซึ่งมีมูลค่าตลาด 6 แสนล้านบาทใน พ.ศ.2558 เป็นตลาดที่มีศักยภาพ และเป็นโอกาสที่สำคัญของเครื่องสำอางไทย (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจทีเอ็มบี, 2558) รวมถึงปัจจุบันผู้คนต่างให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพอนามัย การเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ดูดีโดยเฉพาะกลุ่มที่อยู่ในวัยทำงาน จึงทำให้ตลาดเครื่องสำอางของไทยในช่วงที่ผ่านมามีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งธุรกิจนี้สามารถสร้างมูลค่าได้ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ และใน พ.ศ.2559 ที่ผ่านมา ตลาดครีมกันแดดมีมูลค่ามากกว่า 4,000 ล้านบาท และคาดว่าจะมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้มีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งในปัจจุบันครีมกันแดดได้มีการวางขายในหลายช่องทาง ทั้งช่องทางดั้งเดิม และช่องทางออนไลน์ใหม่ ๆ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2559)

การซื้อสินค้าครีมกันแดดมีกระบวนการตัดสินใจที่ซับซ้อน เนื่องจากผู้บริโภคมีตัวเลือกในการซื้อสินค้าจำนวนมาก และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย การตัดสินใจซื้อสินค้านั้นมีกระบวนการเกิดเป็นขั้นตอนไม่ได้เกิดขึ้นในทันที

จึงต้องทำการศึกษากระบวนการดังกล่าวจากแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจที่นิยมนำมาใช้ศึกษาคือ แบบจำลองจากทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ Kotler (2003) ได้แสดงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค กล่าวคือ ก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้น ขั้นแรกคือ การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem recognition) ขั้นที่สองคือ การหาข้อมูล (Information search) ขั้นที่สามคือ การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) ขั้นที่สี่คือ การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) และขั้นสุดท้ายคือ พฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase behavior) ซึ่งแบบจำลองดังกล่าวได้รับการยอมรับในการนำไปใช้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากสามารถวิเคราะห์และสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างชัดเจนและครบถ้วน ทั้งนี้ในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่แตกต่างกันอาจเป็นผลมาจากปัจจัยด้านต่างๆ

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อพบว่า ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค (Kotler, 2003) ทั้งนี้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยดังกล่าว รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอาง โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจ อย่างไรก็ตามในยุคอุตสาหกรรม 4.0 นี้ได้มีตัวแปรใหม่ๆ เกิดขึ้น คือ ปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ ผู้ศึกษาจึงตั้งสมมติฐานว่าตัวแปรดังกล่าวข้างต้นทั้งหมดอาจจะส่งผลต่อการตัดสินใจในสิ่งที่กำลังศึกษาได้

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง จึงถือว่าเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยประชาชนในจังหวัดอุบลราชธานีมีค่าใช้จ่ายเพื่ออุปโภคบริโภคด้านการดูแลสุขภาพถึง 9,780 ล้านบาทต่อปี ประกอบกับสภาพอากาศทั่วภาคอีสานที่มีอุณหภูมิสูงขึ้นเรื่อยๆ จากแสงแดดที่แรงขึ้นนอกจากนี้ยังมีศักยภาพทางการคมนาคมเชื่อมโยงไปยังตอนใต้ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว แขวงจำปาสักผ่านด่านศุลกากรช่องเม็ก จึงเป็นเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคอีสาน โดยใน พ.ศ.2559 ไทยเป็นคู่ค้าอันดับ 1 ของ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2555-2559) การค้าระหว่างไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีมูลค่าเฉลี่ยประมาณปีละ 5,393.54 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งสินค้าประเภทเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว เป็นสินค้าสำคัญที่ประเทศไทยส่งออกไป สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยคิดมูลค่าเป็น 125.18 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ใน พ.ศ.2559 ซึ่งมีมูลค่าสูงขึ้นจากปี พ.ศ.2558 ถึงร้อยละ 17 และในอนาคตจะมีเส้นทางโลจิสติกส์การค้าใหม่เชื่อมไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ซึ่งจะเป็นเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจที่สำคัญที่จะส่งเสริมการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์การขนส่งสินค้าและด้านการส่งเสริมธุรกิจ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559)

ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นถึงโอกาสดังกล่าวจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี โดยศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ โดยผู้ศึกษาหวังว่าการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ในการนำผลการวิเคราะห์ไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด วางแผนการสื่อสารและเลือกเครื่องมือต่างๆ ที่จะช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและสร้างกำไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลอันประกอบด้วย อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี

3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ผู้ศึกษาใช้การวัดการตัดสินใจผ่านกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นที่ 1 การตระหนักถึงปัญหา เป็นการรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง ขั้นที่ 2 การหาข้อมูล เป็นการแสวงหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ ขั้นที่ 3 การประเมินทางเลือก เป็นการนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มาวิเคราะห์ถึงข้อดี ข้อเสีย การเปรียบเทียบ ประเมินดูความคุ้มค่าเพื่อหาสิ่งที่ดีที่สุด ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ เป็นการตัดสินใจเลือกสิ่งที่ดีที่สุดหลังจากการประเมินข้อมูลที่มีทั้งหมด โดยประเมินจากการซื้อด้วยความตั้งใจ การซื้อโดยบังเอิญ การซื้อโดยการกระตุ้นจากพนักงานขาย หรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และขั้นที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ เป็นการใช้สินค้าที่ตัดสินใจซื้อไปแล้วทำการประเมินและวิเคราะห์สินค้านั้น โดยการประเมินจากการซื้อซ้ำ การบอกต่อ และการปกป้อง (Kotler, 2003)

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

องค์ประกอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล กล่าวไว้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการสื่อสารการตลาดและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ขนาดของครอบครัว ค่านิยมหรือคุณค่า และรูปแบบการดำรงชีวิต (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) จากแนวคิดดังกล่าว พบว่า มีหลายแนวคิดที่ใช้ตัวแปรเหมือนกัน ผู้ศึกษาจึงได้นำปัจจัยดังกล่าวมาสังเคราะห์ตัวแปรให้เหมาะสมกับบริบทของผลิตภัณฑ์ครีมกันแดดทาผิวกาย เพื่อใช้ในการสำรวจกลุ่มประชากรเป้าหมาย ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเลือกใช้ตัวแปรเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มาเป็นตัวแปรวัดผลการศึกษาในงานวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับตัวแปรของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม

องค์ประกอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม กล่าวไว้ว่า ปัจจัยทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาททางสังคม ชั้นทางสังคม และสถานภาพสมรส ซึ่งผู้ศึกษาพบว่า องค์ประกอบของแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมที่มีความสอดคล้องกับบริบทของงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง เนื่องจากตัวแปรดังกล่าวเป็นปัจจัยด้านสังคมที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้า (Kotler, 1994; Kotler, 2003; Walters, 1978; สุดาดวง เรืองรุจิระ, 2543)

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยา

จากการทบทวนองค์ประกอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยา กล่าวไว้ว่า การเลือกซื้อสินค้าและบริการของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญ 4 ปัจจัย ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ ความเชื่อ และทัศนคติที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ (Armstrong&Kotler, 1990; Schaffner, 1998) จึงทำให้ผู้ศึกษาได้นำปัจจัยดังกล่าวนี้มาใช้เป็นตัวแปรต้นในการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งปัจจัยทางจิตวิทยามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้า

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์

จากการศึกษาเกี่ยวกับสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ พบว่าการใช้วิดีโอออนไลน์ (Video Online) ผ่านทางเว็บไซต์ยูทูป (YouTube) และเฟซบุ๊ค (Facebook) เป็นรูปแบบหนึ่งของการโฆษณาออนไลน์ ซึ่งตอบสนองกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งเป็นยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยผสมผสานระหว่างการนำเสนอสินค้าให้ข้อมูลสินค้าและซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยผู้บริโภคเป็นผู้ค้นหาข้อมูลด้วยตนเองเมื่อต้องการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือเหล่านี้มาเป็นแนวทางการศึกษาและออกแบบเครื่องมือสำหรับการวิจัย (Kim et al. (2010, p.216)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้า เรื่อง การตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี มีกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังภาพประกอบที่1.1

ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล อันประกอบด้วย อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกัน

2. ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี

3. ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ลูกค้าที่มีประสบการณ์ซื้อครีมกันแดดทาผิวกาย ในจังหวัดอุบลราชธานี

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึงกลุ่มประชากรบางส่วนที่มีประสบการณ์ซื้อครีมกันแดดทาผิวกายในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้การคำนวณจากแนวคิดของ W.G. Cochran (1977) จึงได้กลุ่มตัวอย่างมาจำนวน 385 คน โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

สูตร $$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้ศึกษากำลังสุ่ม 0.50

Z แทน ระดับความเชื่อมันที่ผู้ศึกษากำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ 0.05)

e แทน ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% (0.05)

แทนค่า $$n = \frac{(.5)(1-.5)(1.96)^2}{0.5^2}$$

$$n = 384.16$$

$$n \approx 385 \text{ คน}$$

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ที่มีประสบการณ์ใช้ครีมกันแดดทาผิวกายในจังหวัดอุบลราชธานี มีลักษณะแบบตัวเลือก จำนวน 5 ข้อ โดยเนื้อหาครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ โดยเนื้อหาครอบคลุมทั้งหมด 3 ด้าน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี โดยเนื้อหาครอบคลุมทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem recognition) การหาข้อมูล (Information search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) และพฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase behavior) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้มาจาก 2 แหล่ง คือ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่มีประสบการณ์ใช้ครีมกันแดดทาผิวกายในจังหวัดอุบลราชธานี

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้วิธีการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม ได้แก่ การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Congruence) และ การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha) ซึ่งเกณฑ์ที่ยอมรับได้คือ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งผลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามนี้เท่ากับ 0.804

3. สถิติทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ t - Test, F - Test, การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Analysis) และ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท

2. ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ ส่งผลต่อการตัดสินในซื้อครีมกันแดดฯ ที่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานีไม่แตกต่างกัน

3. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อครีม

กันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 ตามตารางที่ 1

ตาราง 1

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์กับตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	(1)	(2)	(3)	(4)
1.การตัดสินใจซื้อครีมกันแดด	3.71	1	0.43**	0.55**	0.46**
2. ปัจจัยทางสังคม	2.94		1	0.26**	0.47**
3. ปัจจัยทางจิตวิทยา	4.24			1	0.39**
4. ปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์	3.45				1

** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานีมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามตารางที่ 2

ตาราง 2

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี

ปัจจัย	b	SE b	Beta	t	p-value	tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	1.47	0.13		11.11	0.00**		
1.ปัจจัยทางสังคม	0.16	0.03	0.23	5.48	0.00**	0.78	1.29
2.ปัจจัยทางจิตวิทยา	0.32	0.03	0.42	10.16	0.00**	0.84	1.19
3.ปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์	0.13	0.03	0.19	4.28	0.00**	0.71	1.42
Adjusted R2 = 0.65, SEE = 0.38, F = 99.36, Sig of F = 0.00***							

**มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

การอภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ผลการศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ชาริยา ไชยานุพัทธกุล (2555) เรื่อง นวัตกรรมทางการตลาดผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าจากร้านค้าเฉพาะอย่างด้านสุขภาพและความงาม พบว่า ความแตกต่างของแต่ละบุคคล สามารถจำแนกได้จากลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ขนาดครอบครัว ช่วงชีวิต และภูมิภาค ซึ่งบุคคลที่มีพื้นฐานด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกช่องทางการซื้อที่แตกต่างกัน และ พัทธนันท์ รุ่งเจริญ (2555) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของร้านสวัสดีไดเร็คเซลส์ สาขาอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า เพศของลูกค้าร้านสวัสดีไดเร็คเซลส์ สาขาอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ส่งผลต่อการเลือกซื้อประเภทเครื่องสำอางที่ใช้สำหรับใบหน้าและผมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ผลการศึกษาพบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ธารทิพย์ ขนาบศักดิ์ (2557) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online ของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online โดยผลรวม ไม่ขึ้นอยู่กับอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ อายุไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online ของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า การตัดสินใจซื้อไม่ขึ้นอยู่กับอายุในทุกปัจจัย และปนัดดา เซ็นเชาวนิช (2556) เรื่อง การสื่อสารของผู้มีอิทธิพลด้านความงามทางสื่อออนไลน์ และการเปิดรับข้อมูล ทัศนคติ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภค พบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้ง เนื่องจากครีมกันแดดที่ใช้สำหรับผิวกายไม่มีการจำแนกกลุ่มกลุ่มอายุ มีเพียงการแยกชนิดครีมกันแดดสำหรับเด็กและผู้ใหญ่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษานี้เป็นช่วงอายุที่ใช้ครีมกันแดดประเภทผู้ใหญ่เช่นเดียวกันทั้งหมด จึงทำให้ลูกค้าทุกช่วงอายุมีการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ธารทิพย์ ขนาบศักดิ์ (2557) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online ของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online โดยผลรวมไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพสมรส นั่นคือ สถานภาพสมรสไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online ของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร และกัณภร ยั่งยืน (2557) เรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางทางระบบอินเทอร์เนต พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางทางระบบอินเตอร์เน็ตในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากชนิดของครีมกันแดดที่ใช้สำหรับผิวกาย ไม่มีการจำแนกตามสถานภาพสมรส จึงทำให้ลูกค้าทุกสถานภาพมีการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาสูงสุด ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ธารทิพย์ ขนาบศักดิ์ (2557) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online ของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online โดยผลรวมไม่ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online ของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร และปนัดดา เซ็นเชาวนิช (2556) เรื่อง การสื่อสารของผู้มีอิทธิพลด้านความงามทางสื่อออนไลน์ และการเปิดรับข้อมูล ทัศนคติ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภค พบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากในปัจจุบันการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลทางอินเตอร์เนต ทำให้การเข้าถึงข้อมูลของสินค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย ระดับการศึกษาจึงไม่เป็นข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อครีมกันแดด จึงทำให้ลูกค้าทุกระดับการศึกษามีการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ธารทิพย์ ขนาบศักดิ์ (2557) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online ของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่าการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online โดยผลรวมไม่ขึ้นอยู่กับอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ อาชีพไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online ของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร และปนัดดา เซ็นเชาวนิช (2556) เรื่อง การสื่อสารของ

ผู้มีอิทธิพลด้านความงามทางสื่อออนไลน์ และการเปิดรับข้อมูล ทัศนคติ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภค พบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการทุกกลุ่มอาชีพมีความจำเป็นในการซื้อครีมกันแดด เพราะว่าทุกกลุ่มอาชีพในจังหวัดอุบลราชธานีต้องพบเจอกับแสงแดดไม่ว่าจะมากหรือน้อย จึงทำให้ลูกค้าทุกอาชีพมีการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษาพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ธารทิพย์ ขนาบศักดิ (2557) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online ของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่าการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online โดยผลรวมไม่ขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online ของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร และสายพิณ วรรณี (2556) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค: กรณีศึกษา พนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมเจริญสิน ในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีพบว่า ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ Chi-square (X^2 test) ทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อเครื่องสำอาง อย่างไรก็ตามผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการทุกกลุ่มรายได้มีความจำเป็นในการซื้อครีมกันแดด และในตลาดครีมกันแดดมีราคาตั้งแต่ต่ำจนถึงสูง เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้ลูกค้าทุกกลุ่มรายได้สามารถมีกำลังซื้อได้ จึงทำให้ลูกค้าทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยทางสังคม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรภัทร ปริญญาพรหม (2557) เรื่อง การศึกษารูปแบบออนไลน์แพลตฟอร์มกับผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยผลการศึกษา พบว่า ผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ประเภทดารา/Celebrity มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการข้อผู้บริโภค และนฤมล รอดเนียม (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทความงานผ่านการแนะนำของบล็อกเกอร์ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านการแนะนำของสื่อบล็อกเกอร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทความงามผ่านการแนะนำของบล็อกเกอร์ด้านชื่อเสียงของบล็อกเกอร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางจิตวิทยา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยามีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรเมษฐ์ สุทธิวงษ์ (2557) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวทุกด้าน โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระดับมาก เรียงลำดับได้คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ เนื่องจากผิวพรรณเป็นส่วนที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดเนื่องจากเป็นส่วนที่แสดงความเป็นตัวตน เป็นส่วนที่ผู้อื่นจะมองเห็นและรับรู้เป็นสิ่งแรก ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีความพิถีพิถันในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นพิเศษ

ปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสื่อสังคมทางการตลาดออนไลน์มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธารทิพย์ ขนาบศักดิ (2557) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่าน Video Online ของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า เนื้อหาใน Video Online มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ซึ่งปัจจัยความน่าเชื่อถือ มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานครขึ้นอยู่กับเนื้อหาใน Video Online แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ที่มาจากปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเนื้อหาใน Video Online อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และ วรภัทร ปริญญาพรหม (2557) เรื่องการศึกษารูปแบบออนไลน์แพลตฟอร์มกับผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้เขียนวิจารณ์สินค้าหรือบริการ (Reviewer) บนช่องทางออนไลน์หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าบล็อกเกอร์ (Blogger) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ผู้ศึกษาเสนอแนะสำหรับการวิจัยการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานีว่าควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตอื่นๆ นอกจากจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อที่จะได้ผลการศึกษาที่มีความหลากหลายของข้อมูลมากขึ้น

References

Youngyuen, K. (2014). *Electronic marketing strategy influencing buying decision process of cosmetic on the internet*. Master of Business Administration, Rajamangala University of Tech nology Suvarnabhumi. (in Thai)

Business Information Division. (2016). *Star Business of March 2016*. Bangkok: Department of Business Development. (in Thai)

Kaewthep, K., & Chaikhunpol, N. (2002). *New media manual.* Bangkok: Parbpim. (in Thai)

Chaiyanupattakul, C. (2012). *Innovations in shopper marketing and buying decision process of skin care products in health and beauty specialty stores*. Master of Business Administration, Kasertsart University. (in Thai)

Kanabsak, T. (2014), *Factors affecting the decision by working women in bangkok metropolis to purchase cosmetics via online videos*. Master of Arts, Ramkhamhaeng University. (in Thai)

Rodnium, N. (2014). *Factors which affect the decision making to purchase beauty products based on blogger recommendations*. Master of Arts Thesis, Rajamangala University of Teconology Phra Nakhon. (in Thai)

Senchaowanich, P. (2013). *The communication of online beauty influencers and consumer's information exposure, attitude and decision to buy cosmetics*. Master of Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)

Serirut, S. (2007). *Customer behavior*. Bangkok: Pattanasuksa. (in Thai)

Suttiwong, P. (2014). *Factors of the marketing mix affecting to the purchasing of skincare cosmetics of undergtaduate students of Nakhonpathom Rajaphat University*. Master of Business Administration, Silpakorn University. (in Thai)

Kachainchai, P. (2010). *How to sale fashion product by Community Online*. *E-commerce Journal, 2553*(138), 47-58. (in Thai)

Rungcharoean, P. (2012). *Marketing factors that affect the customer's decision to buy cosmetics at Sawasdee direct sales Nakhonparthom province*. Master of Business Administration, Silpakorn University. (in Thai)

Parinyaprom, W. (2014). *Online platform and online influencer has influenced customer purchase decision*. Master of Business Administration, King Mongkut's University of Technology Thonburi. (in Thai)

Wannee, S. (2013). *Factors affecting cosmetics buying behavior of the staff of Charoensin industry group in Banbung district, Chonburi province*. Master of Administration for executive Thesis, Burapha University. (in Thai)

Ubon Ratchathani Provincial Statistical Office. (2016). *Ubon Ratchathani Statistics 2016*. Ubon Ratchathani: Ubon Ratchathani Provincial Statistical Office. (in Thai)

การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูป ระหว่างตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
Comparison Study of Consumers' Satisfaction towards Instant Coconut Curry Products among Brand A, B and C in Bangkok Metropolitan Area

ทิพวรรณ อาณานุการ และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย
Tipphawan Ananukarn and Boonyarat Samphanwattanachai
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
Master of Business Administration Program Stamford International University
Received: August 7, 2018
Revised: September 3, 2018
Accepted: September 3, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูประหว่างตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครวิธีดำเนินการวิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ใช้หรือเคยใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C จำนวน 390 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติคพหุกลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B อยู่ในระดับมาก และตราสินค้า C อยู่ในระดับมากที่สุด จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งปัจจัยภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านความแข็งแกร่งและความชื่นชอบของการเชื่อมโยงตราสินค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ดังกล่าว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ดังกล่าวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ดังกล่าวไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ส่วนประสมทางการตลาด, ภาพลักษณ์ตราสินค้า, ประชากรศาสตร์, ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูป

Abstract

The objectives of this quantitative research were to comparatively study consumers' satisfaction and factors influencing their satisfaction towards instant coconut curry products among brands A, B and C in Bangkok Metropolitan area. The research methodology was as follows: The researcher collected data from a sample of consumers who currently use or have previously used instant coconut curry product brand A, B and C through questionnaire surveys which totaled 390 sets. The data were statistically analyzed using percentage, mean and standard deviation. Inferential statistics methods on Independent-sample t-test, one-way ANOVA: F-test and Multinomial Logistic Regression analysis were used for hypotheses testing in this study. Research findings were as follows: The overall satisfaction towards instant coconut curry brand A & B was at a high level but brand C was at the highest level. The hypothesis testing results showed that the marketing mix in terms of price promotion, product and place, including brand image, in terms of strength and favorability of brand association, influenced satisfaction towards aforementioned product at the significant level of 0.05. In addition, demographic factors in terms of occupation and income influenced the correlation between marketing mix factors and satisfaction differently at the significant level of 0.05. Whereas, consumer behavior factors were not influential and thus, there was no correlation between them.

Keywords: satisfaction, marketing mix, band image, demographic, instant coconut curry product

บทนำ

จากสภาพเศรษฐกิจ สังคม และความเจริญทางเทคโนโลยีของประเทศไทยในยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้วิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนไปจากเดิม วิถีชีวิตที่เร่งรีบในเมืองทำให้ผู้บริโภคมีเวลาจำกัดในการเตรียมและปรุงอาหาร โดยเฉพาะการเตรียมส่วนประกอบต่าง ๆ ในส่วนของเครื่องปรุงรสและเครื่องแกง ซึ่งมีส่วนผสมที่หลากหลายและมีกรรมวิธีในการปรุงที่ยุ่งยากซับซ้อน จากสภาพแวดล้อมทางการตลาดดังกล่าว ผู้ประกอบธุรกิจจึงมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองตลาดและความต้องการของผู้บริโภคตามพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป นำมาสู่การขยายธุรกิจจากธุรกิจเครื่องปรุงรสมาเป็นเครื่องปรุงรสสำเร็จรูป ทำให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวช่วยให้ผู้บริโภคสามารถปรุงอาหารได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และได้คุณภาพรสชาติอาหารที่คงที่สม่ำเสมอ ส่งผลให้ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสสำเร็จรูปในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องร้อยละ 7 - 10 ในสามปีที่ผ่านมา โดยมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 897 ล้านบาทต่อปี (AC Nielsen, 2016) มีผู้เล่นหลักในตลาด คือ รสดีเมนู โลโบ คนอร์ และรอยไทย (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์, 2560) ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงสำเร็จรูป จัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในในกลุ่มเครื่องปรุงรสสำเร็จรูป มีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 30 ของผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสสำเร็จรูปทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 284 ล้านบาท โดยผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปในบรรจุภัณฑ์ปิดสนิท มีมูลค่าตลาดประมาณ 204 ล้านบาทในตลาดค้าปลีก (AC Nielsen, 2016) จากการที่ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงสำเร็จรูปได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากขึ้น ส่งผลให้เกิดวิวัฒนาการของเครื่องแกง จากการโขลกพริกแกงสดไว้ใช้ปรุงอาหารในครัวเรือนในสมัยโบราณ มาเป็นการผลิตเครื่องแกงสำเร็จรูปในระดับอุตสาหกรรม ทำให้เครื่องแกงสำเร็จรูปมีคุณภาพและอายุการเก็บรักษาที่นานขึ้น และในปัจจุบัน เครื่องแกงสำเร็จรูปมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์

เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปพร้อมปรุงที่มีความครบเครื่องของส่วนผสมอันประกอบด้วย เครื่องแกง เครื่องปรุงรส และกะทิผสมรวมกัน ซึ่งมีจำหน่ายในประเทศไทยถึง 3 รูปแบบด้วยกัน ทั้งในรูปแบบผง เหลว และกึ่งผงกึ่งเหลวหรือเพสท์ ทำให้ผู้บริโภคเตรียมเพียงวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์และผักตามต้องการ ก็สามารถทำเมนูอาหารดังกล่าวได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ซึ่งจากข้อมูลทางการตลาดค้าปลีกของผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปที่มีส่วนผสมอันประกอบด้วยเครื่องแกง เครื่องปรุงรส และกะทิรวมกันที่มีตราสินค้าและบรรจุในบรรจุภัณฑ์ปิดสนิท พบว่า ตราสินค้า A เป็นผู้นำตลาดกลุ่มดังกล่าวด้วยส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 42 รองลงมา คือ ตราสินค้า B ร้อยละ 46 (ส่วนแบ่งตลาดรวมของเครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปทั้งที่มีกะทิและไม่มีกะทิเป็นองค์ประกอบในสูตร) และตราสินค้า C ร้อยละ 12 (AC Nielsen, 2016)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าตลาดเครื่องแกงสำเร็จรูปในประเทศไทยจะเป็นตลาดที่มีสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น มีผู้ประกอบการเข้ามาเล่นในตลาดอย่างต่อเนื่องก็ตาม แต่จากข้อมูลทางการตลาดในส่วนของการเติบโตของยอดขายของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปใน 1-2 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีอัตราการเจริญเติบโตน้อยกว่าร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสสำเร็จรูปในกลุ่มอื่น ๆ (AC Neilsen, 2016) ประกอบกับการยกเลิกจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องแกงสำเร็จรูปในบางรสชาติ เช่น เครื่องแกงเผ็ดสำเร็จรูป จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหา จึงทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยมุ่งเน้นศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปที่มีการผสมส่วนผสมเครื่องแกงเข้ากับเครื่องปรุงรสและมีการใส่กะทิในส่วนผสมเรียบร้อยแล้ว ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาต่อยอดแนวความคิด อันนำไปสู่การเกิดองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในส่วนของผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและศักยภาพในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ส่งผลให้ธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องแกงสำเร็จรูปอันเป็นสินค้าที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมอาหารของไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องและประสบความสำเร็จครองใจผู้บริโภคในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีต่อความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยพฤติกรรมการบริโภคที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (Armstrong and Kotler, 2016) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้า บริการ และสิ่งใดก็ตามที่บริษัทนำเสนอแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความสนใจ การแสวงหา การใช้ หรือการบริโภค เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ (Armstrong and Kotler, 2016)

2. ราคา (Price) คือ จำนวนเงินสำหรับค่าสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการนั้น โดยราคามีความสัมพันธ์กับคุณค่าของผลิตภัณฑ์

ที่ลูกค้าจะได้รับ (นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร, 2558) ซึ่งผู้บริโภคใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังว่าจะได้รับเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ (Armstrong and Kotler, 2016) ผู้มีหน้าที่กำหนดราคา ต้องกำหนดราคาให้เหมาะสมอันเป็นราคาที่ทำให้ผู้ซื้อพอใจที่จะจ่าย และกิจการเองก็พอใจที่จะรับด้วยเช่นกัน (ศุภชาต เอี่ยมรัตนกูล, 2557)

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ กิจกรรมใด ๆ ที่สื่อสารถึงข้อดีของผลิตภัณฑ์และจูงใจให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าดังกล่าว (Armstrong and Kotler, 2016) ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การส่งเสริมการจำหน่าย การสื่อสารการตลาดกับผู้บริโภคทางอินเตอร์เน็ต (interactive marketing) และการตลาดทางตรง (สุดาพร กุณฑลบุตร, 2557)

4. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution) เป็นการจัดสรรให้มีผลิตภัณฑ์อยู่ในที่ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถหาซื้อได้ (Hawkins and Mothersbaugh, 2010) และยังต้องกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคอย่างถูกต้องทั้งเวลา สถานที่และปริมาณ (สุวิมล แม้นจริง และเกยูร ใยบัวกลิ่น, 2550)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้า

ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand image) เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า ซึ่งสะท้อนถึงการเชื่อมโยงตราสินค้าที่อยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค โดยการเชื่อมโยงตราสินค้าจะสะท้อนถึงคุณลักษณะของสินค้าหรือภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของสินค้า ในการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าเชิงบวกนั้น เป็นการสร้างโปรแกรมทางการตลาดที่เชื่อมโยงกับองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ ความแข็งแกร่ง (Strength) ความชื่นชอบ (Favorability) และความมีเอกลักษณ์ (Unique) เข้ากับความทรงจำของผู้บริโภค (Keller, 2013) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความแข็งแกร่งของการเชื่อมโยงตราสินค้า (Strength of brand association) เมื่อผู้บริโภคระลึกถึงสิ่งที่เกี่ยวกับสินค้าและเชื่อมโยงกับความรู้ในตราสินค้าที่มีอยู่ ก็จะเกิดเป็นความแข็งแกร่งของการเชื่อมโยงตราสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น มีสองปัจจัยที่สร้างความแข็งแกร่งของการเชื่อมโยงไปยังข้อมูล ซึ่งก็คือบุคคลที่เกี่ยวข้องและความสม่ำเสมอของการนำเสนออย่างต่อเนื่อง โดยทั่วไปแล้วประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่สร้างการเชื่อมโยงคุณลักษณะและคุณประโยชน์ของตราสินค้าที่แข็งแกร่งที่สุดอันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (Keller, 2013)

2. ความชื่นชอบของการเชื่อมโยงตราสินค้า (Favorability of brand association) นักการตลาดจะสร้างความชื่นชอบของการเชื่อมโยงสินค้าด้วยการทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในตราสินค้าที่ครอบครองว่ามีทั้งคุณลักษณะและคุณประโยชน์ที่สามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ทำให้เกิดการตัดสินตราสินค้าโดยภาพรวมเป็นเชิงบวก (Keller, 2013)

3. ความมีเอกลักษณ์ของการเชื่อมโยงตราสินค้า (Uniqueness of brand association) ในการสร้างความแตกต่างอย่างมีเอกลักษณ์หรือการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน อาจอยู่บนพื้นฐานของคุณลักษณะหรือคุณประโยชน์ที่เกี่ยวพันกับส่วนที่เป็นสินค้าหรือส่วนที่ไม่เป็นสินค้าก็ได้ (Keller, 2013)

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ ขนาดครอบครัว วัฏจักรชีวิตครอบครัว เพศ รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ เจเนอเรชั่น ตลอดจนชั้นทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่นักการตลาดนิยมนำมาใช้แบ่งส่วนตลาด เนื่องจากมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้บริโภค นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Kotler and Keller, 2016) จากงานวิจัยของกานต์ วิทยาวงศรุจิ (2556) พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะครอบครัว และลักษณะที่อยู่อาศัยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำแกงพร้อมปรุงตรารอยไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค

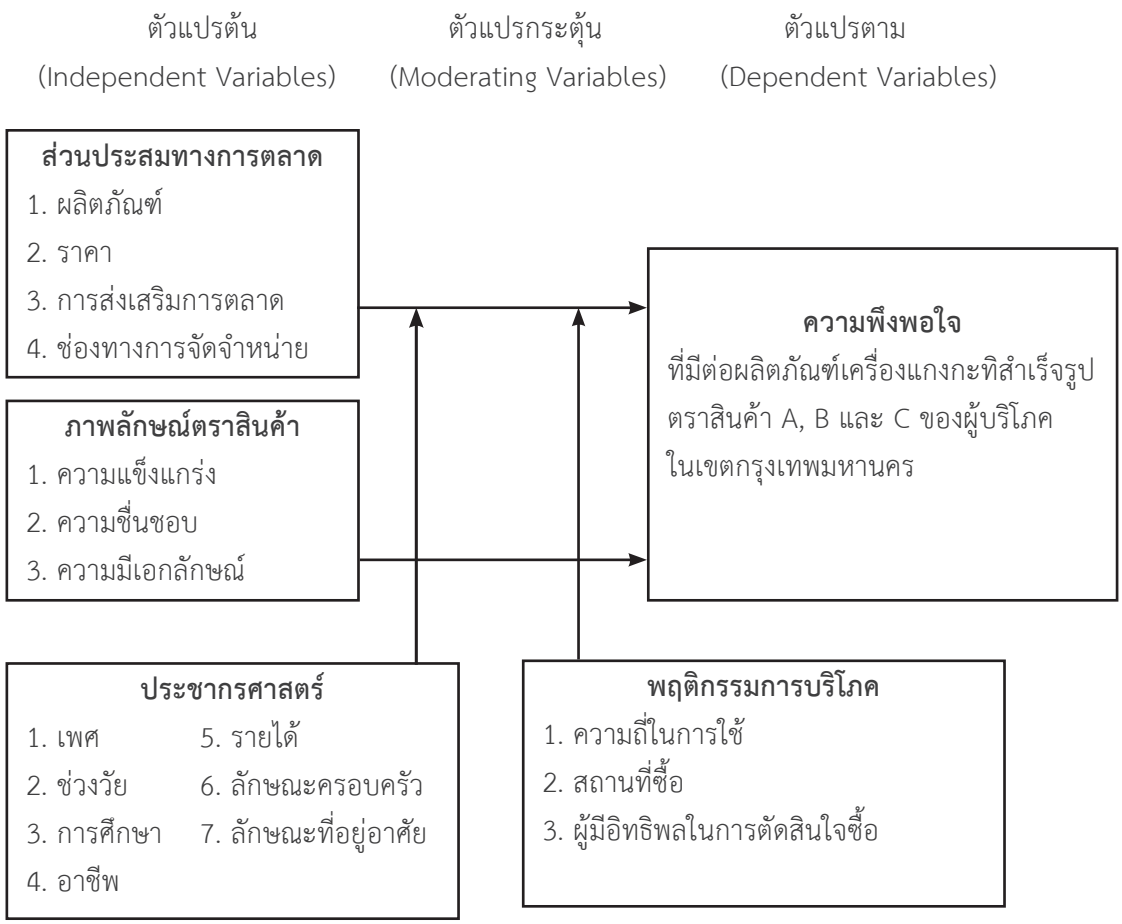
พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเลือก การซื้อ การใช้ ตลอดจนการขจัดสินค้าบริการ ความคิดหรือประสบการณ์ที่จะสนองความต้องการและความปรารถนา ทำให้เกิดความพึงพอใจ (Solomon, 2011) ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น เป็นการให้ความ

สำคัญกับผู้บริโภคและครอบครัวในการตัดสินใจเพื่อที่จะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเวลา เงิน และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ต้องการ รวมถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เหตุผลที่ซื้อหรือใช้ เมื่อไรที่ซื้อ สถานที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อหรือใช้ ผู้บริโภคมีการประเมินผลอย่างไรหลังการซื้อ ผลกระทบของการประเมินผลต่อการซื้อครั้งต่อไป (Schiffman and Kanuk, 2010) ซึ่งสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้ จากการพิจารณาพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการของผู้บริโภค ได้แก่ ใครเป็นผู้ซื้อ ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ที่ไหน และซื้ออย่างไร (นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร, 2558)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ เป็นสิ่งสะท้อนถึงการตัดสินของบุคคลที่รับรู้ในผลการปฏิบัติงาน (performance) ของผลิตภัณฑ์ซึ่งสัมพันธ์กันกับความคาดหวัง เป็นความรู้สึกยินดีหรือผิดหวังของบุคคลอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่รับรู้กับความคาดหวัง ถ้าผลการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ หากตรงกับความคาดหวัง ก็จะเกิดความพึงพอใจ และหากเกินความคาดหวัง ก็จะพึงพอใจเป็นอย่างมากหรือเกิดเป็นความประทับใจ (Kotler and Keller, 2016) การสร้างความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากความพึงพอใจทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อและซื้อซ้ำ รวมทั้งมีความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ด้วย ซึ่งจะส่งผลถึงผลกำไรในระยะยาว

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดของการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานที่ 2 ภาพลักษณ์ตราสินค้า ได้แก่ ความแข็งแกร่ง ความชื่นชอบ และความมีเอกลักษณ์ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ช่วงวัย ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะครอบครัว และลักษณะที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 4 พฤติกรรมการบริโภค ได้แก่ ความถี่ในการใช้ สถานที่ซื้อ และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรซึ่งเป็นผู้บริโภคที่ใช้หรือเคยใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้หรือเคยใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร (จับฉลากมาจากเขตบางกะปิ เขตจตุจักร เขตปทุมวัน เขตพระโขนง และเขตมีนบุรี) จำนวน 390 คน แบ่งเป็นตราสินค้าละ 130 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมการบริโภค จำนวน 7 ข้อ ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งสี่ด้าน จำนวน 21 ข้อ ข้อมูลปัจจัยภาพลักษณ์ตราสินค้า จำนวน 15 ข้อ และข้อมูลความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูป จำนวน 1 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ใช้หรือเคยใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 17 - 71 ปี (เจเนอเรชั่นเบบี้ บูมเมอร์ - วาย) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 5 เขต ทั้งนี้ ทำการเก็บข้อมูลทั้งหมด 390 ชุด โดยแบ่งเก็บข้อมูลตราสินค้าละ 130 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น AC Neilsen สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ตำรา วารสาร รวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลออนไลน์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ในการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบสอบถาม (Construct validity) และใช้วิธีการวิเคราะห์ Test-Retest Reliability เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) เมื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 ชุด พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.95 ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการบริโภค ใช้ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) รวมทั้งระดับความคิดเห็นในการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภาพลักษณ์ตราสินค้า และระดับความพึงพอใจ นอกจากนี้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมุติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและภาพลักษณ์ตราสินค้า ใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติคพหุกลุ่ม (Multinomial Logistic Regression Analysis) ในการทดสอบสมมุติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ ใช้สถิติ Independent-sample t-test ส่วนการทดสอบสมมุติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านช่วงวัย การศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะครอบครัว และลักษณะที่อยู่อาศัย รวมทั้งพฤติกรรมการบริโภค ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : F-test)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการบริโภค

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาแยกแต่ละตราสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า A และ B มีระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า C มีระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปอยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 1

สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการบริโภค

ความพึงพอใจในการบริโภค	ทั้งหมด			ตราสินค้า A			ตราสินค้า B			ตราสินค้า C		
	$\overline{X}$	SD	แปลผล	$\overline{X}$	SD	แปลผล	$\overline{X}$	SD	แปลผล	$\overline{X}$	SD	แปลผล
ความพึงพอใจโดยรวม	4.14	0.558	มาก	4.15	0.558	มาก	4.01	0.442	มาก	4.27	0.644	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (X = 4.00) โดยมีความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกแต่ละตราสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า A, B และ C มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า A มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมการทางตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มอย่างที่ใช้ตราสินค้า C มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดทั้งด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า B มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 2

สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ทั้งหมด			ตราสินค้า A			ตราสินค้า B			ตราสินค้า C		
	$\overline{X}$	SD	แปลผล	$\overline{X}$	SD	แปลผล	$\overline{X}$	SD	แปลผล	$\overline{X}$	SD	แปลผล
1. ผลิตภัณฑ์	4.10	0.509	มาก	4.08	0.560	มาก	4.01	0.341	มาก	4.22	0.573	มากที่สุด
2. ราคา	3.92	0.493	มาก	3.85	0.521	มาก	3.82	0.325	มาก	4.09	0.558	มาก
3. การส่งเสริมการตลาด	3.70	0.564	มาก	3.63	0.575	มาก	3.60	0.425	มาก	3.88	0.633	มาก
4. การจัดจำหน่าย	4.29	0.510	มากที่สุด	4.33	0.506	มากที่สุด	4.19	0.441	มาก	4.35	0.564	มากที่สุด
รวม	**4.00**	**0.399**	**มาก**	**3.97**	**0.403**	**มาก**	**3.90**	**0.251**	**มาก**	**4.13**	**0.477**	**มาก**

ผลการทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติคพหุกลุ่ม (Multinomial Logistic Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (sig. < 0.05) โดยกลุ่มตัวอย่างตราสินค้า A เมื่อเทียบกับตราสินค้า C พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด มีความเป็นไปได้ที่จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า C มากกว่าตราสินค้า A (ที่ค่า Beta -0.989, Exp (B) 0.372 เท่าสำหรับด้านราคา และที่ค่า Beta -0.556, Exp (B) 0.574 เท่าสำหรับด้านการส่งเสริมการตลาด) ในทางตรงกันข้าม ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความเป็นไปได้ที่จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A มากกว่าตราสินค้า C (ที่ค่า Beta 0.685, Exp (B) 1.984 เท่า) สำหรับกลุ่มตัวอย่างตราสินค้า B เมื่อเทียบกับตราสินค้า C พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด มีความเป็นไปได้ที่จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า C มากกว่าตราสินค้า B (ที่ค่า Beta -0.742, Exp (B) 0.476 เท่าสำหรับด้านราคา และที่ค่า Beta -0.563, Exp (B) 0.569 เท่าสำหรับด้านการส่งเสริมการตลาด) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตาราง 3

ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติคพหุกลุ่ม สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Brand		B	Std. Error	Wald	Sig.	Exp (B)
A	ค่าคงที่	3.683	1.362	7.313	.007	
	ผลิตภัณฑ์	-0.156	0.332	0.222	.637	0.855
	ราคา	-0.989	0.345	8.215	.004	0.372
	การส่งเสริมการตลาด	-0.556	0.265	4.399	.036	0.574
	ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.685	0.321	4.552	.033	1.984

ตาราง 3 (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติคพหุกลุ่ม สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Brand		B	Std. Error	Wald	Sig.	Exp (B)
B	ค่าคงที่	5.688	1.360	17.494	.000	
	ผลิตภัณฑ์	-0.249	0.327	0.578	.447	0.780
	ราคา	-0.742	0.348	4.550	.033	0.476
	การส่งเสริมการตลาด	-0.563	0.267	4.458	.035	0.569
	ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.086	0.317	0.074	.786	1.090

Note : Brand C reference, Nagelkerke-R^2 10.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ตราสินค้า

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกแต่ละตราสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า A และ B มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า C มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านความแข็งแกร่งและด้านความชื่นชอบอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านความมีเอกลักษณ์อยู่ในระดับมาก ดังแสดงในตารางที่ 4

ตาราง 4

สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยภาพลักษณ์ตราสินค้า

ปัจจัยภาพลักษณ์ตราสินค้า	ทั้งหมด			ตราสินค้า A			ตราสินค้า B			ตราสินค้า C		
	$\overline{X}$	SD	แปลผล	$\overline{X}$	SD	แปลผล	$\overline{X}$	SD	แปลผล	$\overline{X}$	SD	แปลผล
1. ความแข็งแกร่ง	4.14	0.520	มาก	4.10	0.589	มาก	4.01	0.316	มาก	4.31	0.569	มากที่สุด
2. ความชื่นชอบ	4.12	0.553	มาก	4.17	0.522	มาก	3.88	0.442	มาก	4.31	0.598	มากที่สุด
3. ความมีเอกลักษณ์	3.94	0.516	มาก	3.95	0.502	มาก	3.78	0.421	มาก	4.10	0.570	มาก
รวม	**4.07**	**0.456**	**มาก**	**4.07**	**0.463**	**มาก**	**3.89**	**0.304**	**มาก**	**4.24**	**0.512**	**มากที่สุด**

ผลการทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติคพหุกลุ่ม (Multinomial Logistic Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านความแข็งแกร่งและความชื่นชอบของการเชื่อมโยงตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (sig. < 0.05) สำหรับกลุ่มตัวอย่างตราสินค้า A เมื่อเทียบกับตราสินค้า C พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านความแข็งแกร่งมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า C มากกว่าตราสินค้า A (ที่ค่า Beta -0.868, Exp (B) 0.420 เท่า) สำหรับกลุ่มตัวอย่างตราสินค้า B เมื่อเทียบกับตราสินค้า C พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านความชื่นชอบมีมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า C มากกว่าตราสินค้า A (ที่ค่า Beta 1.233, Exp (B) 0.292 เท่า) ดังแสดงในตารางที่ 5

ตาราง 5

ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติคพหุกลุ่ม สำหรับปัจจัยภาพลักษณ์ตราสินค้า

Brand		B	Std. Error	Wald	Sig.	Exp (B)
A	ค่าคงที่	3.551	1.205	8.689	0.003	
	ความแข็งแกร่ง	-0.868	0.376	5.327	0.021	0.420
	ความชื่นชอบ	0.298	0.381	0.613	0.434	1.348
	ความมีเอกลักษณ์	-0.291	0.308	0.893	0.345	0.748
B	ค่าคงที่	7.033	1.287	29.856	0.000	
	ความแข็งแกร่ง	0.010	0.380	0.001	0.979	1.010
	ความชื่นชอบ	-1.233	0.378	10.640	0.001	0.292
	ความมีเอกลักษณ์	-0.516	0.321	2.586	0.108	0.597

Note : Brand C reference, Nagelkerke-R2 14.40

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุหรือช่วงวัย 17-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีลักษณะครอบครัวแบบอยู่ด้วยกัน 2-3 คน และส่วนใหญ่พักอาศัยในคอนโดมีเนียม/หอพัก/อพาร์ทเมนท์ เมื่อพิจารณาแยกแต่ละตราสินค้า พบว่า ส่วนที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า A และ B มีระดับการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า C ส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ในส่วนของที่พักอาศัย ส่วนใหญ่ตราสินค้า A พักอาศัยในบ้าน ส่วนตราสินค้า B และ C พักอาศัยในคอนโดมีเนียม/หอพัก/อพาร์ทเมนท์

ผลการทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้สถิติ Independent-sample t-test สำหรับปัจจัยด้านเพศ และใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : F-test) สำหรับปัจจัยด้านช่วงวัย การศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะครอบครัว และลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ส่วนเพศ ช่วงวัย ระดับการศึกษา ลักษณะครอบครัว และลักษณะที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภค

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดส่วนใหญ่ เคยใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปมากกว่าหนึ่งรูปแบบ โดยรูปแบบที่เคยใช้มากที่สุด คือ รูปแบบผง ส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูป 2-3 ครั้งต่อเดือน เมนูที่นิยมใช้สามอันดับแรก คือ แกงเขียวหวาน แกงเผ็ด และแกงพะแนง ตามลำดับ เหตุผลหลักที่ใช้ คือ สะดวกรวดเร็วในการปรุงอาหาร มีรสชาติอร่อย หาซื้อได้ง่าย เก็บรักษาไว้ได้นาน และปลอดภัย มีอย. รับรอง ตามลำดับ นิยมใช้ในโอกาสรับประทานปกติ รองลงมา คือ ในเวลาเร่งด่วน ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านสะดวกซื้อมากที่สุด และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ตนเอง เมื่อพิจารณาแยกแต่ละตราสินค้า พบว่า ส่วนที่แตกต่างกัน คือ ความถี่ในการใช้ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า A และ C ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ 2-3 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า B มีความถี่ในการใช้ 4-5 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด นอกจากนี้ ในส่วนของสถานที่ซื้อ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า A และ C ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านสะดวกซื้อมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้

ตราสินค้า B ซื้อจากซุปเปอร์มาร์เก็ตมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมุติฐานปัจจัยพฤติกรรมการบริโภค ด้านความถี่ในการใช้ สถานที่ซื้อ และผู้มีอิทธิพลในการซื้อ โดยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance: F-test) พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการบริโภค ด้านความถี่ในการใช้ สถานที่ซื้อ และผู้มีอิทธิพลในการซื้อที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C

1.1 ปัจจัยด้านราคา ราคามีอิทธิพลต่อการเลือกตราสินค้า A และ B เมื่อเทียบกับตราสินค้า C มีความเป็นไปได้ที่ราคาจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า C มากกว่าตราสินค้า A และ B ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร (2558) ที่กล่าวว่า ราคา คือ จำนวนเงินสำหรับค่าสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการนั้น โดยราคามีความสัมพันธ์กับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับ รวมทั้ง Armstrong and Kotler (2016) ที่ว่าผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังว่าจะได้รับ ซึ่งศุภชาต เอี่ยมรัตนกูล (2557) กล่าวว่า ผู้มีหน้าที่กำหนดราคา ต้องกำหนดราคาให้เหมาะสม ทั้งนี้ ราคาที่ประสบความสำเร็จต้องเป็นราคาที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการกำหนดราคาของตราสินค้า C ตามผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่ามีการกำหนดราคาที่มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ปริมาณ ตราสินค้ามีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น ๆ รวมทั้งมีการระบุราคาบนฉลากอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับตราสินค้า A และ B

1.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกตราสินค้า A และ B เมื่อเทียบกับตราสินค้า C มีความเป็นไปได้ที่การส่งเสริมการตลาดจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า C มากกว่าตราสินค้า A และ B ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุดาพร กุณฑลบุตร (2557) ที่กล่าวว่าการส่งเสริมการตลาด เป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนให้การตลาดของกิจการเป็นไปอย่างสะดวก ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้สินค้าหรือบริการของกิจการนั้น ซึ่งการส่งเสริมการตลาดของตราสินค้า C ตามผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร การประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อภาพลักษณ์ที่ดี การแนะนำข้อมูลผลิตภัณฑ์และวิธีการใช้ผ่านเว็บไซต์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของแถม รวมทั้งการจัดบู้ทให้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับตราสินค้า A และ B

1.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการเลือกตราสินค้า A เมื่อเทียบกับตราสินค้า C มีความเป็นไปได้ที่ช่องทางการจัดจำหน่ายจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A มากกว่าตราสินค้า C ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hawkins and Mothersbaugh (2010) ที่กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการจัดสรรให้มีผลิตภัณฑ์อยู่ในที่ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถหาซื้อได้ และยังต้องกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องทั้งเวลา สถานที่และปริมาณ (สุวิมล แม้นจริง และเกยูร ใยบัวกลิ่น, 2550) ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายของตราสินค้า A ตามผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีข้อได้เปรียบกว่าตราสินค้า C ในเรื่องของสถานที่จัดจำหน่ายมีจำนวนเมนูเพียงพอต่อความต้องการเมื่อเทียบกับตราสินค้า A

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของกานต์ วิทยาวงศรุจิ (2556) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำแกงพร้อมปรุงตรารอยไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ปัจจัยภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านความแข็งแกร่งและความชื่นชอบของการเชื่อมโยงตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 ปัจจัยด้านความแข็งแกร่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อ

การเลือกตราสินค้า A เมื่อเทียบกับตราสินค้า C มีความเป็นไปได้ที่ความแข็งแกร่งจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคตราสินค้า C มากกว่าตราสินค้า A ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิทยา จารุพงศ์โสภณ (2557) ที่กล่าวว่า ความแข็งแกร่งที่เกี่ยวพันกับตราสินค้า เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการสื่อสารทางการตลาดเพื่อป้อนข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภคเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ธุรกิจ โดยความเชื่อของผู้บริโภคเกี่ยวกับตราสินค้านั้นมักเกิดจากปัจจัยพื้นฐานอันประกอบด้วยคุณลักษณะและคุณประโยชน์ของตราสินค้า ซึ่งตราสินค้า C ตามผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีข้อได้เปรียบกว่าตราสินค้า A หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นตราสินค้านี้เป็นสัญลักษณ์ที่เป็นที่รู้จัก ตราสินค้ามีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับเป็นอย่างดี ตราสินค้านี้ไว้วางใจได้ในคุณภาพ และตราสินค้านี้ประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจในการเลือกตราสินค้า C มากกว่าตราสินค้า A

2.2 ปัจจัยด้านความชื่นชอบ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกตราสินค้า B เมื่อเทียบกับตราสินค้า C มีความเป็นไปได้ที่ความชื่นชอบจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคตราสินค้า C มากกว่าตราสินค้า A ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Keller (2013) ที่ว่านักการตลาดจะสร้างความชื่นชอบของการเชื่อมโยงสินค้าด้วยการทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในตราสินค้าที่ครอบครองว่ามีทั้งคุณลักษณะและคุณประโยชน์ที่สามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ทำให้เกิดการตัดสินตราสินค้าโดยภาพรวมเป็นเชิงบวก ซึ่งความชื่นชอบของการเชื่อมโยงตราสินค้า C ตามผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีข้อได้เปรียบกว่าตราสินค้า B ในทุกด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นตราสินค้านี้ช่วยให้ทำอาหารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ตราสินค้านี้มีคุณภาพดี สามารถตอบสนองความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ของท่านได้ มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย และตราสินค้านี้มีรสชาติดี ส่งผลให้ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจในการเลือกตราสินค้า C มากกว่าตราสินค้า B

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องบางส่วนกับงานวิจัยของ F Andreani, TL Taniaji and RNM Puspitasari (2012) ที่พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านความแข็งแกร่ง (ตราสินค้าแมคโดนัลด์มีบรรจุภัณฑ์สินค้าที่ดึงดูดใจ มีความหลากหลายของเบอร์เกอร์ มีความหลากหลายของไอศกรีม และมีราคาที่สมเหตุสมผล) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า ในขณะที่ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านความชื่นชอบ และความมีเอกลักษณ์ของการเชื่อมโยงตราสินค้าไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

3. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้บริโภค นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Kotler and Keller, 2016) ซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C มีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกัน อันมีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกันไปในแต่ละตราสินค้า นอกจากนี้ รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ ถือเป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด ส่วนใหญ่กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูง มีโอกาสในการหางานระดับสูงได้ง่าย ทำให้มีรายได้สูง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) โดยระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าในระดับที่แตกต่างกัน (Kotler and Keller, 2016) และอาชีพที่แตกต่างกัน นำไปสู่ความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2558) อย่างไรก็ตาม แนวคิดด้านรายได้ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) และ Kotler and Keller (2016) อาจไม่สามารถนำมาใช้กับตราสินค้า C ได้ เนื่องจากรายได้ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า C มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะจุดแข็งด้านราคาและการส่งเสริมการตลาดของตราสินค้า C ที่เหนือกว่าตราสินค้า A และ B ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตราสินค้า C ถึงแม้จะมีรายได้แตกต่างกัน แต่ก็สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ในทุกกลุ่มรายได้

4. ปัจจัยพฤติกรรมการบริโภค ได้แก่ ความถี่ในการใช้ สถานที่ซื้อ และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A, B และ C ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของของอัญธิฌา ศิริเจริญ (2557) ที่พบว่าปัจจัยด้าน

พฤติกรรมการบริโภคเค้กด้านความถี่ สถานที่ซื้อ และผู้มีอิทธิพลในการซื้อ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเค้กภายใต้ตราสินค้าของอเมริกา กรณีศึกษาร้านนิวยอร์ค ชีสเค้ก ที่คริสตัลดีไซน์เซ็นเตอร์ อย่างไรก็ตาม จากผลการทดสอบสมมุติฐานแยกเป็นรายด้านของส่วนประสมทางการตลาดในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ความถี่ในการซื้อมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดและความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูปตราสินค้า A และยังมีอิทธิพลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์สำหรับตราสินค้า B ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของก้องเกียรติ อิทธาภิชัย (2559) ที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นต่อเดือนในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ รวมถึงข้อมูลธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกะทิสำเร็จรูป อันเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปใช้ในประโยชน์ในเชิงวิชาการได้ รวมถึงเป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องแกงสำเร็จรูป ในการพัฒนาต่อยอดแนวความคิด อันนำไปสู่การเกิดองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในการศึกษาวิจัยในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ตราสินค้า A และ B ควรพิจารณาปรับปรุงคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นราคาที่ผู้บริโภคยอมรับเมื่อเทียบกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ด้านการส่งเสริมการตลาด ตราสินค้า A และ B ควรให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดมากขึ้น อันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคทั้งยังเป็นช่องทางเสริมภาพลักษณ์ตราสินค้าอีกด้วย ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตราสินค้า C ควรมีการพิจารณาเพิ่มจำนวนเมนูในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น

3. ด้านความแข็งแกร่งและความชื่นชอบของการเชื่อมโยงตราสินค้า ตราสินค้า A ควรพิจารณาการเสริมความแข็งแกร่งเพื่อเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราสินค้า A ในขณะที่ตราสินค้า B ควรพิจารณาการสร้างความชื่นชอบเพื่อเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราสินค้า B อันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

References

AC Neilsen. (2016). *Menu Seasoning Retail Index 2015-2016*.

Apipratyasakul, K. (2015).*Consumer behavior*. Bangkok: Focusmedia and Publishing Company Limited. (in Thai)

Armstrong, G., & Kotler, P. (2016). *Principles of Marketing*. (16th Ed.) England: Pearson education Limited.

Economic Intelligence Center of Siam Commercial Bank. (2560). *Players in Menu seasoning market*. Retrieved from http://marketeer.co.th/archives/132677 (in Thai)

Andreani, F., Taniaji, T.L., & Puspitasari, R. (2012). The impact of brand image, customer loyalty with customer satisfaction as mediator in McDonald's. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *14*(1), 63-70.

Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior; Building marketing strategy* (11th Ed.) New York: McGraw-Hill/Irwin.

Iamrattanakun, S. (2014). *Principles of Marketing*. Bangkok: Saengdao Publishing House. (in Thai)

Ittapichai, K. (2016). Service Marketing Mix and motivation related to behaviors and overall satisfaction of Japanese restaurants in the shopping centers at Muang district, Suratthani. *Srinakharin wirot Business Journal*, *7*(2), 86-112. (in Thai)

Jarupongsopon, W. (2014). *Strategic Brand Management*. Bangkok: Plan Printing Co., Ltd. (in Thai)

Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management; Building, measuring, and management brand equity*. (4th Ed.) Pearson Education, Inc.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. (15th Ed.) England: Pearson Education, Inc.

Kuntonbutr, S. (2014). *Modern Principle of Marketing*. Bangkok: Printing of Chulalongkorn University. (in Thai)

Manjing, S., & Yaibuaklin, K. (2007). *Marketing promotion*. Bangkok: Triple Group Co., Ltd. (in Thai)

Phoomivuthisarn, N. (2015). *Marketing management*.(2nd ed.) Bangkok: Printing of Chulalongkorn University. (in Thai)

Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer behavior* (10th Ed.). USA: Prentice Hall.

Serirat, S. (2007). *Consumer Behavior*. Bangkok: Theera Film and Scitex Co., Ltd. (in Thai)

Siricharoen, A. (2014). Satisfaction of consumers on American brand cake: case study New York cheesecake at Crystal design center. *Journal of Finance, Investment, Marketing and Business mangement*, *4*(1), 582-594. (in Thai)

Solomon, M. R. (2011). *Consumer behavior buying having and being*. USA: Pearson Education, Inc.

Withayavongruchi, K. (2013). Marketing Mix that effect the customer decision in purchasing Roithai ready-to-cook curry soup in Bangkok. *Journal of Marketing and Communucation*, *1*(2), 652-670. (in Thai)

การศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุน การตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า
Feasibility of Investment in Electric Vehicle Charging Stations

อาณัติชัย คำเกษ และพรพิพัฒน์ แก้วกล้า
Anatchai Kamkate and Pornpipat Kaeokla
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
Master of Business Administration Program Ubon Ratchathani University
Received: August 8, 2018
Revised: August 22, 2018
Accepted: August 24, 2018

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า โดยใช้การศึกษาความเป็นได้ในด้านเทคนิคและด้านการเงิน และเพื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า การศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การวิเคราะห์เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ทางเทคนิค โดยใช้เครื่องประจุยานยนต์ไฟฟ้าชนิดแขวนผนังเป็นแบบชาร์จปกติชนิดแขวนผนังจำนวน 1 ชุด สามารถดำเนินการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าในไทยได้จริง นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยใช้เงินลงทุนโครงการเท่ากับ 150,000 บาท ระยะเวลาการลงทุน 10 ปี ณ ระดับอัตราคิดลดร้อยละ 8.4 สามารถคำนวณดัชนีทางการเงินได้ดังนี้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 89,125.64 บาท อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการเท่ากับร้อยละ 15.15 ต่อปี อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการที่มีการปรับแล้วเท่ากับร้อยละ 10.44 ต่อปี อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนเท่ากับ 1.04 อัตราส่วนระหว่างผลตอบแทนสุทธิต่อการลงทุนเท่ากับ 1.59 มีระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 3 ปี 6 เดือน ส่วนการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการโดยการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนของการลงทุนพบว่า ผลตอบแทนของโครงการสามารถลดลงได้มากที่สุดร้อยละ 4.1 ต้นทุนเงินรวมสามารถเพิ่มขึ้นได้มากที่สุดร้อยละ 4.3 ต้นทุนการลงทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้มากที่สุด ร้อยละ 59.42 ต้นทุนการดำเนินงานของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้มากที่สุดร้อยละ 4.6 แสดงให้เห็นว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน ภายใต้ปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

คำสำคัญ: การศึกษาความเป็นไปได้,การวิเคราะห์ความอ่อนไหว,ยานยนต์ไฟฟ้า,สถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า

Abstract

The purposes of this study are twofold: provide an overview of feasibility study of investments in electric vehicle charging station projects, including technical and financial feasibility studies, and to analyze the sensitivity of investments in electric vehicle charging station. This study used primary and secondary data as descriptive and qualitative analysis. It indicated that the project has technical feasibility. One set of wall mounted chargers is a normal charger. It is possible to set up electric vehicle charging stations in Thailand. In addition, from the financial feasibility analysis, the project would cost is 150,000 Baht. The investment period would be 10 years. At the discount rate for this project would be 8.04 percent. The financial index can be calculated as follows: the net present value is 89,125.64 baht; the internal rate of return is 15.15 percent per year; the modified internal rate of return is 10.44 percent per year; the benefit cost ratio is 1.04; the net benefit investment ratio is 1.59; and the payback period is 3 years 6 months. The sensitivity analysis of the project by testing the switching value tests indicate that the present value of benefits can decrease by 4.1 percent; the present value of costs can increase by 4.3 percent; the present value of investment costs can increase by 49.52 percent; and the present value of operating costs can increase by 4.6 percent. Therefore, these findings indicate that the investment project is financially feasible.

Keywords: feasibility study, sensitivity analysis, electric vehicle, electric vehicle charging station

บทนำ

ปัจจุบันสถานการณ์วิกฤตเชื้อเพลิงฟอสซิล และปัญหาสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นการใช้พลังงานมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะการขยายตัวของความต้องการพลังงานในภาคการขนส่งซึ่งมีการใช้พลังงานสูงโดยส่วนใหญ่ใช้เครื่องยนต์เผาไหม้ภายในที่มีการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีผลต่อวิกฤตโลกร้อนดังนั้นจึงมีการพัฒนาพลังงานทดแทนหรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงและมีการปลดปล่อยสารมลพิษต่ำมาใช้ในยานยนต์

ปัจจุบันยานยนต์ไฟฟ้า และสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าที่เกิดขึ้นในประเทศไทยมีการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าเกิดขึ้นจำนวนมาก แต่ผู้ที่ดำเนินการศึกษาสภาพทั่วไปของหลักการทำงานของระบบชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า และรถยนต์ไฟฟ้ายังมีไม่มาก เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งมีหลักการทางด้านเทคนิคที่ซับซ้อน และยังขาดผู้ศึกษาความรู้ทางด้านนี้ในส่วนผู้ที่ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการตั้งสถานีชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าเพื่อเป็นตัวอย่างนำไปใช้ในการลงทุนในอนาคต ดังนั้นการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจในการนำไปศึกษาค้นคว้ามากในปัจจุบัน เพราะเป็นเทคโนโลยีที่จะเปลี่ยนแปลงการใช้งานเชื้อเพลิงในการขับเคลื่อนยานยนต์ในอนาคต

การตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าเป็นธุรกิจใหม่ ในด้านการขายพลังงานไฟฟ้าโดยการให้บริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งรายได้หลักของธุรกิจนี้มาจากการอัดประจุไฟฟ้าให้กับยานยนต์ไฟฟ้า ในการดำเนินการของธุรกิจนั้น มีความเสี่ยงในด้านเทคนิค และด้านการเงินอาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในธุรกิจการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าได้ ซึ่งอาจเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้การตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าในไทยยังมีไม่มากนัก โดยผู้วิจัยมีแนวคิดที่จะนำข้อมูลของการติดตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้ามาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในด้านเทคนิค และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในด้านการเงินเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้อื่นสามารถศึกษาความเป็น

ไปได้โครงการลงทุนการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า หรือผู้ที่สนใจในธุรกิจการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า และสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาปรับปรุงประยุกต์ใช้ และต่อยอดได้จริงในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) โครงการลงทุนการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย

2.เพื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)โครงการลงทุนการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

เทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้า

เทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้าเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถประยุกต์ใช้กับภาคการขนส่งทางถนนมีแนวโน้มที่เทคโนโลยีจะขยายตัวในอนาคตอันใกล้ทั้งนี้แนวคิดพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้าคือการใช้พลังงานไฟฟ้าจากพลังงานสะอาดมาขับเคลื่อนยานยนต์ แบ่งยานยนต์ไฟฟ้าออกเป็น 4 ประเภท

(1) ยานยนต์ไฟฟ้าไฮบริด (Hybrid Electric Vehicle, HEV) ประกอบด้วยเครื่องยนต์ลูกสูบเป็นต้นกำลังในการขับเคลื่อนหลักซึ่งใช้เชื้อเพลิงที่บรรจุในยานยนต์และทำงานร่วมกับมอเตอร์ไฟฟ้าเพื่อเพิ่มกำลังของยานยนต์ให้เคลื่อน

(2) ยานยนต์ไฟฟ้าไฮบริดปลั๊กอิน (Plug-in Hybrid Electric Vehicle, PHEV) เป็นยานยนต์ไฟฟ้าที่พัฒนาต่อมาจากยานยนต์ไฟฟ้าไฮบริดโดยสามารถประจุพลังงานไฟฟ้าได้จากแหล่งภายนอก (Plug-in) ทำให้ยานยนต์สามารถใช้พลังงานพร้อมกันจาก 2 แหล่ง

(3) ยานยนต์ไฟฟ้าแบตเตอรี่ (Battery Electric Vehicle, BEV) เป็นยานยนต์ไฟฟ้าที่มีเฉพาะมอเตอร์ไฟฟ้าเป็นกำลังหลักให้ยานยนต์เคลื่อนที่และใช้พลังงานไฟฟ้าที่อยู่ในแบตเตอรี่เท่านั้นไม่มีเครื่องยนต์อื่นในยานยนต์

(4) ยานยนต์ไฟฟ้าเซลล์เชื้อเพลิง (Fuel Cell Electric Vehicle, FCEV) เป็นยานยนต์ไฟฟ้าที่มีเซลล์เชื้อเพลิง (Fuel cell) ที่สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าได้โดยตรงรถยนต์ไฟฟ้าเซลล์เชื้อเพลิง

สถานีบริการไฟฟ้า(Electric Vehicle Charging Station/Point)

สถานีบริการไฟฟ้า (Electric Vehicle Charging Station/Point)คือ สถานที่ให้บริการพลังงานไฟฟ้าโดยใช้วิธีการอัดประจุไฟฟ้าแก่รถยนต์ไฟฟ้าซึ่งมีวิธีการอัดประจุไฟฟ้าอยู่ 2 วิธี คือ แบบ Quick Charge ซึ่งจะใช้ระยะเวลาในการอัดประจุไฟจะเริ่มตั้งแต่ประมาณ15 - 20 นาที และแบบ Normal Charge จะใช้ระยะเวลาในการอัดประจุไฟจะเริ่มตั้งแต่ประมาณ 5 - 6 ชั่วโมง ซึ่งสถานที่ตั้งของสถานีบริการไฟฟ้าอาจจะอยู่ในตรอก ซอย ถนนในลักษณะเดียวกับสถานีบริการน้ำมัน หรือแม้แต่ลานจอดรถหรือจุดบริการสาธารณะ ปัจจุบันประเทศไทยเองได้เริ่มมีการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าบ้างแล้วแต่ยังจำกัดเฉพาะในระดับองค์กรหรือเป็นเพียงการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆเช่นสถานีอัดประจุไฟฟ้าและทดสอบการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าในการขับขี่บนท้องถนนจริงซึ่งการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้า ในส่วนของผู้บริโภคหรือประชาชนนั้นกำลังจะเริ่มขึ้นเนื่องจากนโยบายที่เอื้อต่อการนำเข้ารถยนต์ไฟฟ้าเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยเช่นภาษีนำเข้ารถยนต์ โครงสร้างพื้นฐานของระบบอัดประจุ หรือแม้กระทั่งความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้สถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับยานยนต์ไฟฟ้าในอนาคต

โครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ (Smart Grid)

โครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ หรือ Smart Grid เป็นโครงข่ายของระบบไฟฟ้าที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และสื่อสารมาร่วมบริหารจัดการในระบบการควบคุมการผลิต ส่ง และจ่ายพลังงานไฟฟ้า สามารถรองรับการเชื่อมต่อระบบไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานทางเลือกที่สะอาดที่กระจายอยู่ทั่วไป (Distributed Energy Resource : DER) และระบบบริหารการใช้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งให้บริการกับผู้เชื่อมต่อกับโครงข่ายผ่านมิเตอร์อัจฉริยะได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความมั่นคงปลอดภัย เชื่อถือได้ มีคุณภาพของพลังงานไฟฟ้าได้ตามมาตรฐานสากล

แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์และประเมินโครงการ

ประสิทธิ์ตงยิ่งศิริ. (2550)ให้ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ของโครงการคือการศึกษาและจัดทำเอกสารประกอบไปด้วยข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นแสดงถึงเหตุผลสนับสนุนความถูกต้องสมบูรณ์ของโครงการให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดีสามารถนำมาปฏิบัติได้จริงและเมื่อปฏิบัติแล้วให้ผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุนเช่นเดียวกับการวิเคราะห์โครงการ (Project Analysis) คือการประเมินข้อดีและข้อเสียหรือผลตอบแทนและต้นทุนของโครงการการศึกษาความเป็นไปได้จะมุ่งเน้นที่การประเมินความคุ้มค่าของโครงการ (The Evaluation of Project Worth) จะมีความคุ้มค่าก็ต่อเมื่อผลตอบแทนสูงกว่าต้นทุน ซึ่งการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในงานวิจัยนี้ประกอบไปด้วยการศึกษาในด้าน ดังต่อไปนี้

(1) ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค (Technical Feasibility) เป็นการคัดเลือกเทคนิค และวิธีการผลิต โดยจะเลือกสิ่งที่เหมาะสมที่สุดแก่โครงการซึ่งมาจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่โดยเป็นการวิเคราะห์ทั้งด้านข้อดี และด้านข้อเสียต่างๆ ของวิธีของกระบวนการผลิตอุปกรณ์เครื่องจักรที่สามารถนำไปใช้เพื่อการผลิตได้ทั้งนี้เทคนิคการผลิตที่มีต้นทุนต่ำที่สุดไม่ได้หมายความว่าจะเป็นเทคนิคที่จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการ และเทคนิคที่เหมาะสมที่สุดอีกทั้งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคสามารถกำหนดกรอบของการลงทุนของโครงการได้ด้วย

(2) ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน (Financial Feasibility) เป็นการวิเคราะห์การลงทุน และผลตอบแทนของโครงการในแง่เอกสารหรือผลกำไรทางการเงินเป็นสำคัญโดยรวมถึงการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสมให้แก่โครงการเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะไม่ประสบปัญหาทางการเงินในระหว่างการดำเนินโครงการรวมถึงการวิเคราะห์ด้านผลตอบแทนของโครงการว่าจูงใจให้เกิดการลงทุนมากน้อยเพียงใด

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial Feasibility)

เริงรักจำปาเงิน,(2544) ให้แนวคิดเบื้องต้นในการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการใดๆก็คือเป็นการเปรียบเทียบการลงทุนระหว่างส่วนของต้นทุน (Cost) และส่วนของผลตอบแทน (Benefits) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสามารถในทางการเงินของโครงการที่ได้รับ และก่อให้เกิดประโยชน์จากการลงทุนที่เกิดขึ้นจริงในตลอดช่วงอายุของโครงการซึ่งมีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

(1) ขั้นการจัดเตรียมงบประมาณของกระแสเงินสดเข้าและกระแสเงินสดออกของการลงทุนตลอดอายุโครงการ

(2) ขั้นตอนการคำนวณผลตอบแทนสุทธิของการลงทุนโดยนำกระแสเงินออก หรือกระแสค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการคิดค่าใช้จ่ายของโครงการลงทุนลบด้วยกระแสของเงินเข้า หรือกระแสของรายได้จากโครงการลงทุน

(3) ขั้นการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR) และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวเป็นการทดสอบความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในโครงการ โดยใช้การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test) เพื่อให้การวิเคราะห์ทางการเงินมีความละเอียดสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นผู้ศึกษาจึงได้ทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนเนื่องจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงินจะขึ้นอยู่กับการกำหนดกระแสเงินสดเป็นสำคัญโดยที่การกำหนดกระแสเงินสดก็ขึ้นอยู่กับการประมาณการต้นทุนและผลตอบแทนดังนั้นโอกาสที่โครงการจะได้รับผลตอบแทนตรงตามที่กำหนดไว้จึงเป็นไปได้น้อยไม่ว่าโครงการจะได้รับการออกแบบหรือมีการประมาณการในส่วนของต้นทุน และในส่วนของผลตอบแทนมาดีเท่าใดก็ตาม โดยสามารถทำการทดสอบเพื่อหาค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ว่าตัวแปรสำคัญที่จะเกิดในอนาคต จะเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ส่งผลไม่พึงประสงค์ออกมาได้มากน้อยเพียงใดที่โครงการยังสามารถพอรับได้ในระดับที่ต่ำที่สุดซึ่งจะเป็นตัวที่ใช้ในการชี้วัดจากเกณฑ์วัดค่าโครงการเกณฑ์หนึ่งดังนี้

(1) ค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลตอบแทน (Switching Value Test of Benefits: SVTB) เป็นการวัดค่าผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจากโครงการที่จะสามารถลดลงได้ร้อยละเท่าไหร่ก่อนที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เท่ากับศูนย์ซึ่งจะส่งผลทำให้ต้นทุน

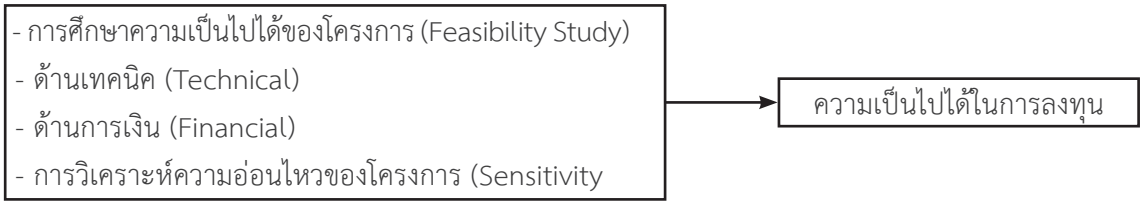
โครงการมีค่าคงที่

(2) ค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน (Switching Value Test of Cost: SVTC) เป็นส่วนของต้นทุนที่เกิดขึ้นในส่วนของโครงการว่าสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าไรก่อนที่จะทำให้ค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เท่ากับศูนย์ซึ่งจะส่งผลทำให้ต้นทุนโครงการมีค่าคงที่

(3) ค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุนการลงทุน (Switching Value Test of Investment Cost:SVTIC) เป็นส่วนของต้นทุนว่าการลงทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าไรก่อนที่จะทำให้ค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เท่ากับศูนย์ซึ่งจะส่งผลทำให้ต้นทุนโครงการมีค่าคงที่

(4) ค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุนด้านการดำเนินงาน (Switching Value Test of OperationCost: SVTOC) หมายความว่าเป็นส่วนของต้นทุนว่าผลการดำเนินการในส่วนของงานของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าไหร่ก่อนที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เท่ากับศูนย์ซึ่งจะให้ผลตอบแทนของโครงการมีค่าคงที่

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กรณีศึกษา

กรณีศึกษาจากบริษัทที่จัดจำหน่ายอุปกรณ์ติดตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า ได้แก่ บริษัท KEBA จำกัด ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 1968 ในประเทศออสเตรเลีย และปัจจุบันได้จัดตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย ซึ่งเป็นบริษัทที่นำเข้าสินค้าเทคโนโลยีสมัยใหม่ของประเทศไทย เช่น อุปกรณ์ติดตั้งระบบโซล่าเซลล์, แบตเตอรี่ไฟฟ้า, เครื่องชาร์ตไฟฟ้า และเป็นบริษัทที่บริการจัดตั้งสถานีบริการไฟฟ้ารวมถึงอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการติดตั้งทั้งหมด ซึ่งงานวิจัยนี้จะนำข้อมูลด้านเทคนิค และด้านการเงินจากบริษัท KEBA มาใช้ประกอบการวิจัยเพราะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ และเป็นบริษัทชั้นนำของประเทศไทย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือใช้โครงสร้างแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

(1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จะรวบรวมข้อมูลโดยใช้โครงสร้างแบบสอบถามที่ใช้รวบรวมข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ความสนใจ ความคิดเห็น ความรู้สึกของผู้ตอบ โดยใช้คำถามหรือข้อความเป็นสิ่งเร้าใจให้ผู้ตอบแสดงความรู้สึกออกมา เพื่อทำการสอบถามรายละเอียดข้อมูลด้านเทคนิค และด้านการเงิน จากบริษัท KEBA และใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open – Form) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดนี้ไม่กำหนดคำตอบไว้ แต่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบ ตอบได้อย่างอิสระ ด้วยคำพูดของตนเอง

(2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จะใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Information) ใช้วิธีการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ฐานข้อมูล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการตั้งสถานีบริการชาร์ตยานยนต์ไฟฟ้า เพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานในการวิจัย และใช้วิธีการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ฐานข้อมูล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการตั้ง เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ส่วนที่สอง คือข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Information) ใช้การเก็บข้อมูลทางการเงินจากบริษัท KEBA และใช้สูตรในการคำนวณจากบทที่ 2 โดยใช้โปรแกรม EXCEL ในการคำนวณเพื่อใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method)

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เพื่อนำผลลัพธ์มาใช้ประกอบการตัดสินใจการลงทุนโครงการตั้งสถานีชาร์ตยานยนต์ไฟฟ้า (EV Charging Station) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เกี่ยวกับโครงการ (Feasibility Study) ลงทุนการตั้งสถานีบริการชาร์ตยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในด้านความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค (Technical Feasibility) โดยใช้ข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

(2) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการการตั้งสถานีบริการชาร์ตยานยนต์ไฟฟ้า (EV Charging Station)เป็นการวางแผนด้านการได้มาของรายได้และการวางแผนค่าใช้จ่ายเพื่อประมาณเงินสดรับ และเงินสดจ่ายมาทำการคำนวณหามูลค่าต่างๆ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ คือ โปรแกรม Excel มาประกอบการคำนวณ เพื่อจะทำวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน (Financial Feasibility)

(3) นำข้อมูลที่ได้จากส่วนที่ 2 มาใช้วิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) กล่าวคือเพื่อทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test: SVT) ว่ามีความเสี่ยง หรือความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในการลงทุนโครงการตั้งสถานีชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า (EV Charging Station) ซึ่งจะใช้สูตรคำนวณจากบทที่ 2 มาทำการคำนวณหามูลค่าต่างๆโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ คือ โปรแกรม Excel มาประกอบการคำนวณ และการวิเคราะห์

ผลการวิจัย

1. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลการสอบถามบุคลากรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และสอบถามข้อมูลความเป็นไปได้ทางเทคนิค และข้อมูลต้นทุนเทิร์นคีย์จากบริษัท KEBA จำกัด และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมจากบทความ เอกสารทางวิชาการ รายงานประจำปี วารสาร และเว็บไซด์ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในเชิงเทคนิคของการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าในไทย พบว่าสามารถดำเนินการติดตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าในไทยได้จริงจากเหตุผลในบทที่ 4 ที่นำตัวแปรที่เกี่ยวข้องได้แก่ ลักษณะทั่วไปของสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า ลักษณะทั่วไปของยานยนต์ไฟฟ้า ลักษณะทั่วไปของระบบการจ่ายพลังงานไฟฟ้าให้กับสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้ามาร่วมประกอบการตัดสินใจตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าแบบแขวนผนังในการวิจัยนี้เลือกติดตั้งในบริเวณคอนโดมิเนียมที่มีพื้นที่จอดรถขนาด 18 ตารางเมตรต่อ 1 คัน จำนวน 1 จุด โดยใช้เครื่องประจุยานยนต์ไฟฟ้าชนิดแขวนผนังเป็นแบบ Normal Charge ในส่วนของการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินได้นำข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทั้ง 2 ส่วนมาวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงปริมาณมาใช้ในการคำนวณกระแสเงินสดการลงทุนในโครงการ และคำนวณหาต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital: WACC)เพื่อใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Pre sent Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) อัตราผลตอบแทนภายในที่มีการปรับค่าแล้ว (Modified Internal Rate of Return: MIRR) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR) อัตราส่วนระหว่างผลตอบแทนสุทธิต่อการลงทุน (Net Benefit Investment Ratio: N/K) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินสำหรับการลงทุนในโครงการภายใต้ข้อสมมติที่กล่าวไว้ในบทที่ 4 สามารถสรุปได้ดังนี้

ตาราง 1

ผลการคำนวณค่าหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจของการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ผลการคำนวณ	หน่วย
1	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)	89,125.64	บาท
2	อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ	15.15	เปอร์เซ็นต์
3	อัตราผลตอบแทนภายในที่มีการปรับค่าแล้ว (Modified Internal Rate of Return: MIRR)	10.44	เปอร์เซ็นต์
4	อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR)	1.04	เท่า
5	อัตราส่วนระหว่างผลตอบแทนสุทธิต่อการลงทุน (Net Benefit Investment Ratio: N/K)	1.59	เท่า
6	ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	3.51	ปี

2. การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ของโครงการลงทุนการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย โดยใช้การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test: SVT)เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ และประเมินขีดความสามารถสูงสุดในการรับผลกระทบของการเพิ่มขึ้นของต้นทุน หรือการลดลงของผลตอบแทน เป็นการวัดระดับความเสี่ยงที่โครงการลงทุนสามารถรับได้ โดยการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนโดยใช้การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Values) ดังนี้

ตาราง 2

ผลการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value test: SVT)

ลำดับที่	**รายการ**	**ร้อยละ**
1	ผลตอบแทนโครงการสามารถลดลงได้มากสุด	4.1
2	ต้นทุนเงินรวมสามารถเพิ่มขึ้นได้มากสุด	4.3
3	ต้นทุนการลงทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้มากที่สุด	59.42
4	ต้นทุนการดำเนินงานของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้มากที่สุด	4.6

จากข้อมูลสรุปผลการศึกษาของข้อที่ 1 – 2 แสดงให้เห็นผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการสามารถสรุปได้ว่าโครงการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้ามีอายุโครงการเท่ากับ 10 ปี สามารถดำเนินการให้บริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าได้ 10 ปี ได้จริง และมีความอ่อนไหวของโครงการในระดับต่ำทำให้โครงการมีความคุ้มค่าแก่การลงทุน

การอภิปรายผล

ปัจจัยทางเทคนิคจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่นได้แก่ อุกฤษ ศักดิ์ชัชวาล (2558) ยศนันท์กลัดเกศา (2551) บุณฑวี สีสมพร และ วินัย พฤกษะวัน (2556) ซึ่งเป็นการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในการขายกระแสไฟฟ้าเช่นเดียวกับงานวิจัยนี้ พบว่างานวิจัยดังกล่าวมีอัตราการขายไฟฟ้าโดยใช้ข้อบังคับจากหน่วยงานของรัฐบาลที่ชัดเจน และมีงาน

วิจัยที่มีข้อมูลทางเทคนิคที่หลายหลายให้เลือกใช้ประกอบการวิจัย ต่างจากงานวิจัยของผู้วิจัยในส่วนข้อบังคับของการไฟฟ้า ปัจจุบันยังอยู่ในเชิงนโยบาย แต่กำลังผลัดดันกฎหมายในอนาคต และยังขาดผู้วิจัยในเชิงเทคนิคของโครงการนี้ แต่อย่างไรก็ตามในส่วนของการความเป็นไปได้ทางเทคนิคที่จะต้องดำเนินการขายไฟฟ้านั้น สามารถดำเนินการได้จริงเหมือนกัน

ปัจจัยทางการเงิน จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงินของการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าโดยใช้อัตราคิดลด (discount rate) เท่ากับร้อยละ 8.4 ในการลงทุนโครงการต้องใช้เงินทุนทั้งสิ้น 150,000 บาท จากผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน พบว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุน (PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) ของโครงการนี้มีความคุ้มค่าและเหมาะสมต่อการลงทุน ซึ่งมีระยะเวลาคืนทุน (PB) และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) ที่ผ่านเกณฑ์ดัชนีชี้วัดทางการเงินเช่นเดี่ยวกันกับงานวิจัยของธันยาภัทร์ ศิริวัฒนะโชติ (2558) กุลจิรา ชวฤทธิ์ (2558) แต่แตกต่างจากงานวิจัยอื่นในบทที่ 2 เนื่องจากวงเงินงบประมาณที่ใช้ในการลงทุน วิธีการและประเภทของการประกอบธุรกิจการให้บริการที่ส่งผลต่อให้ผลตอบแทนแตกต่างกัน

ปัจจัยของความเสี่ยงของโครงการจากการวิเคราะห์ความความเสี่ยงของการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าในไทย พบว่ามีความเสียงของความเป็นได้ทางเทคนิคในส่วนของ จำนวนยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยที่ไม่แน่นอน กฎหมายที่รองรับการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า และพื้นที่ในการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า เนื่องจากการรองรับธุรกิจประเภทนี้ ปัจจุบันยังอยู่ในขั้นประกาศนโยบายของหน่วยงานรัฐบาล ส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนในการดำเนินธุรกิจ แต่ความเสี่ยงทางการเงินมีน้อย เนื่องอัตราของกระแสเงินสดข้องข้างคงที่ ประกอบกับผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการแสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงในการดำเนินโครงการที่ต่ำ

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้สนใจนำการศึกษาครั้งนี้ไปเป็นต้นแบบต้องพิจารณาถึงศักยภาพของการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า ระบบจำหน่ายไฟฟ้า ชนิดของอุปกรณ์ที่จะนำมาใช้ในสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า ปริมาณยานยนต์ไฟฟ้าที่เข้ารับบริการอัดประจุไฟฟ้า ทำเลที่ตั้ง และต้องปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในการติดตั้งอุปกรณ์ในสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า

2. ประสิทธิภาพของการอัดประจุไฟฟ้าของเครื่องอัดประจุไฟฟ้าแต่ละยี่ห้อ และรุ่นของยานยนต์ไฟฟ้าที่แตกต่างกันทำให้ผลประโยชน์ของโครงการก็จะแตกต่างกันด้วย นอกจากนี้การศึกษาในครั้งต่อไปควรคำนึงถึงเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วด้วย

3. ในปัจจุบันการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้านั้นมีการกำหนดหน่วยในการซื้อขายจากสำนักงานนโยบายและแผนงานกระทรวงพลังงาน กระทรวงพลังงาน ซึ่งในอนาคตอาจมีการเปลี่ยนแปลงนโยบาย

4. การทำแบบสอบถามความต้องการในส่วนของการสอบถามสถานที่การตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า ความพึงพอใจในการใช้งานยานยนต์ไฟฟ้า สามารถดำเนินการได้ยาก เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีใหม่ ยานยนต์ไฟฟ้ามีราคาที่สูง จำนวนผู้ใช้งานในบริเวณที่จะสอบถามน้อย

5. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าในครั้งต่อไปควรศึกษาทางด้านกฎหมายซึ่งยังไม่มีข้อกำหนดที่ชัดเจนในการอนุญาตให้ตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าและด้านเศรษฐศาสตร์ซึ่งจะช่วยให้การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการสอดคล้องกับความเป็นจริงมากขึ้น

6. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาโครงการลงทุนการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าแบบแขวนผนังดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าแบบตั้งพื้น และแบบไร้สาย เพื่อเป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าได้ครอบคลุมให้มากขึ้นทุกรูปแบบ

7. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาโครงการลงทุนการตั้งสถานีบริการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าแบบแขวนผนังโดยการให้บริการอัดประจุยานยนต์ไฟฟ้าแบบ Normal Charge จำนวน 1 ชุดดังนั้นหากติดตั้งเพิ่มมากกว่า 1 ชุด สามารถดำเนินการติดตั้ง และสามารถคำนวณงบประมาณที่ต้องใช้เพิ่มขึ้นได้

References

Chatchawan, U. (2015). *Feasibility study on solar roof installation in residential homes. To produce electricity to the Provincial Electricity Authority, TambonNaiMuang, Amphoe Mueang, KhonKaen.* Master of Business Administration. College of Management Studies, KhonKaen University. (in Thai)

Chowrit, K. (2015). *Feasibility Study of LPG Gas Station Investment For car, Ban PhaiKhonKaen.* Master of Business Administration,College of Management Studies, KhonKaen University. (in Thai)

Jampanguang, R. (2001). *Financial management.* Bangkok: Booknet.

King Mongkut's University of Technology Thonburi & National Metal and Materials Technology Center. (2013). *This study is a policy research study to investigate the feasibility of developing electric vehicle technologyAnd the impact of the expansion of such technology in the transport sector of Thailand.It focuses on the motorcycle and personal vehicle sectors that will occur with Thailand in 2030.* King Mongkut's University of Technology Thonburi & National Metal and Materials Technology Center . (in Thai)

Kludkesa, Y. (2008). *Feasibility Study of Small Power Plant Project in Mae Lang District, Mae Hong Son Province*. Master of Business Administration, Chiang Mai University(in Thai)

SiriwattanaChoti, T. (2015).*Feasibility Study for Establishing PTT Gas Station on Phaholyothin Road, Wangnoi District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province.* Master of Business Administration, Kasetsart University. (in Thai)

Somporn, B., & Prugsawan, V. (2013). F*easibility study intechnical and financing of small turbine power plant.* Bachelor of Engineering, Kasetsart University.(in Thai)

Tongyingsiri, P. (2007). *Analysis and evaluation of projects.* Chiang Mai: Odeon Store.

การจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคี เขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Zero Waste Management by Multi-Participants in Hua Hin Municipality, Prachuap Khiri Khan Province

ดำหริ กำปั่นวงษ์

Damri Kampanwong

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Doctor of Public Administration Program Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Received: August 29, 2018

Revised: October 8, 2018

Accepted: October 10, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาบทบาทของพหุภาคีในการจัดการขยะเหลือศูนย์ เทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบความสำเร็จของการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคีเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคีเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ (4) เพื่อนำเสนอ รูปแบบการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคี ในพื้นที่ เทศบาลเมืองหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงผสานวิธี ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้การสัมภาษณ์เจาะลึกในการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ รวมถึงการประชุมกลุ่ม ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า (1) พหุภาคีมีบทบาทในการจัดการขยะเหลือศูนย์ระดับปานกลาง (2) ความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความสำเร็จของการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคีมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 (3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและสามารถอธิบายความของความผันแปรของความสำเร็จร้อยละ 20 และ (4) รูปแบบของความสำเร็จในการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคีประกอบด้วย การคัดแยกขยะด้วยหลัก 3Rs.การกำหนดและการนำนโยบายไปปฏิบัติ และการมีส่วนร่วมของพหุภาคี พฤติกรรมการจัดการขยะ บทบาทของพหุภาคีในการมีส่วนร่วมจัดการขยะ

คำสำคัญ: การจัดการขยะ, การจัดการขยะเหลือศูนย์, การมีส่วนร่วมของพหุภาคี

Abstract

The purposes of this research were as follows (1) to study the roles of multi-participants on Zero Waste management (2) to compare the attitude of the sample toward the successes of waste management by the multi-participants located in Hua Hin Municipality, Prachuap Khiri Khan Province (3) to study correlation among factors affecting the Zero Waste management and its successes (4) to present success models of Zero Waste management for local administration organizations. This was sequential mixed method consisting of qualitative and quantitative approaches. Documentary research, in-depth interviews and focus groups were used as data gathering tools, for qualitative approach. Questionnaires were used for data gathering. The outcomes were as follows; (1) the roles of multi-participants on Zero Waste management were at moderate level (2) there were statistically significant differences among respondents' attitude toward successes model of Zero Waste management. (3) affecting factors of successes model of Zero Waste management were positively correlated with success models of Zero Waste management, and could explain variation of success model at 40.0 percent and (4) the success model of Zero Waste management was composed of the Hua Hin's Municipality's policy formulation and implementation on Zero Waste management, multi-participation on Zero Waste management, application of 3Rs concepts for waste management, roles of multi-participants on Zero Waste management, and civil waste management behavior.

Keywords: waste management, zero waste management, multi participants, municipality

บทนำ

ขออัญเชิญพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ทรงพระราชทานเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2545 เรื่องสิ่งแวดล้อม ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่มีความสำคัญควบคู่กับการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าซึ่งเป็นปัญหาร่วมกันของทุกประเทศ กล่าวคือการพัฒนายิ่งรุดหน้าปัญหา คุณภาพสิ่งแวดล้อม และภาวะมลพิษ ก็ยิ่งก่อตัวและทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่กำลังประสบปัญหาดังกล่าวอยู่ในขณะนี้ การจัดการขยะเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญประการหนึ่งของประเทศที่มอบภารกิจให้หน่วยงานที่รับผิดชอบได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จากการกำหนดให้มีพันธกิจในการจัดการสิ่งแวดล้อม ตามพระราชบัญญัติการกระจายอำนาจการปกครอง พ.ศ 2542 และปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่สุดได้แก่ปัญหาการจัดการขยะ เนื่องจากประชากรหนึ่งคนผลิตขยะสูงถึง 1.3 กิโลกรัมต่อคนต่อวัน แต่ความสามารถการจัดการขยะอย่างถูกสุขลักษณะได้เพียงร้อยละ 40 ของขยะในเมือง ในความเป็นจริงปริมาณขยะของประเทศไทยไม่สูงกว่าประเทศที่พัฒนาแล้วอย่าง ฮ่องกง สิงค์โปร เกาหลี หรือ ญี่ปุ่น แต่ความสามารถในการนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ทำได้เพียงร้อยละ 22 ของปริมาณขยะที่เกิดขึ้น (อนุสรา สาวังชัย, 2555, น. 3) จึงส่งผลให้เกิดปัญหาปริมาณขยะล้นเมืองและขาดการจัดการที่เหมาะสมนับวันจะทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ขยะที่เป็นปัญหาสำคัญที่สุด ได้แก่ ขยะชุมชนที่เป็นปัญหาต่อชุมชนอย่างต่อเนื่องในทุกพื้นที่ ประชาชนไทยจำนวน 63 ล้านคน ทำให้เกิดขยะมากกว่า 56 ล้าน กิโลกรัมต่อวัน กองขยะสามารถพบได้ทั่วไปแทบทุกพื้นที่ ทุกชุมชน ส่งผลกระทบอย่างมากต่อสภาพแวดล้อม เป็นปัญหาที่กระทบในทางลบต่อท้องถิ่น มีผลกระทบต่อประชาชนในชุมชน ทั้งด้านสุขอนามัยและคุณภาพชีวิต รวมถึงมีผลกระทบต่อความเป็นระเบียบ

เรียบร้อยของบ้านเมืองอีกด้วย (อำนวย บุญรัตนไมตรี, 2544, น. 3) รูปแบบการจัดการขยะเดิมนั้นทั้งภาครัฐภาคเอกชนและชุมชนใช้วิธีกลบฝังหรือเผากำจัดในลักษณะต่างคนต่างทำ ทั้งการกำจัดที่ถูกสุขลักษณะและไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการและการลักลอบทิ้งขยะในที่สาธารณะทั้งบริเวณป่าหรือชายหาดที่ห่างไกลจากชุมชน กรมควบคุมมลพิษได้รายงานว่าปริมาณขยะที่เกิดขึ้นทั่วประเทศไทยมีปริมาณประมาณ 15.03 ล้านตันต่อปี คิดเป็นอัตรา 41,064 ตัน ต่อวัน ประชากรเฉลี่ยแล้วผลิตขยะ 0.64 กิโลกรัมต่อคน และในกรณีเมืองท่องเที่ยวในฤดูการท่องเที่ยวจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นกว่าปกติ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบเทศบาลสามารถกำจัดขยะตามมาตรฐานได้เพียงร้อยละ 6 อีกร้อยละ 13 ของเทศบาลไม่อาจดำเนินการได้ตามมาตรฐานทั้งที่เป็นการฝังกลบ ส่วนองค์การบริหารส่วนตำบลมีเพียงร้อยละ 4 ที่ดำเนินการฝังกลบตามมาตรฐานเท่านั้น ส่วนที่เหลือเป็นการเทกองและเผากลางแจ้ง (พิรียุตม์ วรรณพฤกษ์, 2553, น.17)

แนวความคิดในการจัดการขยะที่ได้ผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรมได้แก่การจัดการให้ขยะเหลือศูนย์ (Zero Waste Management) ต้องเกิดจากกระบวนการจัดการในรูปแบบใหม่ที่ต้องพึ่งพาการมีส่วนร่วมและจิตสำนึกในการร่วมมือร่วมใจจัดการขยะของชุมชน รวมถึงการผลิตพลังงานทดแทนจากขยะชุมชน (Waste To Energy) ที่จะให้ประโยชน์ในการสร้างพลังงานไฟฟ้าให้ชุมชนหรือภายในครัวเรือนและอาจเชื่อมต่อเข้ากับสายส่งขายพลังงานไฟฟ้าให้กับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้อีกแนวทางหนึ่ง (จุรีรัตน์ ใจพิศ , 2555, น.26) แนวคิดการจัดการขยะเหลือศูนย์เป็นแนวคิดที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาการจัดการขยะโดยเฉพาะในพื้นที่ชุมชนเมืองที่มีลักษณะพหุภาคีดังเช่นเทศบาลเมืองหัวหิน การจัดการขยะของเทศบาลเมืองหัวหิน อำเภอหัวหิน เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และประเทศไทยประกอบกับเป็นสถานที่ตั้งพระราชวังไกลกังวลซึ่งพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 ได้ทรงสร้างขึ้นเป็นที่ประทับพักผ่อนในฤดูร้อนและพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชรัชกาลที่ 9 ทรงโปรดประทับและใช้เป็นที่ออกว่าราชการเพื่อทรงดูแลพสกนิกรให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อำเภอหัวหินมีระยะทางห่างจาก กรุงเทพมหานครเพียง 196 กิโลเมตร สามารถเดินทางด้วยรถยนต์จาก กรุงเทพมหานครใช้เส้นทางถนนพระรามสองเพียงสองชั่วโมงครึ่ง จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของชาวไทยและต่างประเทศเนื่องจากสามารถท่องเที่ยวได้ภายในหนึ่งหรือสองวัน อำเภอหัวหินมีพื้นที่ 838.9 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 110,554 คน (พ.ศ.2558) ความหนาแน่น 137.78 คน ต่อตารางกิโลเมตร การปกครองส่วนภูมิภาคแบ่งออกเป็น 7 ตำบล 63 หมู่บ้าน การปกครองส่วนท้องถิ่นแบ่งออกเป็น 7 แห่ง องค์กรบริหารส่วนตำบล 5 แห่ง และเทศบาล 2 แห่ง คือ เทศบาลตำบลหนองพลับซึ่งครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลหนองพลับ และเทศบาลเมืองหัวหิน ที่มีพื้นที่บริการ ครอบคลุม ตำบลหัวหินและตำบลหนองแกทั้งตำบล

เทศบาลเมืองหัวหินเป็นที่ตั้งของพระราชวังไกลกังวลและศูนย์ราชการอำเภอ ย่านธุรกิจสำคัญและแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและต่างประเทศนั่นคือชายหาดหัวหิน เทศบาลเมืองหัวหินมีพื้นที่บริการ 86.36 ตารางกิโลเมตร หรือ 53,975 ไร่ ทำให้พลเมืองที่อาศัยในพื้นที่มีทั้งพลเมืองที่อยู่อาศัยตามจริงของทะเบียนราษฎร และประชากรแฝงจำนวนไม่แน่นอนตามฤดูการท่องเที่ยว ปัญหาหลักได้แก่ปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาขยะ เทศบาลเมืองหัวหิน ขยะมีปริมาณขยะที่กำจัด 70.09 ตัน ต่อวันขณะที่สามารถกำจัดได้เพียง 148.20 ตันต่อวันด้วยการใช้วิธี open dump ที่หมู่หนึ่งตำบลทับใต้เป็นแหล่งกลบฝังและสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์เพียง 8.2 ตันต่อวัน เทศบาลเมืองหัวหินตระหนักในปัญหาเป็นอย่างดี โดยจัดสรรงบประมาณเพื่อจัดการแปรรูปขยะเริ่มต้นในปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 เทศบาลเมืองหัวหินได้จัดทำโครงการนำร่องการแปรรูปขยะพลาสติกเป็นพลังงานเชื้อเพลิงมีการบันทึกความร่วมมือกับบริษัท ซิงเกิ้งพอยน์ เอเนอยี่ แอนด์ เอนไวรอนเมนท์จำกัด และบริษัท บางจากปิโตรเลี่ยมจำกัดในการจัดส่งน้ำมันดิบให้โรงกลั่นน้ำมันบางจาก เพื่อแปรรูปขยะให้เป็นพลังงาน ขณะที่ความเป็นจริงปริมาณน้ำมันดังกล่าวอาจไม่เพียงพอต่อการบริโภคแต่ก็เป็นการจัดการขยะใน แนวคิดใหม่ที่ไม่ต้องการให้มีขยะหลงเหลือโดยจะพยายามนำขยะที่เหลือมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุดการจัดการขยะที่เรียกว่าการจัดการขยะฐานศูนย์ แต่การจัดการปัญหาขยะของเทศบาลเมืองหัวหินยังคงไม่บรรลุเป้าหมาย ประกอบกับ

ปัญหาเรื่องขยะได้ทวีความรุนแรงขึ้นจนภาครัฐต้องเข้ามามีบทบาทโดยการยกระดับให้เป็นปัญหาระดับชาติ และได้มีการดำเนินการกระบวนนโยบายดังนี้ประกอบกับเมื่อมีการกำหนดนโยบายให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีพันธกิจในการจัดการขยะมูลฝอย (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2557) อาจเป็นเหตุทำให้ชุมชนและภาคุธรกิจคิดว่าการจัดการขยะไม่เป็นความรับผิดชอบของตนจึงขาดการเอาใจใส่และผลักภาระไปที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำให้ต้องรับภาระค่าใช้จ่ายในการจัดการตามกรรมวิธีดั้งเดิมคือกลบฝังหรือเผา แต่ปัจจุบันพื้นที่แหล่งกลบฝังมีจำกัดและการขยายตัวของชุมชนเพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดการต่อต้านจากชุมชนมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การต่อต้านแหล่งกลบฝังของเทศบาลเมืองหัวหินโดยชุมชนตำบลทับใต้ สาเหตุหลักของการต่อต้านได้แก่ การที่กองขยะส่งกลิ่นเหม็นและก่อให้เกิดน้ำเสียต่อชุมชนและมีการร้องเรียนต่อกรมควบคุมมลพิษ ส่งผลให้กรมควบคุมมลพิษต้องเข้ามีส่วนร่วมกับอำเภอหัวหิน เทศบาลเมืองหัวหิน และองค์การบริหารส่วนตำบลทับใต้ โดยเทศบาลเมืองหัวหินแก้ปัญหาเฉพาะหน้าด้วยการนำขยะไปกลบฝังที่บ่อขยะของค่ายธนะรัชต์ที่อำเภอปราณบุรี มีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นแม้เป็นการแก้ปัญหาที่ไม่ตรงจุดและไร้ประสิทธิผลแต่เทศบาลต้องดำเนินการและกรมควบคุมมลพิษในฐานะหน่วยงานควบคุมกำกับดูแลทางด้านนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมได้อนุมัติ งบประมาณถึง 33 ล้านบาท เพื่อให้เทศบาลเมืองหัวหินนำไปจัดการปัญหาโดยว่าจ้างบริษัทเอกชน มีนามว่า บรรทัดไทย ให้จัดการปรับปรุงสถานที่การกลบฝังขยะแต่ปัญหายังคงไม่จบเพราะทางฝ่ายองค์การบริหารส่วน ตำบลทับใต้คงแย้งว่าปัญหาน้ำเสียยังไม่ได้รับการแก้ไข และชี้แจงว่าเทศบาลหัวหินจัดการขยะไม่สอดคล้องกับหลักการจัดการขยะ ตามมาตรฐาน และแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของขยะโดยเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวและพื้นที่ธุรกิจเพิ่มมากขึ้นประกอบกับประชาชนยังมีการบริโภคพลาสติกในปริมาณสูง แม้จะมีการจัดการแปรรูปขยะที่แปรขยะให้เป็นพลังงานน้ำมันแต่ผลการดำเนินงานยังไม่บรรลุวัตถุประสงค์เนื่องจากขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน เมื่อเปรียบเทียบกับเทศบาลนครพิษณุโลก เทศบาลนครลำพูน และเทศบาลนครระยอง ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเช่นเดียวกันแม้นจะห่างจากกรุงเทพมหานครมากกว่าอำเภอหัวหินแต่มีปริมาณนักท่องเที่ยวและประชากรแฝงจากการเป็นแหล่งธุรกิจ สถานประกอบการและที่ตั้งหน่วยงานราชการเช่นเดียวกัน เนื่องจากเทศบาลดังกล่าวได้ประยุกต์หลักการจัดการขยะเหลือศูนย์จนสามารถลดปริมาณขยะได้ระดับหนึ่งทำให้ปัญหาการจัดการขยะไม่ขยายวงกว้างออกไป ดังกรณีของเทศบาลเมืองหัวหิน ปัจจุบันทุกจังหวัดภายใต้กรอบนโยบายของกระทรวงมหาดไทยได้กำหนดโครงการจังหวัดสะอาด 3Rs ประชารัฐที่มีการทำงานร่วมกันระหว่างจังหวัด อำเภอ ประชาคมหมู่บ้านและให้ผู้ว่าราชการและนายอำเภอกำกับดูแลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหาร จัดการขยะและต้อง ดำเนินการ (1) จัดทำฐานข้อมูลปริมาณและประเภทขยะในพื้นที่ (2) จำนวนหมู่บ้านและชุมชนที่มีการคัดแยกขยะมูลฝอยต้นทาง ในปัจจุบัน (3) การรวมกลุ่ม (cluster) ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อทำบันทึกข้อตกลงในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย (4) ข้อมูลการร่วมลงทุนระหว่างองค์กรปกครองท้องถิ่นกับ ภาคเอกชนในพื้นที่ จังหวัดด้านการบริหารจัดการขยะมูลฝอย (5) การออกข้อกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการเก็บขนและกำจัดมูลฝอย (6) การออกข้อกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการจัดการขยะมูลฝอย (7) ต้นทุนและรายได้ในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของ องค์กรปกครองท้องถิ่น (8) การจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมระดับจังหวัดโดยมุ่งหมายลดปริมาณขยะลงร้อยละ 5 ทำให้ทราบว่ารัฐบาลมองเห็นความสำคัญของการจัดการขยะแต่คงเป็นเพราะวัฒนธรรมองค์การ ข้าราชการจึงทำให้ ละเลยเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งได้แก่การมีส่วนร่วมของ องค์กรภาคธุรกิจที่เป็นแหล่งผลิตขยะรายสำคัญโดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยว มุมมองการจัดการภาครัฐไม่กว้างเพียงพอ

ผู้วิจัยเห็นว่าควรเสริมแนวคิดการจัดการขยะตามหลักการจัดการขยะเหลือศูนย์และทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดการขยะเหลือศูนย์ โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคีน่าจะเกิดประโยชน์ต่อการบริหารจัดการขยะในภาพรวม ขณะเดียวกันผู้วิจัยจะทำการสร้างรูปแบบการจัดการขยะเหลือศูนย์และทดลองใช้เพื่อนำผลลัพธ์เสนอต่อเทศบาลเมืองหัวหินและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป ขณะเดียวกันผู้วิจัยได้ประมวลองค์ความรู้จากแนวคิดทฤษฎีการจัดการขยะเหลือศูนย์ที่ประสบความสำเร็จมีปรากฏในงานวิชาการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆที่สะท้อนความสำเร็จของการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยผู้วิจัยได้นำมาประมวลภาพรวมต่าง ๆ เป็นแนวทางในการวิจัยโดยมุ่งศึกษาในสาเหตุของการเกิดขยะและแนวทางในการจัดการขยะด้วยแนวคิดการจัดการขยะเหลือศูนย์และผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับจากการจัดการดังกล่าวจึงมีข้อพิจารณาจากคำถามการวิจัย ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทของพหุภาคีในการจัดการขยะเหลือศูนย์ เทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบความสำเร็จของการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคีเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคีเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. เพื่อนำเสนอ รูปแบบการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคี ในพื้นที่เทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการขยะเหลือศูนย์อย่างเหมาะสมเป็นการศึกษาถึงปัญหาที่แท้จริงของการจัดการขยะมูลฝอยซึ่งเป็นปัญหาสำคัญยิ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกรูปแบบในประเทศไทย สาเหตุหลักเกิดจากการขาดแคลนพื้นที่กลบฝังประชาชนต้องการคุณภาพชีวิตที่ดีแต่มีพฤติกรรมด้านการจัดการขยะที่ไม่ถูกต้อง ขณะเดียวกันการเพิ่มขึ้นของประชากรและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคทำให้การจัดการขยะมูลฝอยเป็นเรื่องที่จัดการให้เกิดประสิทธิผลได้อย่างสมบูรณ์ แนวทางที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรนำไปเป็นแนวคิดเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติได้แก่ การจัดการขยะเหลือศูนย์ที่ต้องดำเนินการจากชุมชนเป็นลำดับแรก การสร้างจิตสำนึกในการร่วมกันจัดการปัญหาขยะและใช้เทคโนโลยีที่เป็นธรรมชาติร่วมในการจัดการขยะมูลฝอย อาทิเช่นการจัดทำปุ๋ยอินทรีย์ การประดิษฐ์สิ่งของจากขยะ การนำวัสดุใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ และการให้ความรู้เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกอย่างต่อเนื่อง ผู้วิเคราะห์มีความเห็นเป็นการส่วนตัวว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับตำบล อาทิ เทศบาลตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล จะสามารถดำเนินการขับเคลื่อนการจัดการขยะเหลือศูนย์ให้เกิดประสิทธิผลได้ในระดับที่น่าพอใจถ้าผู้นำมีความมุ่งมั่นเพราะประชากรในชุมชนชนบทจะให้ความร่วมมือต่อองค์กรปกครองมากกว่าประชากรในเขตเมืองใหญ่ที่เป็นพื้นที่รับผิดชอบของ องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาลเมือง เทศบาลนคร เนื่องจากประชากรในพื้นที่ดังกล่าวมุ่งแต่จะประกอบสัมมาชีพส่วนตน และมีจิตสาธารณะ ค่อนข้างต่ำเนื่องจากต้องมุ่งมั่นสภาพทางเศรษฐกิจส่วนตน

ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะเหลือศูนย์ด้วยการมีส่วนร่วมของพหุภาคีทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยเริ่มจากแนวคิดทฤษฎีการจัดการขยะเหลือศูนย์ แนวคิดและทฤษฎีการจัดการโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนและพหุภาคี แนวคิดและทฤษฎีความผูกพันและการมีส่วนร่วมของประชาชน นโยบาย กฎระเบียบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกระบวนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมบทบาทของพหุภาคีในการจัดการขยะงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงนำไปสู่กรอบความคิดการวิจัย ดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดการขยะเหลือศูนย์บทบาทของพหุภาคี
1. การจัดการขยะตามหลัก 3Rs
2. การมีส่วนร่วมของพหุภาคี
3. การสร้างเสริมพฤติกรรมการจัดการขยะเหลือศูนย์
4. การกำหนดและการนำนโยบายการจัดการขยะเหลือศูนย์

→

ความสำเร็จของการจัดการขยะเหลือศูนย์
1. สามารถคืนพื้นที่สีเขียวและ สร้างสุขลักษณะที่ดีให้กับชุมชน
2. สร้างความพึงพอใจของประชาชน
3. การนำขยะไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างอื่น
4. สามารถทำให้หัวหินเป็นเมืองน่าอยู่

ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

รูปแบบการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคี เทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีสมมติฐานดังนี้

1. บทบาทของพหุภาคีในการจัดการขยะเหลือศูนย์ เทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ระดับสูง

2. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบความสำเร็จการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคี ในพื้นที่เทศบาลเมือง หัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความสอดคล้องกัน

3. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคีเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความสัมพันธ์กับรูปแบบความสำเร็จ และสามารถพยากรณ์ กับรูปแบบความสำเร็จการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคีได้เกิน ร้อยละ30 ในพื้นที่เทศบาลเมือง หัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคี อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถพยากรณ์ความสำเร็จการจัดการขยะเหลือศูนย์ของพหุภาคี อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างน้อยเกินกว่าร้อยละสามสิบ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงผสานวิธี ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นายกเทศมนตรี รองนายกเทศมนตรีผู้รับผิดชอบงานจัดการขยะ ปลัดเทศบาล ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการวิสาหกิจระดับบริหาร นายอำเภอหัวหิน ปลัดอำเภอหัวหิน ผู้อำนวยการโรงเรียนเทศบาลและเอกชน ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการสัมภาษณ์เจาะลึก จากกลุ่มตัวอย่างที่เจาะจง จำนวน 27 คน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มประชากร ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่บริการ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดใหญ่และเล็ก ผู้นำและชุมชน ผู้บริหารและข้าราชการส่วนท้องถิ่นในอำเภอหัวหิน ประชากรทั้งหมด 4,397 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงของเทศบาล และพนักงานเทศบาล ผู้นำชุมชน ผู้บริหาร อปท. ประชาชนในพื้นที่บริการ พนักงานและผู้บริหารวิสาหกิจและนักท่องเที่ยวค้างแรมในพื้นที่โดยทำการสุ่มตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างแบบมีขั้นตอนและอิสระขนาดตัวอย่างคำนวณด้วยด้วยสูตรของ Yamane จำนวน 850 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการเก็บข้อมูล แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือแบบสอบถามและ แบบสัมภาษณ์ ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกจากกลุ่มตัวอย่างที่เจาะจง จำนวน 27 คน จากนั้นผลการศึกษานำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยการตีความแล้วนำผลลัพธ์ไปสร้างนิยามเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์ และรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีทำแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่รวบรวมข้อมูล ด้วยแบบสอบถาม และส่วนที่รวบรวมข้อมูลเอกสาร และส่วนที่รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ข้อมูลส่วนนี้ผู้วิจัยจะรวบรวมข้อมูลจากภาคประชาชนในพื้นที่บริการ ผู้บริหารธุรกิจเอกชนในพื้นที่บริการ ผู้บริหารโรงเรียนเทศบาลและเอกชน ผู้นำชุมชน กลุ่มผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็น ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่แท้จริงในการจัดการขยะวิธีการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

2. การสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้วิจัยได้ขอเข้าพบนายกเทศมนตรี ของเทศบาลเมืองหัวหิน สื่อมวลชนท้องถิ่น ผู้บริหารธุรกิจเอกชนในพื้นที่บริการ ผู้บริหารโรงเรียนเทศบาลและเอกชน ผู้นำชุมชน กลุ่มผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวแรมคืน รวมถึงปลัดเทศบาล และหัวหน้าฝ่ายการโยธาและสาธารณสุขของเทศบาลที่ทำการศึกษา และผู้นำชุมชนในพื้นที่บริการ

ของเทศบาล

3. การวิเคราะห์เอกสาร ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์จากฝ่ายสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมฝ่ายแผนและโครงการ ฝ่ายการโยธาของเทศบาลเมืองหัวหินเพื่อนำข้อมูลที่ระบุไว้ในเทศบัญญัติงบประมาณประจำปีตั้งแต่ พ.ศ. 2551 - พ.ศ. 2558 มาทำการศึกษาข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบการจัดการการงบประมาณที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะมูลฝอย และจะนำมาประกอบกับการศึกษาวิจัยข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวบข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยการตีความ เพื่อสรุปผล

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ บรรยาย ประกอบด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วนำผลการศึกษาทั้งสองวิธีมาประมวลความแล้วนำเสนอผลต่อที่ประชุมกลุ่มเพื่อสรุปผลและสร้างรูปแบบ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่ารูปแบบการจัดการขยะเหลือศูนย์ให้สำเร็จ ควรจะมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จสี่ปัจจัยหลัก ประกอบด้วยการให้การศึกษาและประชาสัมพันธ์การจัดการขยะต่อประชาชน การมีส่วนร่วมของพหุภาคี นโยบายการจัดการขยะของเทศบาลเมืองหัวหิน และการจัดการขยะตามหลักการ 3RS ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของรูปแบบการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคี จากความสัมพันธ์ระหว่างผลการศึกษาเชิงปริมาณกับการสัมภาษณ์สอดรับกันอย่างดีโดยเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคี เช่น ระดับการศึกษาจะมีผลอย่างมากต่อการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคี ผู้วิจัยได้ประมวลผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพและนำมาสร้างข้อคำถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อหาข้อสรุปและสังเคราะห์รูปแบบ

ผลการศึกษาเชิงปริมาณ พบว่า การวิเคราะห์ความสำเร็จของการจัดการขยะแบบเหลือศูนย์ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบความสำเร็จของการจัดการขยะเหลือศูนย์ ผู้วิจัยใช้สถิติอ้างอิงประกอบด้วย การหาค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว สหสัมพันธ์ เพียรสัน การถดถอยเชิงพหุ ผลปรากฏว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความสำเร็จของการจัดการขยะเหลือศูนย์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

การทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบความสำเร็จการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคี กับความสำเร็จการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคีมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบความสำเร็จการจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคี ที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของ การจัดการขยะเหลือศูนย์โดยการมีส่วนร่วมของพหุภาคีได้ร้อยละสี่สิบประกอบด้วยตัวแปรที่มีอำนาจการพยากรณ์ด้านการประยุกต์ใช้ แนวคิดการจัดการขยะด้วยหลัก 3Rs การกำหนดและการนำนโยบายขยะเหลือศูนย์ไปปฏิบัติของเทศบาล การมีส่วนร่วมของพหุภาคี พฤติกรรมการจัดการขยะของประชาชน บทบาทการมีส่วนร่วมการจัดการขยะของพหุภาคี ตามลำดับ โดยมีสมการการพยากรณ์ดังนี้

ความสำเร็จของการจัดการขยะ = .593 ค่าคงที่ + .259 การจัดการขยะตามหลักการ 3Rs + .141 การมีส่วนร่วมของพหุภาคี +.165การกำหนดและการนำนโยบายการจัดการขยะเหลือศูนย์ของเทศบาลเมืองหัวหินไปปฏิบัติ +.151 พฤติกรรมและแรงจูงใจในการจัดการขยะ +.132 บทบาทของพหุภาคีในการจัดการขยะ จากนั้นผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาต่อที่ประชุม วาระประจำเดือนของเทศบาลเมืองหัวหิน เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากที่ประชุมหัวหน้าหน่วยงาน เทศบาลเมืองหัวหินและผู้ทรงคุณวุฒิ

การอภิปรายผล

ผลการวิจัย มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

การอภิปรายผลสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉรา อัศวรุจิกุลชัย พิมลพรรณ, หาญศักดิ์ เพียงใจ, พีระ เกียรติขจร (2555) ทางด้านแนวทางในการจัดการขยะเหลือศูนย์ที่เริ่มจากการกำหนดนโยบายสิ่งแวดล้อมร่วมกับการรณรงค์เพื่อ

สร้างความตระหนักแก่นักศึกษา และบุคลากรในการลดปริมาณการผลิตขยะ ตัวอย่างกิจกรรมการจัดการขยะได้แก่ การคัดแยกขยะ ธนาคารขยะรีไซเคิล การทำปุ๋ยหมัก และการผลิตก๊าซชีวภาพจากเศษขยะอาหาร ส่วนทางด้านการจัดการขยะโดยมีส่วนร่วมของพหุภาคีสอดคล้องกับบทความวิจัยของสุรพล ดำรงกิตติกุล และคณะ (2552) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการขยะเพื่อให้เกิดประโยชน์กับทุกภาคส่วนของชุมชน ตำบลแม่โป่ง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ที่เสนอให้ทำการจัดการขยะโดยใช้หลักการ 3-R ที่เริ่มต้นด้วยการลดปริมาณขยะ (Reduce) ทำการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง ขยะส่วนหนึ่งที่คัดแยกจะเป็นขยะมีมูลค่านำไปใช้ (Reuse) หรือ แปรรูปเป็นของใหม่ (Recycle) สามารถนำไปใช้ให้คุ้มค่าสุดท้ายจะคงเหลือส่วนที่เป็นขยะทิ้งน้อยที่สุด ได้แก่ ขยะอันตรายประเภทมลพิษ แพร่เชื้อโรค และมีเศษซากที่ต้องกำจัดโดยเทศบาลอย่างถูกวิธี เช่น การเผา หรือฝังกลบ และนำผลประโยชน์ที่ได้จากการจัดการขยะคืนสู่ชุมชน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ส่วนในด้านรูปแบบของการจัดการสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่องรูปแบบการจัดการขยะที่เหมาะสมในชุมชนบ้านร่มหลวง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่มีรูปแบบการจัดการด้วยตนเองโดยดำเนินการจัดเก็บขยะ การจัดหาแรงงานเพื่อปฏิบัติงาน การจัดเก็บค่าธรรมเนียมการเก็บขยะ การแยกขยะเป็น 4 ประเภท คือ ขยะแห้ง ขยะเปียก ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย การให้มีการรับซื้อขยะที่แยกแล้วจากครัวเรือน และการแก้ปัญหาต่าง ๆ รวมถึงการ กำหนดเกณฑ์การจัดการปัญหาขยะในชุมชนเอง ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสนใจค่อนข้างน้อยเนื่องจากส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม โดยในกระบวนการดำเนินงานของชุมชนนั้น ปัจจัยการรับรู้ข่าวสาร ผู้นำเป็นปัจจัยที่สำคัญ การสนับสนุนของเทศบาลตำบลแม่แฝกและการสนับสนุนของนักเรียนและอาจารย์โรงเรียนบ้านร่มหลวงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการวางรูปแบบการจัดการขยะที่เหมาะสม โดยเป็นการหนุนเสริมการดำเนินงานของชุมชนให้มีประสิทธิภาพในการวางรูปแบบการจัดการขยะที่เหมาะสมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ทางด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจัดการขยะสอดรับกับงานของ Robert Krausz (2012) พบว่า การปรับเปลี่ยนแนวทางการจัดการขยะ จากการกลบฝังมาสู่การจัดการขยะเหลือศูนย์ เป็นเรื่องที่แทบจะเป็นไปไม่ได้ ความสำเร็จขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ของพฤติกรรมการจัดการขยะที่ต้องเริ่มต้นจากระดับบริหารชั้นสูงลงมาโดยลำดับทั้งความคิดและการกระทำ ปัจจัยที่ส่งเสริมคือการนำเสนอให้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศที่เกิดจากการใช้พลังงานที่ไม่เหมาะสมส่งผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อมและมีผลโดยตรงต่อสังคมมนุษยชาติ อีกประการหนึ่งการไม่มีองค์ความรู้ในการจัดการโครงการขนาดใหญ่ที่ต้องรองรับการจัดการขยะ การวางแผนที่ผิด การแก้ปัญหาเชิงเทคนิค การปรับกระบวนทัศน์ การกำหนดและการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการปับเปลี่ยนการจัดการขยะจากการกลบฝังไปสู่การจัดการขยะเหลือศูนย์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. เทศบาลเมืองหัวหินต้องกำหนดนโยบายการจัดการขยะเหลือศูนย์ อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้มีการวางแผนยุทธศาสตร์ การทำโครงการที่จะรองรับการจัดการขยะเหลือศูนย์

2. เทศบาลเมืองหัวหินต้องพัฒนาต่อยอดการจัดทำ ศูนย์การเรียนรู้ด้านขยะและสิ่งแวดล้อมที่แหล่งรวบรวมขยะที่ตำบลทับใต้ให้เป็น ศูนย์การเรียนรู้การจัดการขยะตามที่ได้ กำหนดไว้ในการทำสัญญากับบริษัทที่มาพัฒนาแหล่งขยะและแปรรูปขยะเป็นน้ำมันเชื้อเพลิง ที่ปัจจุบันมีปัญหาด้านการจ่ายค่าตอบแทนและหยุดารดเนินการ

3. เทศบาลเมืองหัวหินต้องประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะก่อน ทั้งอย่างเป็นรูปธรรมและจัดหาภาชนะรับขยะตามประเภทของขยะโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวและตลาดสด

4. เทศบาลเมืองหัวหินต้องสร้างเครือข่ายการจัดการขยะที่เน้นการให้ความร่วมมือกับพหุภาคีให้เกิดเป็นรูปธรรม

5. เทศบาลเมืองหัวหินควรมีหน่วยงานด้านวิศวกรรมที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการจัดการขยะ

6. เทศบาลเมืองหัวหินควรส่งเสริมและจัดตั้งธนาคารขยะให้ชุมชนทุกชุมชนและจัดระเบียบการจำหน่ายและจัดเก็บของเก่าสำหรับผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยเสนอให้ทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อแสวงหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจัดการขยะโดยเฉพาะการคัดแยกขยะและการใช้ประโยชน์จากธนาคารขยะของชุมชน

2. ผู้วิจัยเสนอให้ทำการวิจัยในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการจัดการขยะเหลือศูนย์รูปแบบที่แตกต่างกันเพื่อเป็นทางเลือกที่เหมาะสมในแต่ละสภาวะแวดล้อม

3. ผู้วิจัยเสนอให้ทำการวิจัยหาแนวทางส่งเสริมการสร้างเครือข่ายพหุภาคีและการให้การศึกษาเรื่องขยะที่หลากหลายประเภทเช่น ขยะมลพิษและการมีมาตรการจัดการขยะมลพิษ

References

Boonratmaitree, A. (2011). *Joint Public Service Conducted by Local Administration Organizations: A Case Study of Garbage Management.* Degree of Doctor of Philosophy, Ramkhamhaeng University. (in Thai)

Damrongkittikul, S., et al. (2009) *Community participation in waste management to benefit all sectors of the community Mae Pong District Doi Saket District Chiangmai Province.* Bangkok: National Research Council of Thailand (in Thai)

Jaipit, J. (2012). Zero Waste Management. *Journal of Southern Technology, 5*(2), 26. (in Thai)

Pollution Control Department. (2014) *RoadMap Guidelines for Disposal of Solid Waste and Hazardous Waste.* Retrieved from http://infofile.pcd.go.th/waste/Roadmapbook.pdf?CFID=19440059&CFTOKEN=14202960

Robert, K. (2012). *All for naught? A critical study of zero waste to landfill initiatives.* Degree of Doctor of Philosophy, Lincoln University.

Sawangchai, A. (2012). *Phuket Waste Management Strategy*. Degree of Doctor of Philosophy, Phuket Rajabhat University. (in Thai)

Ussawarujikulcha, A., et al . (2011). Zero Waste Mangement in Mahidol University Salaya Campus. *Journal of Environment Management , 7*(1), 17-29

Vanapruk, P. (2010). *Local environmental issues: Waste management and waste management guidelines of local government organizations.* Bangkok: King Prajadhipok's Institute. (in Thai)

นวัตวิถีเชิงประวัติศาสตร์อยุธยาโมเดล

The Historical Innovative Ayutthaya Model of Tourism Development

เกษียร วรศิริ และอุษณีษ์ เสวกวัชรี
Kasien Warasiri and Ousanee Sawagvudcharee
หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยชินวัตร
Doctor of Business Administration Program in Management, Shinawatra University
Received: August 29, 2018
Revised: October 16, 2018
Accepted: October 18, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยใดที่ก่อให้เกิดปัญหาในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (2) ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการบริหารจัดการท่องเที่ยว (3) มีการพัฒนาอะไรที่จะทำให้การท่องเที่ยวเขตเมืองมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ มีเอกลักษณ์ มีความยั่งยืน สอดคล้องกับวิถีชุมชน และ (4) รายรับจากการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจอย่างไร ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ (1) หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 30 คน (2) หน่วยงานเอกชน จำนวน 10 คน (3) หน่วยงานส่วนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน รวมกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน กลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ และ ต่อเนื่องด้วยการอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ ผลการวิจัย พบว่า ปัญหาหลักในการบริหารงานของอยุธยา คือ ความขัดแย้งทางกฎหมายและข้อบังคับจากหน่วยงานต่าง ๆ ในจังหวัด ความรับผิดชอบที่ทับซ้อนเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ ในการให้บริการ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญหลายคนแนะนำให้จังหวัดอยุธยา ปฏิบัติตามเส้นทางเดียวกันเพื่อให้เป็นเขตเทศบาลพิเศษ เหมือนเขตพัทยา และกรุงเทพฯ และระบุกฎหมายพิเศษในการจัดการพื้นที่ดังกล่าว ผู้บริหารระดับสูงของจังหวัดมีบทบาทสำคัญในการที่จะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลาง ของการบูรณาการและวางนโยบายและยุทธศาสตร์ที่ถูกต้องตามประเพณี วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของชุมชน ในท้ายที่สุดเจ้าหน้าที่ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมุ่งเป้าไปที่การรักษาประเพณีท้องถิ่น และ ประวัติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด และสุดท้ายนี้ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวที่มาเยือนกรุงศรีอยุธยา คือ สามารถสัมผัสกับมรดกโลกที่แท้จริงซึ่งสามารถมองเห็นวิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่นได้ อยุธยามีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศมากขึ้น การลดความเสี่ยงและผลกระทบในทางลบต่อชีวิตของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนของมรดกโลกที่มีลักษณะเป็น “นวัตกรรมทางประวัติศาสตร์อยุธยา” ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, การบูรณาการ, อัตลักษณ์, นวัตวิถี, มรดกโลกที่มีชีวิต

Abstract

The objective of this qualitative research is to study (1) the factors that may cause problems in the management of tourism in Ayutthaya (2) the factors that influence the effectiveness of tourism management (3) how to develop cultural identity and sustainable tourism at the Ayutthaya World Heritage site that conforms with local communities (4) How the tourism revenue turnover affects the economy. The population is divided into three sample groups (1) government group - 30 persons. (2) the private sector group - 10 persons (3) local group and tourists - 20 persons for the total sample size of 60 people, using a continuous a chain sampling, with references and specialists. A major problem of Ayutthaya's management is the conflict between the law and regulations from different government bodies in Ayutthaya. These overlapping responsibilities affect service efficiencies. Many experts suggest Ayutthaya should follow the path to become a special municipal area like Pattaya and Bangkok and specify the special laws to manage the area. Top provincial management plays a vital role in order to act as a center of integration and formalize policies and strategies that embrace tradition, culture and natural environment of community. Ultimately, all authorities concerned should aim for a preservation of a local customs and the history of Ayutthaya, which in turn can lead a sustainable growth of the tourism industry in the province. Lastly, a major factor is that tourists visiting Ayutthaya can experience it as a truly world-living heritage site where they can see the lives of a local community side by side with historical sites. Ayutthaya has all the potential to attract more tourists that can generate more income for the country. More importantly, minimizing risks and negative impacts on lives of the local community can result in sustainable growth of this world-living heritage site according to the slogan "Historical Innovative Ayutthaya Model" as mentioned above.

Keywords: management, integration, identity, historical innovative Ayutthaya model, world-living heritage site

บทนำ

ธุรกิจการท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญเป็นลำดับต้นๆ ของประเทศชาติ ช่วยให้เกิดการสร้างงานและกระจายความเจริญออกไปสู่ทุกภูมิภาคของประเทศได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดธุรกิจมากมายทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง กับการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม อาทิ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจรถท่องเที่ยว ธุรกิจหัตถกรรม ไปจนถึงเกษตรกรรม ธุรกิจในชุมชนและธุรกิจการให้บริการ เป็นต้น จากความสำคัญของการท่องเที่ยวดังกล่าว ส่งผลให้ประเทศต่างๆ กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญของประเทศ แต่การจะทำให้การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ เพื่อนำไปพัฒนาประเทศนั้น แต่ละประเทศจะต้องมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดีและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวนโยบายขององค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO, 2003, pp. 21-22) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการบริหารการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศนั้น นอกจากจะต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจ และ สังคมแล้ว ยังจะต้องคำนึงถึงหลักการ

ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในขอบเขต ที่ความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน ความตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะมีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนอันเป็นเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น การมี ส่วนร่วมของเจ้าของบ้าน และผู้มาเยือนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว การเชื่อมโยง ร้อยประสานความจำเป็นในการพัฒนาทางเลือกของชุมชน และ กำหนดแผนงานทางเศรษฐกิจ การดำรงอยู่ของชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน จะเห็นได้ว่า WTO มุ่งเน้นให้มีการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ สินธุ์ สโรบล (2557, น. 2 -3) ที่กล่าวว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง และ รูปแบบการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยวโดยเน้นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นต่างๆ ไม่ว่า ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม หากใช้การบริหารจัดการรูปแบบดังกล่าวอย่างเต็มศักยภาพจะส่งผลให้การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ให้กับประชาชนท้องถิ่นอย่างแท้จริง ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต ส่งผลให้ประชาชนท้องถิ่นเกิดจิตสำนึกในการดูแลรักษา อนุรักษ์ และหวงแหนแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นตนไว้สร้างความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานต่อไป ประเทศไทยมีการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ตามรายงานของ World Tourism Barometer (UNWTO) ระบุว่า ตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตราร้อยละ 4 ต่อปี โดยปี พ.ศ. 2555 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลก มีการบันทึกจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (International Visitor Arrival) มากที่สุดทั่วโลก คือ มีจำนวนมากถึงหนึ่งพันล้านคน ซึ่งเป็นปีที่ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดเช่นกัน คือ 22.3 ล้านคน เพิ่มขึ้น 16% เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2554 จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า มีสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวอยุธยาเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2558 สถิติผู้มาท่องเที่ยวทั้งปีมีจำนวน 1,678,000 คนเศษ รวมกับนักทัศนาจร 5,368,000 คนเศษ ซึ่งเมื่อรวมแล้วนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มาเยี่ยมเยือน 7,047,051 คน แยกเป็นนักท่องเที่ยวแบบค้างคืน และ นักทัศนาจร ซึ่งนักทัศนาจรส่วนใหญ่เป็นคนไทยมีจำนวนมากถึง 3 ล้านเศษ สำหรับนักทัศนาจรที่เป็นต่างชาติ มีจำนวน 2,200,000 คน ส่งผลให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด 12,430 ล้านบาท

จากความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาแล้วในข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่ทำการศึกษา “นวัตวิถี เชิงประวัติศาสตร์อยุธยาโมเดล” โดยเป็นการศึกษาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยว และ สภาพปัญหาของการบริหารจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตลอดจนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อันนำไปสู่การกำหนดกระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและสอดคล้องกับวิถีชุมชนอย่างเป็นระบบเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาสภาพ และปัญหาด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับวิถีชุมชนของจังหวัดพระนคร-ศรีอยุธยา

4) เพื่อศึกษาการมีมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5) เพื่อเสนอแนวทางและวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยเฉพาะในเขตอุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นมรดกโลกให้มีความยั่งยืนและต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่งคั่งเป็นรายได้หลักของจังหวัด

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

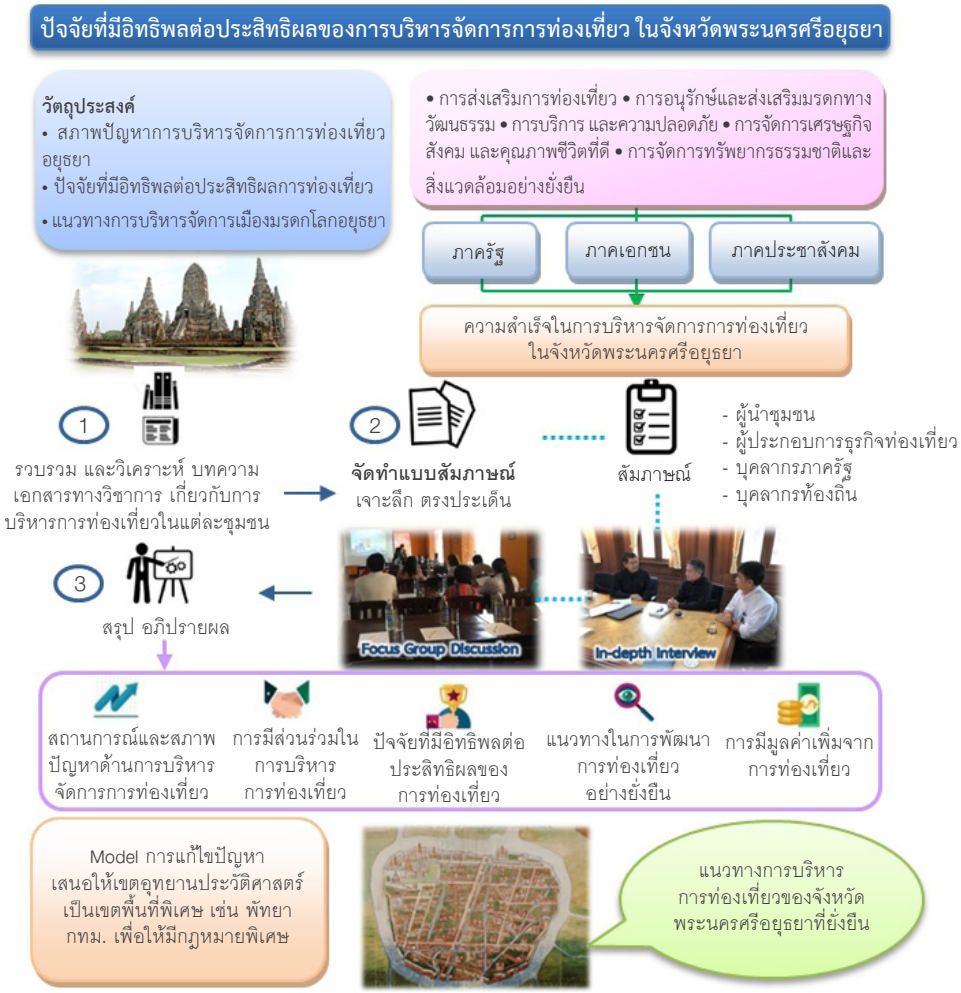
การบริหารจัดการ สมคิด บางโม (2546, น. 60) ได้ระบุว่า ปัจจัยในการบริหารมีองค์ประกอบ 4 ประการที่สำคัญ คือ 1) คนหรือบุคคล (Man) เป็นปัจจัยสำคัญของการบริหารงาน หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องมีคนที่ปฏิบัติงาน ผลงานที่ดีจะออกมาได้ต้องประกอบด้วยบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและมีความรับผิดชอบ 2) เงิน (Money) หน่วยงานหรือองค์กรจำเป็นที่จะต้องมีงบประมาณเพื่อการบริหารงาน 3) ทรัพยากร(Material) การบริหารองค์กรจำเป็นต้องมีวัสดุอุปกรณ์หรือทรัพยากรในการบริหาร 4) การบริหารจัดการ (Management) เป็นภารกิจของผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาโดยตรง กล่าวคือ เป็นกลไกและตัวประสานที่สำคัญที่สุดในการผลักดันและกำกับปัจจัยต่างทั้ง 3 ประการ ให้สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล บรรลุเป้าหมายขององค์กรตามที่ต้องการ

แนวคิดการบริหารงานภาครัฐ (public administration) ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามระเบียบกฎหมายที่กำหนดเป็นกรอบไว้ ซึ่งมีผลการวิจัยของบุญเกียรติ การะเวกพันธุ์ และคณะ (2555) ระบุว่าความแตกต่างของการบริหารรัฐกิจกับการบริหารธุรกิจมีทั้งความคล้ายคลึงและความแตกต่างกัน ในส่วนที่มีคล้ายคลึงกันนั้นจะเห็นได้ว่า ทั้งสองฝ่ายมีจุดร่วมที่มุ่งเน้นในเรื่องของการร่วมมือดำเนินการ ที่มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว่ ในส่วนที่แตกต่างกันนั้น Rainey, Backoff, and Levine (1976, pp. 56-57) ได้สรุปประเด็นสำคัญของความแตกต่างระหว่างภาครัฐและเอกชนไว้ คือ (1) ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ภาครัฐให้ความสำคัญกับตลาดในระดับที่ต่ำกว่าเอกชน ทำให้มีแรงจูงใจเรื่องลดต้นทุนการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และ ประสิทธิผลน้อยกว่าภาคเอกชน มีการกระจายความมีประสิทธิภาพไปให้ปัจจัยต่าง ๆ น้อยกว่าภาคเอกชนรวมถึงการเข้าถึงตัวชี้วัดของเรื่องตลาดและข้อมูลของภาครัฐมีน้อยกว่าภาคเอกชน นอกจากนี้ภาครัฐมีข้อจำกัดในด้านกฎหมาย และความเป็นทางการมากกว่าภาคเอกชน เช่น มีความอิสระในการตัดสินใจน้อยกว่า อีกทั้งภาครัฐยังมีแนวโน้มถูกควบคุม และคำนึงในรายละเอียดมากกว่าภาคเอกชน รวมถึงต้องพบกับแหล่งอิทธิพลจากภายนอกมากกว่า และภาครัฐยังได้รับอิทธิพลจากการเมืองมากกว่าภาคเอกชน (2) การดำเนินงานขององค์การ ภาครัฐมีอำนาจในการดำเนินงานมากกว่าภาคเอกชน องค์การของรัฐมีขอบเขตในการดำเนินงานกว้างกว่าภาคเอกชน เช่น ต้องคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ องค์การของรัฐต้องถูกตรวจสอบการกระทำจากสาธารณชนมากกว่าภาคเอกชน องค์การของรัฐถูกคาดหวังว่า เจ้าหน้าที่ต้องปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม หน้าที่ความรับผิดชอบ และซื่อสัตย์สุจริตมากกว่าภาคเอกชน โครงสร้างภายในและกระบวนการทำงานองค์การของรัฐมีวัตถุประสงค์ เกณฑ์การประเมินผล และตัดสินใจยุ่งยากกว่าภาคเอกชน ทำให้มีแนวโน้มที่จะเกิดความขัดแย้งมากกว่าภาคเอกชน ภาครัฐมีความอิสระในการตัดสินใจ และมีความยืดหยุ่นน้อยกว่าภาคเอกชน ภาครัฐมีอำนาจในการควบคุม กำกับ ผู้ใต้บังคับบัญชาที่อ่อนแอกว่าภาคเอกชน เนื่องจากมีศูนย์อำนาจหรือผู้บังคับบัญชาหลายคน เพราะไม่สามารถวัดความมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลได้อย่างชัดเจน

แนวความคิดเกี่ยวกับความสำเร็จหรือการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ เป็นวิธีการ หรือรูปแบบในการบริหารจัดการที่มุ่งสู่ความสำเร็จ และยกระดับผลการปฏิบัติงานขององค์กร หรือหน่วยงานให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมเพื่อการประเมินผลการปฏิบัติงานกับเป้าหมายที่กำหนด และคำนึงถึงความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการเป็นสำคัญ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับนโยบายการบริหาร/การบริหารจัดการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับมรดกโลกทางวัฒนธรรม คำจำกัดความของคำว่า “มรดกโลก” (World Heritage) หมายถึง สถานที่ทางวัฒนธรรม และธรรมชาติที่มีคุณค่าโดดเด่นระดับสากลจนได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนให้เป็นแหล่งมรดกโลก โดยองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ภายใต้หลักเกณฑ์ที่ระบุไว้ในอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลก ทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage) ซึ่งถือกำเนิดขึ้นใน พ.ศ. 2515 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความร่วมมือ ในหมู่ประเทศภาคี ในการกำหนดมาตรการที่เหมาะสมด้านนโยบายการบริหารเทคนิคและการเงิน เพื่อสงวนรักษา คุ้มครอง และส่งเสริม มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่มีความสำคัญต่อมวลมนุษยชาติให้คงอยู่ต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ และต่อเนื่องด้วยการอ้างอิงบุคคลสำคัญ และผู้เชี่ยวชาญ (Snowball Sampling) คือ ตัวอย่างแรกจะเป็นผู้แนะนำในการเลือกตัวอย่างถัดไป และแนะนำต่อไป จนได้ข้อมูลเพียงพอตามที่ผู้ศึกษาต้องการ หลังจากนั้น มีการจัดเวทีประชาคมในพื้นที่เกาะเมืองอยุธยา ระหว่าง ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น นักวิชาการ สื่อมวลชน เพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ข้อมูล และ ระดมความคิด เพื่อแก้ไขปัญหาการบริหารการท่องเที่ยว ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้สอดคล้องกับวิถีชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาเป็นผู้ให้ข้อมูล จำนวน 60 คน โดยแบ่ง ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) หน่วยงานภาคราชการ หมายถึง ข้าราชการ บุคลากร ลูกจ้าง พนักงาน ที่รับผิดชอบและเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเจ้าหน้าที่ของกรมการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เจ้าหน้าที่ของกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานทะเบียน มัคคุเทศก์ และตำรวจท่องเที่ยวซึ่งปฏิบัติงานในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 30 คน (2) หน่วยงานภาคเอกชน หมายถึง ตัวแทนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการโรงแรม หอการค้าไทย สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน และ (3) หน่วยงานส่วนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบไม่มีโครงสร้างผสมผสานกัน เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุด ขั้นตอนการสร้างแบบสัมภาษณ์ มีดังนี้ (1) การศึกษาเอกสารทางวิชาการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตัวบทกฎหมาย ตลอดจนงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ ให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา (2) แบบสัมภาษณ์เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด ซึ่งผู้ศึกษาได้แบ่งประเด็นการศึกษาออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้ (2.1) สถานการณ์การท่องเที่ยว และสภาพปัญหาการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (2.2) การกำหนดแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (2.3) การจัด Zoning และแนวความคิดการให้มีกฎหมายพิเศษในพื้นที่พิเศษ (2.4) ความคิดเห็นต่อระดับการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมถึงอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรม และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการกำหนดแนวทางและรูปแบบการการวางแผนการบริหารการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

(1) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยตัวอย่างแรกจะเป็นผู้แนะนำในการเลือกตัวอย่างถัดไป และแนะนำต่อไปจนกระทั่งได้ข้อมูลเพียงพอตามที่ผู้ศึกษาต้องการ (2) ดำเนินกิจกรรม ประชาคม โดยใช้ Focus Group Discussion สำหรับผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงกับอุทยานประวัติศาสตร์ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น นักวิชาการ สื่อมวลชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยนำสถานการณ์และปัญหาของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่พบตามขั้นตอนที่ (1) เข้าสู่ที่ประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ของชุมชน เพื่อร่วมกัน วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยว สภาพปัญหาการท่องเที่ยว กำหนดแนวทางการมีส่วนร่วมในการบริหารการท่องเที่ยว รวมถึงอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรม วิเคราะห์และกำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลต่อการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามต่อผู้มาเข้าร่วมประชุม เพื่อรวบรวมความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการบริหารจัดการ อีกส่วนหนึ่ง (3) ศึกษากรณีตัวอย่างกิจกรรมการบริหารท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ศึกษาเข้าใจและสามารถเชื่อมโยงเงื่อนไขทางสังคมกับการมีส่วนร่วมของชุมชน และนำไปสู่การวิเคราะห์ความสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ และ (4) การสังเกตการณ์ อีกวิธีการในการรวบรวมข้อมูลนั้นผู้ศึกษาได้ใช้การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อเป็นการ

ยืนยันความถูกต้องหรือเกิดขึ้นจริงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา โดยใช้วิธีการจดบันทึกเหตุการณ์ที่พบหรือบันทึกภาพไว้ หากเป็นสถานที่สามารถบันทึกภาพได้

ผลการวิจัย

1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

1.1 สถานการณ์และสภาพปัญหาด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ถือเป็นเมืองมรดกโลกที่มีชีวิตเพราะยังมีคนอยู่อาศัยในเขตใกล้เคียงบริเวณโบราณสถาน ในเขตเกาะเมืองซึ่งมีขนาดภายในพื้นที่รับผิดชอบประมาณ 14 ตารางกิโลเมตรเศษ เป็นพื้นที่มรดกโลกในเกาะเมืองอยุธยา 1,810 ไร่ มีคนตามทะเบียนบ้าน 60,000 คนเศษ จากการสัมภาษณ์บุคลากรในหน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ร้านค้า ผู้ประกอบการ และผู้พักอาศัย ในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต่างมีความเห็นอยู่ในทิศทางเดียวกันว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ถือได้ว่ามีศักยภาพสูงทั้งในด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ดำเนินอยู่ในทิศทางที่ดี หรืออาจเรียกได้ว่าอยู่ในช่วงขาขึ้น จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับประเทศที่กระตุ้นในแต่ละจังหวัดส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดของตนเอง จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ดำเนินร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรในพื้นที่เพื่อร่วมกันปรับกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เพิ่มระยะเวลาในการท่องเที่ยวหรือพักค้างคืนอยู่ในอยุธยาให้นานกว่าเดิม เพิ่มปริมาณการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการในการท่องเที่ยว โดยในส่วนของการกระตุ้นการท่องเที่ยวได้มีการประชาสัมพันธ์แผนการท่องเที่ยวแนวทางใหม่ให้นักท่องเที่ยวทราบว่า นอกจากการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระ เยี่ยมชมโบราณสถาน หรือเที่ยวตลาดย้อนยุคในช่วงเวลากลางวันที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันดีแล้ว จังหวัดพระนครศรีอยุธยายังบริการท่องเที่ยวแนวทางใหม่โดยให้นักท่องเที่ยวมาชมพระอาทิตย์ตกดินที่วัดไชยวนาราม การจัดกิจกรรมตามฤดูกาล การเพิ่มเส้นทางท่องเที่ยวโดยการปั่นจักรยานโดยรอบเกาะเมือง การจัดบริการรถรางเพื่อเที่ยวชมในเขตเมืองมรดกโลก เป็นต้น ในส่วนของการบริหารจัดการได้มีกรมศิลปากร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานในพื้นที่ ร่วมกันพัฒนาพื้นที่เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ ร่วมถึงความร่วมมือกันของผู้ประกอบการ ร้านค้า ภาคเอกชน และส่วนราชการในการจัดระเบียบพื้นที่ให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีความสะอาด สมกับเป็นเมืองมรดกโลก และเร่งรัดการแก้ปัญหาให้เป็นรูปธรรม รวมทั้งเป็นที่ยอมรับจากทุกภาคส่วนในการแก้ไขปัญหาร่วมกัน โดยในระยะเร่งด่วน ได้แก่ การบุกรุกพื้นที่โบราณสถาน การจัดระเบียบร้านค้าบริเวณพระวิหารมงคลบพิตร ส่วนในระยะยาว ได้แก่ การจัดทำแผนแม่บท และการปรับปรุงภูมิทัศน์ เป็นต้น

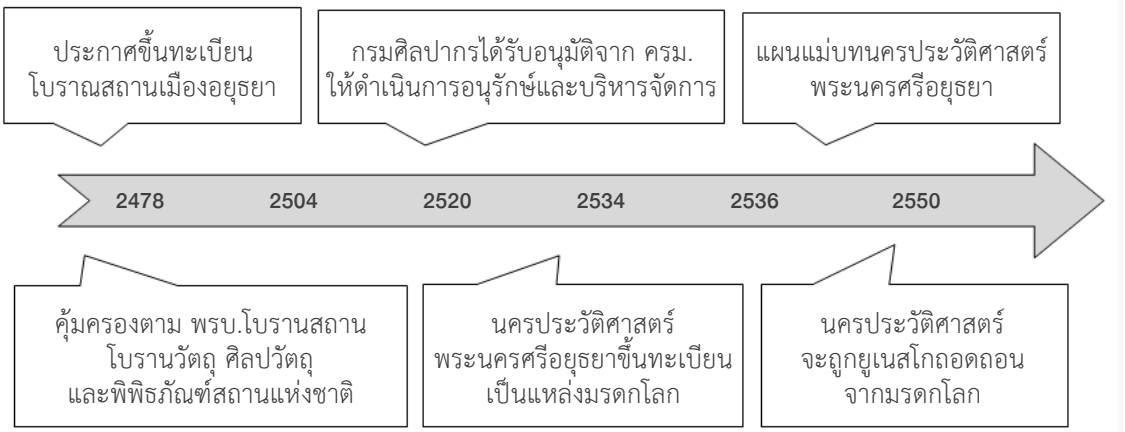
1) ปัญหาด้านการท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่อยู่ในช่วงขาขึ้น ที่นำมาซึ่งผลกระทบทั้งในแง่บวกและแง่ลบ โดยในแง่บวก ทำให้เกิดการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจภายในประเทศ เกิดการจ้างงาน มีการใช้จ่ายเงินทุกระดับ มีการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่นอย่างรวดเร็ว แต่ในทางกลับกันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่กลับมาฟื้นตัวเหมือนเดิมและมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบในแง่ลบ คือ กระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชนผู้พักอาศัยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเฉพาะในเขตเกาะเมืองและบริเวณใกล้เคียง อาทิ ปัญหาจราจรในช่วงวันหยุด ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมามากขึ้น และปัญหาอื่นซึ่งสรุปได้ 6 ประเด็นดังนี้

(1.1) ปัญหาในเรื่องการบริหารจัดการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวของจังหวัด การบริหารจัดการในเขตพื้นที่ เขตโบราณสถานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่ผ่านมาและที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน หน่วยงานภาครัฐไม่ว่าจะเป็นกรมธนารักษ์ กรมศิลปากร สำนักงานพระพุทธศาสนา สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมถึงองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ต่างก็มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการในเขตโบราณสถานซึ่งเป็นพื้นที่เดียวกัน หน่วยงานแต่ละหน่วยมีกฎหมายหลักของแต่ละหน่วยงานอยู่แล้ว อาทิ พ.ร.บ.โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ.2504 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ.2535) พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540 พระราช

บัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ.2518 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติขุดดินและถมดิน พ.ศ.2543 พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ.2552 คำสั่งกระทรวงวัฒนธรรมที่ 157/2547 เรื่องแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ.2504 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ.2535) หน่วยงานที่มีอำนาจในการบริหารจัดการโบราณสถาน โบราณวัตถุ ในบริเวณเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้น ไม่ใช่เป็นอำนาจของกรมศิลปากรเพียงหน่วยงานเดียวที่มี อำนาจตามพระราชบัญญัติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ.2504 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ.2535) แต่ยังมีกฎหมายฉบับอื่นๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว ต่างก็ยึดถือกฎหมายของตนเอง ทำให้ประชาชนซึ่งอยู่ในเขตรับผิดชอบดังกล่าว ได้รับการบริการล่าช้าเพราะต้องผ่านการอนุมัติ อนุญาต หลายหน่วยงาน

โดยในการ Focus Group Discussion มีผู้กล่าวว่าปัญหาเรื่องการขออนุญาตสร้างบ้านในเขตเกาะเมืองซึ่งเป็นพื้นที่ของกรมธนารักษ์นั้น ต้องยื่นผ่านสามหน่วยงาน โดยเริ่มตั้งแต่ (1) ติดต่อขออนุญาตทางอุทยาน เมื่ออุทยานตรวจสอบแล้วมีความเห็นว่าก่อสร้างได้ (2) กรมธนารักษ์ก็จะติดต่อไปทางเทศบาล เมื่อทางเทศบาลพิจารณาแล้วอนุญาตได้ (3) กรมธนารักษ์จึงออกใบอนุญาตแจ้งให้ผู้เช่าดำเนินการก่อสร้างได้ โดยอาจต้องใช้เวลาถึงหนึ่งปีเศษถึงจะได้ก่อสร้าง

เส้นเวลาแห่งพัฒนาการของการบริหารจัดการนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา



ภาพ 3 เส้นเวลาแห่งพัฒนาการของการบริหารจัดการนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

(1.2) ปัญหางบประมาณในบริหารจัดการหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ ได้ให้ความเห็นว่าในส่วนของแผนแม่บทซึ่งเริ่มใช้ใน ปี 2561 ซึ่งจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะได้รับสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการประมาณ 1,200 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นการใช้จ่ายสำหรับค่าชดเชย ในการเวนคืนหรือย้ายชาวบ้านที่พักอาศัยออกจากพื้นที่หรือบริเวณโบรานสถาน ทำให้เหลืองบประมาณในจำนวนไม่มากในการดำเนินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาคิดว่าน่าจะส่งผลกระทบต่องบประมาณในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวได้ตามแผนพัฒนาที่ได้กำหนดไว้ ส่วนในห้วงระยะเวลาอีก 10 ปี ข้างหน้าตามแผนแม่บทโครงการอนุรักษ์และพัฒนานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาฉบับปรับปรุงพุทธศักราช 2559 ได้มีการกำหนดงบประมาณในการดำเนินการประมาณ 4,000 ล้านบาท ความเห็นของกรมศิลปากรจะสามารถได้งบประมาณแต่ละปีตามที่กำหนดไว้ในแผนหรือไม่ ซึ่งหากไม่ได้รับการจัดสรรตามแผนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องมีแผนสำรองเอาไว้รองรับความเสี่ยง ที่อาจไม่ได้รับสนับสนุนงบประมาณตามแผน หรืออาจได้รับน้อยกว่าจำนวนระบุไว้ในแผน

จากอดีตที่ผ่านมา จะได้รับงบประมาณ ตามแผนที่เสนอไม่ถึง 1/3 ของงบประมาณที่เสนอไป แต่ได้รับเงินสนับสนุนจากภาคเอกชน และต่างประเทศ ซึ่งเล็งเห็นความสำคัญของการเป็นเมืองมรดกโลก จึงทำให้ช่วงวิกฤติการณ์ที่ผ่านมาสามารถมีงบประมาณในการบริหารจัดการแก้ไขปัญหาให้สำเร็จลุล่วงไปได้ระดับหนึ่ง

แต่ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ว่าราชการจังหวัดท่านปัจจุบัน ทราบว่าไม่มีปัญหาในเรื่องงบประมาณแผ่นดิน รัฐบาลสามารถจัดสรรงบประมาณได้ ตามแผนแม่บทโครงการอนุรักษ์และพัฒนานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ระยะที่ 2 ปี พ.ศ.2560–2569 ที่กำหนดไว้

(1.3) ปัญหาความร่วมมือและการมีจิตสำนึกร่วมกัน ปัญหาความร่วมมือและการมีจิตสำนึกร่วมกันของชุมชนที่พักอาศัยในพื้นที่โบราณสถาน รวมถึงผู้ประกอบการขายสินค้า หรือบริการ โดยจากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ชาวบ้านที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่ของโบราณสถานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าพวกเค้าต้องมีกรรมสิทธิ์ในพื้นที่และตั้งใจว่าจะไม่ยอมย้ายออกไปสร้างบ้านหรือพักอาศัยในพื้นที่ ที่ทางจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจัดสรรให้ เนื่องจากทุกคนพักอาศัยอยู่ในพื้นที่ติดต่อกันมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษย่อมต้องมีสิทธิ์ในพื้นที่ที่ตระกูลและบรรพบุรุษครอบครองสืบต่อกันมา การก่อสร้างหรือการต่อเติมที่พักอาศัยที่ไม่เป็นไปตามระเบียบที่กรมศิลปากรกำหนด อาทิ สิ่งปลูกสร้างมีความสูงเกินกว่าข้อกำหนด รูปแบบและสีของหลังคา รวมถึงสีของอาคารไม่เป็นไปตามข้อกำหนด เป็นต้น หากมองเพียงในมุมของการอนุรักษ์โบราณสถานหรืออนุรักษ์มรดกโลกชาวบ้านที่พักอาศัยอยู่ในเขตโบราณสถานจะกลายเป็นผู้ไม่มีจิตสำนึกที่ดีต่อชุมชน แต่หากมองในมุมของมนุษยธรรมก็คงต้องผ่อนผันให้ชาวบ้านพักอาศัยอยู่ในพื้นที่ของตนต่อไปได้ส่วนปัญหาในเรื่องความร่วมมือของชุมชนหรือร้านค้าที่ยังค้างคาอยู่ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ ปัญหาการตั้งร้านค้าบุกรุกบริเวณข้างวิหารวัดมงคลบพิตรซึ่งยังมีบางส่วนฝ่าฝืนคำสั่งไม่ยอมย้ายออกไปตั้งตามจุดที่ทางจังหวัดจัดสรร ปัญหาการตั้งร้านค้าขายต้นไม้ริมทางที่ถนนป่าโทน บริเวณบึงพระราม และถนนชีกุนทำให้เกิดปัญหาจราจร ปัญหาดำเนินกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดเสียงดังวุ่นวาย ปัญหาการลักขโมยทรัพย์สินของส่วนราชการ การทำลายและขโมยป้ายบอกทางการขโมยสายล่อฟ้า เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้ถือว่าเป็นเรื่องท้าท้ายที่จังหวัดระนครศรีอยุธยา ต้องรีบดำเนินการต่อไปเพื่อมิให้ส่งผลกระทบต่อแนวทางการจัดระเบียบพื้นที่มรดกโลก และส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดต่อไป

ปัญหาการบุกรุกหรือสร้างร้านค้าบดบังทัศนียภาพของอาคารโบราณสถาน ทำให้ขาดความงดงามนั้นส่วนราชการได้กำหนดนโยบายการจัด Zoning สำหรับการท่องเที่ยว มีการจัดตลาดกรุงศรี ซึ่งอยู่ที่ศาลากลางหลังเก่า โดยมีการย้ายตลาดจากบึงพระราม และจากหลังวัดมงคลบพิตรมาอยู่ที่นี่ ในช่วงเย็นและค่ำ จัดให้มีถนนคนเดินที่หน้าตลาดกรุงศรี พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งขณะนี้รัฐบาลได้ให้งบประมาณมาหมู่บ้านละ 5 ล้านบาท เพื่อสร้างความเข้มแข็งตลาดภายในเพื่อเชื่อมโยงไปตลาดภูมิภาคและต่อยอดสู่ตลาดสากล มีการกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีโครงการตลอดทั้งปี เดือนละ 3 กิจกรรม เช่น วันนายขนมต้ม มีการแข่งขันกีฬา เช่นการแข่งขันชกมวยไทยไฟท์ งานยอยศ เป็นต้น รวม 36 กิจกรรม (จากการสัมภาษณ์ ข้าราชการระดับสูง)

เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าไปที่ศูนย์การท่องเที่ยวที่ศาลากลางหลังเก่า ซึ่งจะเป็นห้องแสดงสีเสียงแนะนำโบราณสถานต่าง ๆ ก่อน และหากนักท่องเที่ยวจะซื้อของที่ระลึกก็สามารถหาซื้อของได้ที่ตลาดกรุงศรีนี้ เป็นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับชุมชนด้วยผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหาการบุกรุกหรือสร้างร้านค้าบดบังทัศนียภาพของอาคารโบราณสถานไปได้ในขณะนี้

(1.4) ปัญหาความเสื่อมโทรมของสถานที่ท่องเที่ยวแม้ว่าจะจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะเป็นเมืองเก่าและเป็นพื้นที่ที่มีการควบคุมสิ่งก่อสร้างภายในเมืองก็ตาม แต่ก็ไม่สามารถห้ามการพัฒนาและความเจริญในท้องถิ่นได้ เพราะจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นพื้นที่เมืองใหม่ ทับซ้อนอยู่บนพื้นที่เมืองเก่า วิถีของผู้คนยังคงดำเนินไปในพื้นที่อนุรักษ์นี้ ทำให้บางครั้งมุมมองของคนท้องถิ่นในเรื่องการพัฒนาเมือง อาจขัดแย้งกับแนวทางในการอนุรักษ์โบราณสถานตามที่กฎหมายและอนุสัญญามรดกโลกกำหนดเอาไว้ ปัจจุบันยังพบว่ามีการบุกรุกและการอ้างกรรมสิทธิ์ของตนในที่ดินภายเขตบริเวณโบราณสถาน มีการปลูกสร้างอาคารทับซ้อนเข้าไปในโบราณสถานย่านการค้าโบราณ

แนวถนน และคูคลอง การต่อเติมร้านค้าและดัดแปลง รื้อถอนที่อยู่อาศัยที่พระวิหารวัดมงคลบพิตรไม่เป็นไปตามระเบียบที่กรมศิลปากรกำหนด นอกจากนี้ยังมีสิ่งก่อสร้างไม่ว่าจะเป็นการซ่อมแซมถนน ขยายถนน สร้างสะพาน เสาไฟฟ้าที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการพัฒนา และรองรับความเจริญมาสู่ประชาชนแต่เป็นการปลูกสร้างที่ทับซ้อนในพื้นที่ของโบราณสถาน อีกทั้งยังมีการตั้งร้านค้าขายต้นไม้ริมทางที่ถนนป่าโทน และถนนชีกุนทำให้เกิดปัญหาจราจร ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ขยะมูลฝอยสะสม น้ำเน่าเสีย และวัชพืชที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ห้องน้ำสาธารณะที่บริการในโบราณสถานที่ ขาดการดูแลรักษาความสะอาด ไม่มีการบำรุงรักษาสภาพภูมิทัศน์ของโบราณสถานให้คงสภาพเดิม และยังมีปัญหาภัยธรรมชาติน้ำท่วมที่กัดเซาะแนวกำแพงที่ส่งผลให้โครงสร้างหลักโบราณสถาน ความชื้นและความแห้งแล้วจากสภาพภูมิอากาศที่เข้าไปกัดกร่อนส่งผลให้โบราณสถานชำรุดผุพังไปตามกาลเวลา ปัญหาเหล่านี้นำมาซึ่งความเสื่อมโทรมและทำให้ความงดงามของสถานที่ท่องเที่ยวรวมถึงโบราณสถานของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาลดลง จนอาจส่งผลต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวในอนาคต

(1.5) ปัญหาความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและการรักษาปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับนักท่องเที่ยว ปัญหาความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกการรักษาปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับนักท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นปัญหาที่สำคัญ โดยที่ผ่านมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ดำเนินการเพิ่มแสงสว่างตามแนวถนนเพื่อบริการให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาชมพระอาทิตย์ตกดินที่วัดไชยวัฒนาราม รวมถึงเป็นการเพิ่มความปลอดภัยในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว แต่มีปัญหาเรื่องการดูแลรักษาและการชำระค่าไฟฟ้า ที่ยังไม่มีหน่วยงานใดรับผิดชอบ, ปัญหาการบริการรถรางเพื่อชมทัศนียภาพรอบเมือง และ เพื่อลดจำนวนรถทัวร์ขนาดใหญ่ไม่ให้เข้าไปส่งผลให้เกิดแรงสั่นสะเทือนกระทบต่อตัวโบราณสถาน แต่จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีรถรางไม่เพียงพอต่อจำนวนท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวต้องรอคอยเป็นเวลานาน ส่งผลกระทบต่อโปรแกรมท่องเที่ยวที่บริษัททัวร์ได้แจ้งให้นักท่องเที่ยว และยังส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรถทัวร์ที่ต้องการให้บริการนักท่องเที่ยว ปัญหาความไม่พร้อมของทางรถจักรยานที่ทางจังหวัดส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเช่าจักรยานปั่นชมทัศนียภาพบริเวณเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาที่บางส่วนมีการชำรุดเสียหาย มีการวางสิ่งของกีดขวาง และความต่อเนื่องของเส้นทางจักรยาน ปัญหาการชำรุดเสียหายของทางเดินทางและฝาปิดท่อระบายน้ำในบริเวณทางเดินเท้าที่จะพบว่าเปิดทิ้งไว้หลายจุดที่เกิดความปลอดภัยในการเดินทางของนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในชุมชน ปัญหาข้อมูลบริการการท่องเที่ยวกรณีป้ายบอกเส้นทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ที่ไม่มีจำนวนไม่เพียงพอ ไม่มีการตรวจสอบความถูกต้องของป้าย เป็นต้น ซึ่งหากเทียบกับปัญหาอื่นที่ได้กล่าวมาแล้ว ปัญหาความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและการรักษาปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับนักท่องเที่ยวอาจมองได้ว่าเป็นเพียงปัญหาเล็กที่ยังไม่ต้องดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วน แต่หากพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดกับนักท่องเที่ยวโดยตรงก็น่าเป็นห่วงว่าในระยะเวลาอันใกล้จะส่งผลกระทบกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างแน่นอน

(1.6) การมีส่วนร่วมในการบริหารการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากสภาพปัญหาการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่กล่าวมาแล้วในข้างต้น อาทิ การบริหารจัดการอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวของจังหวัด งบประมาณในบริหารจัดการ ความร่วมมือและการมีจิตสำนึกร่วมกันของ ความเสื่อมโทรมของสถานที่ท่องเที่ยว ความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและการรักษาปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับนักท่องเที่ยว ผู้ศึกษาพิจารณาเห็นว่า ปัญหาที่สำคัญหรือเป็นต้นเหตุและอุปสรรคในการพัฒนาส่งเสริม การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ ปัญหาการประสานงานและการบริหารจัดการ ในการใช้อำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวของจังหวัด ทางออกในการแก้ไขปัญหาในการบริหารจัดการ คือ การบูรณาการให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต้องอาศัยหน่วยงานจากภาครัฐอย่างองค์กรบริหารส่วนจังหวัดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กรมศิลปากร องค์กรเอกชน นักท่องเที่ยว รวมถึงประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่จะต้องร่วมมือกันประสานกันทำงานตามแผนงานอย่างเป็นระบบ โดยจากการสังเคราะห์ผู้ศึกษาขอสรุปแยกประเด็นการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ออกเป็น 2 ส่วน คือ

(1) การมีส่วนร่วมในระดับหน่วยงานกับหน่วยงาน และ (2) การมีส่วนร่วมในระดับหน่วยงานกับชุมชนที่พักอาศัยหรือผู้ประกอบการในพื้นที่

สภาพปัญหาการท่องเที่ยว ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่กล่าวมาแล้ว ผู้ศึกษาพิจารณาเห็นว่าปัญหาที่สำคัญหรือเป็นต้นเหตุแห่งปัญหาทั้งหมดในการบริหารการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ ปัญหาการบริหารจัดการอำนาจหน้าที่ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวของจังหวัด สอดคล้องกับความเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากการสัมภาษณ์ ท่านหนึ่งมีความเห็นว่าแต่ละหน่วยงานต่างมีกฎหมาย ระเบียบ ข้อปฏิบัติของตนเอง เกิดการทับซ้อนในการปฏิบัติหน้าที่ ทำให้ไม่สามารถบังคับใช้หรือปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นว่าปัญหาดังกล่าวไม่เพียงแต่เป็นปัญหาในระดับจังหวัดเท่านั้นแต่เป็นปัญหาของ ระดับชาติ การแก้ปัญหาในเรื่องของการมีกฎหมายหลายฉบับ บังคับใช้ในพื้นที่เดียวกันนั้น ต้องแก้ปัญหาด้วยการบูรณาการการทำงานร่วมกันของทุกหน่วย โดยจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะต้องเป็นศูนย์กลางของการบูรณาการให้หน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบให้มีความรับผิดชอบให้มีความชัดเจน เพื่อให้สามารถร่วมกันทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่แนวทางและวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งทางออกในการแก้ไขปัญหาในการบริหารจัดการ คือการบูรณาการให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยต้องอาศัยหน่วยงานจากภาครัฐ อย่างองค์กรบริหารส่วนจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กรมศิลปากร องค์กรเอกชน รวมถึงประชาชนในพื้นที่หรือในท้องถิ่นจะต้องร่วมมือกันประสาน ร่วมกันทำงานตามแผนงานอย่างเป็นระบบ ภายใต้ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของชุมชน โดยให้ประชาชนได้รับสิทธิประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องได้รับการสนับสนุนทรัพยากรทางการบริหาร ที่จำเป็นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยการมีส่วนร่วมในการบริหารการท่องเที่ยวของหน่วยงาน ชุมชน สมาชิกของชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมในระดับหน่วยงาน กับหน่วยงานหรือการมีส่วนร่วมในระดับหน่วยงานกับชุมชนในพื้นที่ ต้องมีการกระตุ้นและสร้างความตระหนักให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมที่หน่วยงานทุกภาคส่วนร่วมกันกำหนดขึ้น รวมถึง ร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้มีการพัฒนาอย่างมีประสิทธิผลในด้านการอนุรักษ์มรดกไทย รายได้จากการท่องเที่ยว และการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว อันนำไปสู่การพัฒนาการท่องอย่างยั่งยืน

ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่า แนวทางที่จะสามารถบรรลุถึงจุดมุ่งหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้นั้น ต้องอาศัยปัจจัยในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ที่จะต้องผ่านการร่วมกันคิด ร่วมกันกำหนด ร่วมกันวางแผนของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น นักวิชาการ สื่อมวลชน ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการและสมาชิกของชุมชนในจังหวัด ซึ่งการดำเนินการจะไม่สามารถบรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ได้ หากขาดการร่วมกันปฏิบัติ ร่วมกันดำเนินการตามกระบวนการและแนวทางที่กำหนดไว้ รวมถึงหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนต้องร่วมกันผลักดัน และ ขับเคลื่อนปัจจัยในการบริหารจัดการดังกล่าว โดย ปัจจัยด้านนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ต้องมีกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบเพื่อกำหนดแนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจน มีบุคคลที่เป็นตัวแทนหรือผู้นำของกลุ่มหรือของชุมชนจะต้องมีคุณสมบัติภาวะผู้นำในการดำเนินกิจกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดการการตลาด และ ประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการกระตุ้นจำนวนนักท่องเที่ยว เพิ่มจำนวนเงินในการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกโลก ทางวัฒนธรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์มรดกวัฒนธรรมผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กลับคืนมา และกำหนดให้มีผู้รับผิดชอบดูแลในการปรับปรุงฐานข้อมูล เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้งานอย่างสูงสุด ปัจจัยด้านบริการและความปลอดภัย มีการบริหารจัดการวิธีการเดินทาง ท่องเที่ยว โดยเพิ่มเติมรายละเอียด อาทิ เส้นทางทางลัดจุดเสี่ยงที่อาจเกิดอุบัติเหตุ มีการกำกับดูแลในด้านการให้บริการ และมาตรฐานของวิธีการเดินทางท่องเที่ยวให้เกิดความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว รวมถึงต้องมีการสื่อความหมาย ที่มีประสิทธิภาพโดยผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านคนใน

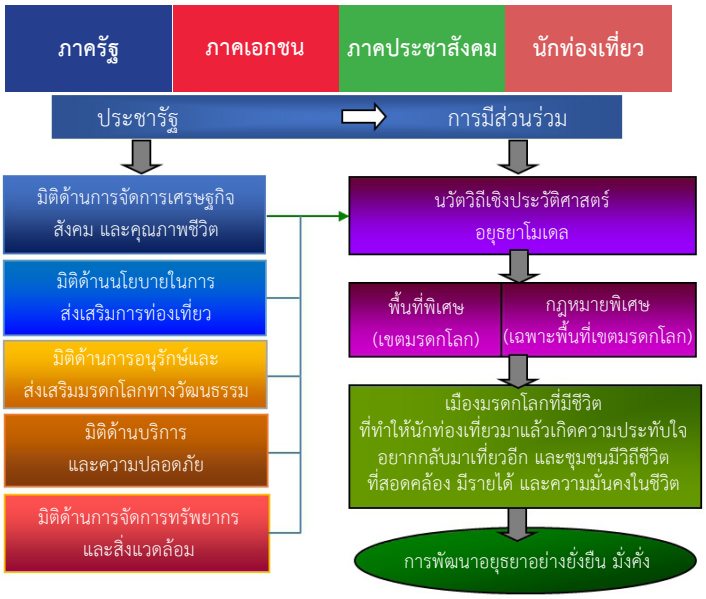
ชุมชนที่พักอาศัยหรือประกอบการในพื้นที่ และอบรมเพิ่มเติมความรู้ทางด้านภาษาให้กับคนในชุมชนเพื่อให้สามารถสื่อสารนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานและองค์กรในพื้นที่ ชุมชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ร่วมกันกำหนดแนวทางการปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหาความเสื่อมโทรมของพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว เพื่อร่วมกันเผยแพร่ ให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรธรรมชาติมีการศึกษาเรียนรู้ วัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนร่วมกับท่องเที่ยว โดยสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนในการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทุกภาคส่วนต้องร่วมกันในการร่วมกันอนุรักษ์ ฟื้นฟูความเสียหายที่เกิดขึ้น ต้องมีหน่วยงานหรือองค์กรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงเพื่อบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีสภาพสวยงามทรงคุณค่าดังเดิม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจอยากพักค้างคืน อยากชวนเพื่อน ชวนญาติพี่น้อง กลับมาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีก

บทสรุป ในปี พ.ศ.2560 ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวทั่วโลก จำนวนหนึ่งพันล้านคนต่อปีมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 35,381,210 คน ที่มาเยือนประเทศไทย และสร้างรายได้ให้ประเทศเป็นจำนวนเงินถึง 1,824,042.35 ล้านบาท อุทยานประวัติศาสตร์อยุธยา มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนปีละประมาณ 7 ล้านคน แยกเป็นชาวไทยประมาณ 5 ล้านคน ชาวต่างชาติประมาณ 2 ล้านคนโดยจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ.2557 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีรายได้จากการท่องเที่ยว 13,466.66 ล้านบาท แยกเป็นรายได้จากคนไทย 9,013.07 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 67.03 รายได้จากชาวต่างประเทศ 4,433.59 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 32.97 โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2556 จำนวน 1,211.63 ล้านบาท นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด คือ ประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 24.16 รองลงมาคือ ประเทศจีน ร้อยละ 19.55 และประเทศฝรั่งเศส ร้อยละ 11.51 ตามลำดับ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมากที่สุด คือ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พระราชวังบางปะอิน วังช้างแลเพนียด ตามลำดับ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอาจแบ่งเป็นสามกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และญี่ปุ่น ซึ่งซื้อแพ็กเกจทัวร์มาจากต่างประเทศ

กลุ่มที่2 เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งนิยมมาพักสถานที่ยอดนิยมคือตรอกข้าวสาร แล้วซื้อแพ็กเกจทัวร์ราคาถูกจากตรอกข้าวสารเป็นค่าโดยสารรถตู้ (ประมาณ 500 บาท) เพื่อมาเยี่ยมชม โดยเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบไปเช้า-เย็นกลับ

กลุ่มที่ 3 เป็นนักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ (back-packer) มาค้างคืนที่จังหวัดอยุธยา แล้ว เช่าจักรยาน ออกเยี่ยมชมตามสถานที่ต่าง ๆ ปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนพระนครศรีอยุธยา เพราะอุทยานประวัติ-ศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก และอาจกล่าวได้ว่าเสน่ห์ของอยุธยา คือ เป็นเมืองมรดกโลกที่มีชีวิต เพราะเขตโบราณสถานของอยุธยา เป็นเขตที่มีผู้คนอยู่อาศัย และมีการประกอบธุรกิจ ซึ่งมีความพยายามในการจัดการมรดกโลกร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อหาจุดลงตัวที่มรดกโลกชิ้นนี้จะสามารถทำรายได้มหาศาลให้กับประเทศ แต่ในขณะเดียวกันวิถีชีวิตของชาวเมืองอยุธยาต้องได้รับผลกระทบทางด้านลบน้อยที่สุด และชุมชนต้องได้รับประโยชน์และมีรายได้ จากนักท่องเที่ยวที่มาเยือน จึงจะทำให้อยุธยาเป็นเมืองมรดกโลกที่มีชีวิตอย่างยั่งยืนตามแบบ นวัตวิถีเชิงประวัติศาสตร์อยุธยาโมเดล ที่ผู้วิจัยสรุปเป็นข้อค้นพบจากการวิจัย ซึ่งสามารถสรุปเป็นโมเดล ดังแสดงได้ตามภาพที่ 4



ภาพ 4 แบบนวัตวิถีเชิงประวัติศาสตร์อยุธยาโมเดล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (1.1) ควรกำหนดเขตอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาเป็นเขตพื้นที่พิเศษ เช่น เมืองพัทยา หรือกรุงเทพมหานคร เพื่อให้มีกฎหมายพิเศษ ที่ให้อำนาจเจ้าหน้าที่ในการบริการประชาชนเป็นศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) (1.2) ควรมีการบูรณาการร่วมกันของหน่วยงานต่าง ๆ ในจังหวัด เพื่อสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นตามที่ยูเนสโกกล่าวไว้ โดยอาศัยการบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงทำให้แก้ไขปัญหาได้ (1.3) นโยบายการจัดโซนนิ่ง (Zoning) นโยบายการจัดโซนนิ่ง ต้องเน้นให้มีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวทราบนโยบายนี้

2. ข้อเสนอแนะเชิงการบริหาร (2.1) ควรมีการปรับกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพมากขึ้น (2.2) ควรบูรณาการ การปฏิบัติงานระหว่างหน่วยงานที่ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีการบริหารจัดการร่วมกัน (2.3) เร่งรัดการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม ปัญหาเร่งด่วนที่ต้องรีบดำเนินการแก้ไข (2.4) การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Added Value Creation) ให้กับการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์อยุธยา เพราะมรดกโลกเป็นเสมือนอัตลักษณ์ หรือเป็นแบรนด์ที่นักท่องเที่ยวทราบดี

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป เพื่อเป็นการส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลกจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป ผู้ศึกษาเสนอว่าควรมีการศึกษาทำวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับ (3.1) พฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ หรือการท่องเที่ยวรอบสองในแหล่งมรดกโลกจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (3.2) เพื่อหามูลเหตุจูงใจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวที่เดิมอีก (3.3) เพื่อเป็นข้อมูลให้หน่วยงานในภาครัฐหรือภาคเอกชนที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมปรับปรุงรูปแบบ วิธีการท่องเที่ยว การสร้างอัตลักษณ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความประทับใจ

References

Bangmo, S. (2003). *Organization and Management* (3rd ed.). Bangkok: Thammasat University. (in Thai).

Karavekphan, B., et al. (2012). *The new government administration.* Retrieved from http://wiki.kpi.ac.th. (in Thai)

Rainey. H. G., Backoff, R. W., & Levine, C. L. (1976). *Comparing public and private organizations.* New York: McGraw-Hill.

Salobon, S. (2014). *The process of network management, learning and research coordination travel by the community.* Retrieved from http://trf.or.th (in Thai)

UNWTO World Tourism Barometer. (2016). *Strategic "travel" molding revenue year "59 to 2.3 trillion.* Retrieved from https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1451882714&uo=4&at=1l3vbEu.

WTO World Tourism Organization. (2003). *Annual report*. Retrieved from https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/anrep04_e.pd p.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ GEN Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Influencing Money - Saving Dicision of Generation Y in Bangkok a Area

ปทิตตา จำปาเต็ม และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย
Patitta Champatem and Boonyarat Samphanwattanachai
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
Master of Business Administration, Stamford International University

Received: September 3, 2018
Revised: October 3, 2018
Accepted: October 4, 2018

บทคัดย่อ

ปัจจุบันประเทศไทยก้าวสู่สังคมสูงวัย ซึ่งเป็นสังคมที่มีสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ในขณะที่ สัดส่วนของประชากรวัยเด็กและวัยทำงานลดลง ผู้สูงอายุควรมีศักยภาพในการดำรงชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรี การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญยิ่ง กิจกรรมทางสังคมมีหลายประเภทเช่น (1) การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มต่าง ๆ (2) การทำงานในลักษณะจิตอาสา (3) กิจกรรมเสริมรายได้ (4) กิจกรรมนันทนาการ (5) กิจกรรมทางศาสนา (6) กิจกรรมด้านการศึกษา และ (7) กิจกรรมการเป็นผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญา กิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมผู้สูงอายุทั้งด้านสุขภาพ สังคม และเศรษฐกิจ ที่จะทำให้ผู้สูงอายุมีชีวิตความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดี โดยที่ครอบครัว ชุมชน สังคม และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมทั้งในระดับบุคคลและกลุ่ม จัดสรรพื้นที่สาธารณะในการทำกิจกรรมอย่างทั่วถึง เน้นความหลากหลายของกิจกรรม และส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุกับวัยอื่นๆ กิจกรรมทางสังคมเป็นปัจจัยที่สำคัญในการรองรับสังคมสูงวัยของประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร (3) ผลตอบแทนที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร และ (4) สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร วิธีดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวมรวมข้อมูล จากประชากรกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 24-27 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลตอบแทน สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจออมเงิน อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลตอบแทน และสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ผลตอบแทน, สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์, การตัดสินใจ

Abstract

The objectives of this quantitative research study were to (1) the personal characteristics on money-saving decision of generation Y in Bangkok area (2) marketing mix factors on money-saving decision of generation Y in Bangkok area (3) return on money-saving decision of generation Y in Bangkok area and (4) liquidity on money-saving decision of generation Y in Bangkok area. Research Methodology: The sample consisted of data collected from 400 generation Y in Bangkok area through a closed-ended questionnaire survey. Research findings were as follows: The most of respondents are female with 24 - 27 years of age, single, graduated with bachelor's degree, and most of them with a monthly income between 10,001 - 20,000 baht. The overall mean of marketing mix factors, return, liquidity and money-saving decision is at high level. The results of hypothesis testing showed that different of personal characteristics includes status, education and salary influencing money - saving decision of generation Y in Bangkok area differently at the significant level of 0.05. In addition, the marketing mix factors, return and liquidity influencing money-saving decision of generation Y in Bangkok area at the significant level of 0.05

Keywords: ageing society, social activity, the elderly

บทนำ

การออมถือ เป็นการวางแผนจัดสรรทางด้านการเงินอีกรูปแบบหนึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น การออมโดยการถือเงินสดไว้กับตนเอง การซื้อสลากออมสิน ซื้อพันธบัตรรัฐบาล ซื้อทองคำ ซื้อตราสารหนี้ ซื้อกองทุนรวม การทำประกันชีวิต และการฝากเงินไว้กับธนาคารพาณิชย์ (Thailand Economic Digest, 2014) ซึ่งการออมเงินทำให้ผู้ออมมีความมั่งคงทางด้านกระแสรายได้เพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภค หรือการเก็บสะสมสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูงสามารถเปลี่ยนแปลงเป็นเงินสดได้เร็ว โดยการออมส่วนใหญ่มักจะอยู่ในรูปของเงินฝากกับสถาบันการเงินหรือบริษัทเงินทุนจะได้รับผลตอบแทนเป็นอัตราดอกเบี้ยซึ่งเป็นสิ่งจูงใจโดยตรงต่อการออมของผู้บริโภคถ้าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงขึ้น สถาบันการเงินมีความมั่นคง ย่อมเป็นการเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคทำให้เกิดการออมเงินเพิ่มมากขึ้น โดยเงินรับฝากนับเป็นแหล่งระดมเงินหลักของธนาคารพาณิชย์โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของสินทรัพย์รวมของธนาคารพาณิชย์ (สุภาพร คล้ายเกตุ, 2550) ทั้งนี้จากข้อมูลของสำนักนโยบายการออมและการลงทุน กระทรวงการคลัง พบว่า ระดับการออมรวมของประเทศ (GDS) ในไตรมาสที่ 4 ของปี 2559 มีมูลค่าการออมรวมอยู่ที่ 1,168,328 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 3 ซึ่งมีมูลค่าอยู่ที่ 935,092 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 7.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และขยายตัวร้อยละ 24.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า สำหรับการออมรวมต่อ GDP ในไตรมาสที่ 4 ของปี 2559 อยู่ที่ร้อยละ 31.5 ต่อ GDP ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 3 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 26.2 ต่อ GDP (สำนักนโยบายการออมและการลงทุน, 2560)

Gen Y หรือ กลุ่มคนรุ่นใหม่เกิดในช่วง ค.ศ.1981 - 2000 (2524 – 2543) เป็นกลุ่มคนที่มีพลังในตัวเองมาก สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว กล้าแสดงออก มีความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมั่นในตนเองสูง รับมือกับความเปลี่ยนแปลงได้ดี (ศุภรัตน์ ถนอมแก้ว, เกษราภรณ์ สุตตาพงค์ และยุวดี ลีเบ็น, 2559) ถือเป็นผู้บริโภคกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของโลกหรือประมาณหนึ่งในสามของประชากรโลก เมื่อพิจารณากลุ่ม Gen Y ในประเทศไทย โดยเฉพาะประชากรกลุ่ม

Gen Y ในกรุงเทพมหานครนั้นมีความรู้ทางการเงินตั้งแต่อายุยังน้อย โดยรู้วิธีที่จะบริหารจัดการให้เงินงอกเงย ทำให้คนเจเนอเรชั่นนี้ แตกต่างกับคนเจเนอเรชั่นก่อนหน้า เพราะคนกลุ่มนี้ถือว่าใช้เงินเก่งกว่าคนเจเนอเรชั่นก่อน กล่าวคือ 19% ของ Gen Y ใช้เงินมากกว่า 75% ของรายได้ ในขณะที่มี Gen X เพียง 15% และ Baby Boomers เพียง 12% ที่ใช้เงินในสัดส่วนเดียวกัน เมื่อพิจารณาด้านอายุของผู้บริโภคกลุ่มนี้ พบว่า มีอัตราส่วนของ Gen Y ที่ลงทุนในตลาดการเงินค่อนข้างสูง ด้วยความรู้ทางการเงินดังกล่าว ธุรกิจบริการด้านการเงินจึงควรปรับแต่งผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มนี้ตามอุปนิสัยที่มั่นใจในการใช้เงินและลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงได้ พร้อมกันนี้สถาบันการเงินและบริษัทหลักทรัพย์ควรให้ความสำคัญด้านการบริการและ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เป็นพิเศษ เพราะกลุ่ม Gen Y มีมาตรฐานสูง ช่างเลือก และชอบเปรียบเทียบข้อมูลก่อนการตัดสินใจด้วย (SCB Economic Intelligence Center, 2014) จากข้อมูลข้างต้นจึงเป็นผลทำให้ธนาคารต่าง ๆ มีการแข่งขันมากขึ้น อันเนื่องมาจากธนาคารต่าง ๆ พยายามจะตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่ม กลุ่ม Gen Y มีความต้องการกำไรสูงสุดเช่นเดียวกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีเป้าหมายจะรักษามูลค่ากำไร ให้อยู่ในระดับเดียวกับปีที่ผ่านมา และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้เติบโตต่อเนื่องจากวิกฤติการแข่งขันของธนาคารต่าง ๆ ที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างส่วนประสมทางการตลาด สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ และผลตอบแทนทางการเงิน เป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจออมเงินได้โดย “ส่วนประสมทางการตลาด” ถือว่าเป็นเครื่องมือหรืออาจเรียกได้ว่าเป็นตัวแปรทางการตลาดที่ผู้ประกอบธุรกิจควบคุมได้ และใช้วิธีการผสมผสานกันอย่างเหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย อีกนัยหนึ่งยังเป็นตัวกระตุ้น หรือสิ่งเร้าที่ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ซึ่งใช้เครื่องมือประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ราคา (Price) (3) การจัดจำหน่าย (Place) และ (4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงิน ของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาถึงตัวแปรที่จะทำให้กลุ่ม Gen Y ในการตัดสินใจออมเงิน อันได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผลตอบแทน และสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางให้กับธนาคารและสถาบันทางการเงิน ทราบว่าปัจจัยใดสามารถโน้มน้าวให้กลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครการตัดสินใจออมเงินได้มากที่สุด อีกทั้งยังสามารถปรับปรุงกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ตามที่องค์กรได้ตั้งไว้ ให้ประสบผลสำเร็จเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาผลตอบแทนที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งทำการศึกษาประเด็นปัจจัยส่วนประสมการตลาด ซึ่งอดุลย์ จาตุรงคกุล (2543) กล่าวถึง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P’s) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ เช่นเดียวกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น. 80) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจ โดยการบริโภคหรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขายนั้น สามารถเป็นได้ทั้งในรูปแบบของการมีตัวตนและ/หรือการไม่มีตัวตนก็ได้ เพียงแต่ว่าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จำเป็นต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) และมีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าซึ่งเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เหล่านั้น (2) ด้านราคา (Price) ราคา หมายถึง จำนวนเงินตราที่

ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้าและ/หรือบริการนั้น ๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution) หมายถึง วิธีการที่จะนำสินค้าและ/หรือบริการนั้น ๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ ทั้งนี้ความสำคัญของทำเลที่ตั้ง จะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจแต่ละประเภท และ (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างความจูงใจ (Motivation) ความคิด (Thinking) ความรู้สึก (Feeling) ความต้องการ (Need) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ในสินค้าหรือบริการ โดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ซึ่งการจะใช้เครื่องมือในรูปแบบใดนั้น จะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย

นอกจากนี้ อภิชาติ พงศ์สุพัฒน์ (2550) ได้อธิบายถึงผลตอบแทนจากการออมเงินว่าเกิดจากการถือหลักทรัพย์ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง คือเงินสดที่ได้รับจากความเป็นเจ้าของ (เช่น เงินปันผล ดอกเบี้ย) บวกด้วยการเปลี่ยนแปลงของราคาตลาด โดยผลตอบแทน จะประกอบไปด้วย (1) เงินปันผล (Dividend) คือ เงินส่วนแบ่งกำไรจากการดำเนินงานรายปีของกิจการ พิจารณาจัดสรรโดยที่ประชุมใหญ่ผู้ถือหุ้น ที่จัดให้มีขึ้นภายหลังจากการรับรองงบดุลและงบการเงินของกิจการ ซึ่งส่วนใหญ่จะประมาณเดือนเมษายนของทุกปี กฎหมายกำหนดให้กิจการต้องจัดให้มีประชุมใหญ่ผู้ถือหุ้นปีละหนึ่งครั้ง ภายในสี่เดือนนับจากวันสิ้นสุดปีบัญชี และไม่เกินรอบ 12 เดือน นับจากวันที่ประชุมครั้งหลังสุด (2) กำไรส่วนเกินทุน (Capital gain) คือ เงินได้ที่เกิดขึ้นจากผลต่างของราคาขายหลักทรัพย์ที่สูงกว่าราคาทุน เช่นเดียวกับ รัชนีกร วงศ์จันทร์ (2553, น. 6) กล่าวว่า ในการออมเงินเพื่อไว้ใช้จ่ายในอนาคต หากต้องการให้เงินออมนั้นงอกเงยเร็วขึ้นก็ต้องนำเงินออมที่เก็บสะสมไว้ไปลงทุนให้เกิดผลประโยชน์สูงขึ้น และเพิ่มความมั่งคั่งของบุคคลให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งแนวคิด Risk and Return Tradeoff หรือ การแลกเปลี่ยนชดเชยระหว่างความเสี่ยงและผลตอบแทน ระบุไว้ว่า บุคคลจะเลือกนำเงินไปประกอบธุรกรรมที่สร้างผลตอบแทนสูงสุด และจะหลีกเลี่ยงธุรกรรมที่มีความเสี่ยงมากกว่า แต่ไม่ได้ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าธุรกรรมที่มีความเสี่ยงต่ำ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าบุคคลจะเสี่ยงเลือกธุรกรรมที่มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น เมื่อเล็งเห็นผลตอบแทนที่คาดหวังสูงเพียงพอที่จะสามารถชดเชยความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นได้ ในขณะที่ผู้ที่ไม่กล้าเสี่ยงก็จะเลือกธุรกรรมที่มีความเสี่ยงต่ำแม้จะให้ผลตอบแทนต่ำก็ตาม

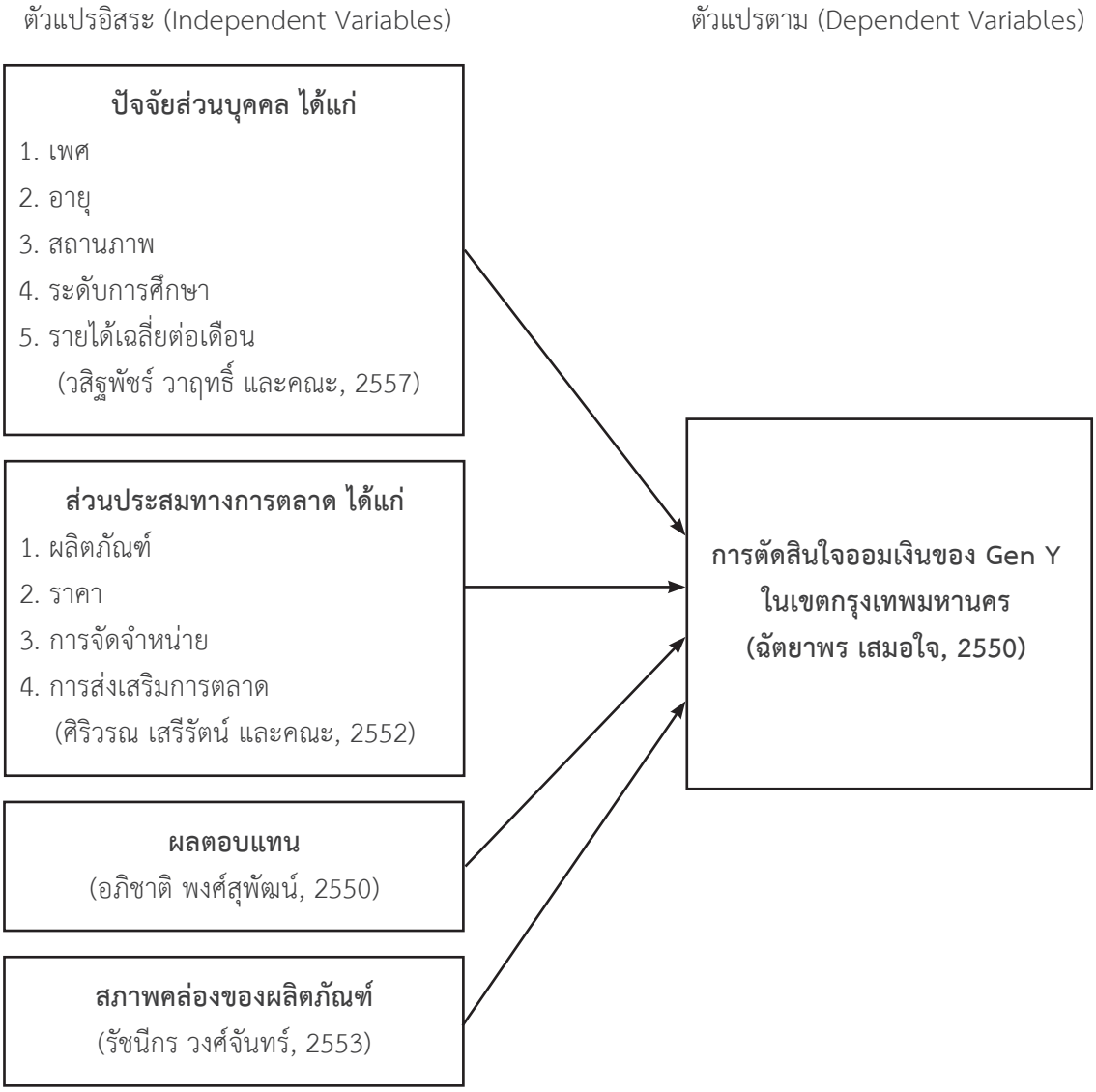
และการศึกษาเกี่ยวกับ สภาพคล่อง (Liquidity Needs) รัชนีกร วงศ์จันทร์ (2553, น. 3) กล่าวว่า การจับจ่ายใช้สอยเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของทุกคน ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายพื้นฐาน เช่น ค่าอาหาร ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าน้ำมันรถ หรือค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอื่น ๆ อาทิ ค่าเบี้ยประกัน ค่ารักษาพยาบาล และค่าซ่อมแซมบำรุงรักษาเครื่องใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ บุคคลจึงต้องมีเงินสดที่สามารถนำมาใช้ได้อย่างสะดวกและเพียงพอต่อค่าใช้จ่ายต่าง ๆ หากมีเงินสดไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแล้วจะนำไปสู่ปัญหาการขาดสภาพคล่อง หรือเงินสดขาดมืออันจะนำมาซึ่งปัญหาการก่อภาระหนี้สินได้ในที่สุด ดังนั้นแล้วประชาชนจะต้องมีเงินเอาไว้ใช้จ่ายในชีวิตประจำวันซึ่งควรจะพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2553) (1) การจัดสรรเงินออมเพื่อมาลงทุนในสัดส่วนที่เหมาะสม เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดสภาวะการขาดสภาพคล่องเมื่อมีความจำเป็นในการใช้เงินอย่างคาดไม่ถึง เช่น เจ็บป่วยหรืออุบัติเหตุฉุกเฉิน (2) ระยะเวลาของการเงิน ประชาชนจะจัดการให้สอดคล้องกับจังหวะของการจับจ่ายใช้สอยเงินนั้น ดังนั้นการจัดสัดส่วนควรเป็น ระยะสั้น ระยะปานกลาง หรือระยะยาว ตามความต้องการของแต่ละบุคคล และ (3) การรับดอกผลจากการลงทุน ประชาชนควรมีความชัดเจนว่าต้องการรับผลตอบแทนจากการลงทุนแบบใด เช่น ต้องการรับผลตอบแทนเป็นระยะ ๆ ทุก ๆ ไตรมาส หรือต้องการให้เงินที่ลงทุนเติบโตอย่างยั่งยืนโดยไม่รับผลตอบแทนระหว่างทางเลย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ผลที่ได้จากการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงิน ของ Gen Y มีด้วยกันหลากหลายดังนี้ อภิษฐา เดชะกุลกำจร (2558) พบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสินสาขามหาดไทยโดยรวมแตกต่างกัน เช่นเดียวกันกับ เนษพร นาคสีเหลือง และสุภา ทองคง (2559) พบว่า

เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรสมีผลต่อรูปแบบการออมประเภทอื่น ๆ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อรูปแบบการออมประเภทเงินฝาก อายุ ระดับการศึกษา รายได้และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีผลต่อรูปแบบการออมประเภทตราสารหนี้ และอายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรสมีผลต่อรูปแบบการออมประเภทอสังหาริมทรัพย์ ความถี่ในการออมมีผลต่อรูปแบบการออมประเภทเงินฝากและตราสารทุนจำนวนเงินออมและระยะเวลาการออมมีผลต่อรูปแบบการออมทุกประเภท รวมทั้ง อัตราผลตอบแทนมีผลต่อรูปแบบการออมประเภทเงินฝากและการออมรูปแบบอื่น ส่วน ดาราภรณ์ โคสิริวิวัฒน์ (2558) อธิบายว่า สาเหตุสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจออม มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระดับชั้นยศ สถานภาพสมรส จำนวนคนที่อยู่ในความดูแล รายได้รวมต่อเดือน และค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือน โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการออมเงินเพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายยามฉุกเฉินมากที่สุด ในขณะที่ วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล (2557) พบว่า เพศ ระดับการศึกษาของบิดา ฐานะทางการเงินของครอบครัวและเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองไม่มีผลในการทำนายพฤติกรรมการออมของนักศึกษา

นอกจากนี้ อภิชา แสนเมือง, ภณิตา สุนทรไชย และนิศารัตน์ โชติเชย (2559) ยังพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ธกส มอบรัก 1/1 โดยรวม (DMT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 00.05 เช่นเดียวกับ ปิยพร อำมสุทธิ์ และชุติมาวดี ทองจีน (2558) พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านผลตอบแทน และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมโดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ผลตอบแทน ความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 รวมทั้ง อนงค์นุช เทียนทอง และกัญญารัตน์ วงษ์ชมภู (2554) พบว่า ปัจจัยที่ที่เป็นตัวกำหนดการออมและการลงทุนผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยความมั่นคงของสถาบันการเงิน และปัจจัยผลตอบแทนจากการลงทุน ส่วน วิไลพร ทัดเทียม (2558) อธิบายว่า ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ คือภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน

กรอบแนวความคิด



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ผลตอบแทน ได้แก่ เงินปันผลหรือดอกเบี้ยรับ กำไรส่วนเกินทุน มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การจัดสรรเงินออมเพื่อมาลงทุนในสัดส่วนที่เหมาะสม ระยะเวลาของการเงิน การรับดอกผลจากการลงทุน มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตงานวิจัย

การกำหนดขอบเขตของการวิจัยนี้จะอธิบายในประเด็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็น กลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จากข้องมูลของระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย พบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 20 - 36 ปี มีจำนวนทั้งสิ้น 1,314,586 คน (กรมการปกครอง, 2560) โดยทำการขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรในการคำนวณ ของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมให้มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 5% (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามที่ใช้ในงานวิจัย

การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจะกำหนดตัวแปร 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลตอบแทน และสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ระยะเวลาในการศึกษา ระหว่างเดือน สิงหาคม ถึง เดือน เมษายน พ.ศ. 2561

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็น กลุ่ม Gen Y เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - 2540 ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งจากข้องมูลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 20 - 36 ปี มีจำนวนทั้งสิ้น 1,314,586 คน (กรมการปกครอง, 2560) โดยทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรในการคำนวณ ของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมให้มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 5% (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) ได้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 400 คน

2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลากเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครเป็น 50 เขตการปกครอง ให้เหลือเพียง 5 การปกครอง ได้แก่ เขตจตุจักร เขตปทุมวัน เขตพระโขนง เขตบางรัก และเขตห้วยขวาง

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจากเขตที่เป็นตัวแทนของกลุ่มที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 โดยใช้เกณฑ์ประชากรทั้งหมดที่จะทำการสุ่มตัวอย่าง คือ 400 คน ซึ่งจะได้สัดส่วนของจำนวนตัวอย่างแต่ละเขต ดังนี้ เขตจตุจักร 147 คน เขตปทุมวัน 46 คน เขตพระโขนง 89 คน เขตบางรัก 35 คน และเขตห้วยขวาง 83 คน

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่ม Gen Y ที่มีอายุระหว่าง 20 – 36 ปี ในเขตต่าง ๆ ที่สุ่มได้จากขั้นตอนที่ 1

3. เครื่องมือในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามทำการปรับปรุงจาก เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจออมเงิน ได้แก่ วิไลพร ทัดเทียม (2558); ดาราภรณ์ โคสิริวิวัฒน์ (2558); อภิชา แสนเมือง, ภณิตา สุนทรไชย และนิศารัตน์ โชติเชย (2559); อภิษฐา เดชะกุลกำจร (2558); เนษพร นาคสีเหลือง และสุภา ทองคง (2559); วรเวศม์ สุวรรณระดา และ สมประวิณ มันประเสริฐ (2552); ปิยพร อำมสุทธิ์ และชุติมาวดี ทองจีน (2558) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามประกอบไปด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยเป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่ง

เป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลผลตอบแทน ได้แก่ เงินปันผลหรือดอกเบี้ยรับ กำไรส่วนเกินทุน โดยเป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การจัดสรรเงินออมเพื่อมาลงทุนในสัดส่วนที่เหมาะสม ระยะเวลาของการเงิน การรับดอกผลจากการลงทุน โดยเป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

นอกจากนี้แบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ได้ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง โดยใช้การวิเคราะห์ Factor Analysis โดยใช้สถิติ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) และ Bartlett's test of Sphericity เพื่อทดสอบสมมติฐานความเหมาะสมของข้อมูลใน 30 ข้อคำถาม พบว่าค่า KMO เท่ากับ 0.946 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.80 และมีค่าสถิติของ Bartlett's test of Sphericity เท่ากับ 0.000 แสดงว่าข้อมูลดังกล่าวสามารถใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยได้ดี (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551, น. 262) ผลการวิเคราะห์ Factor Analysis พบว่ามีค่า Rotated Component Matrix ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลตอบแทน และสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ ของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สามารถแบ่งได้ 6 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลตอบแทน และด้านสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและแบบสอบถามที่ทำการศึกษา นอกจากนี้ผลการวัดค่าความเชื่อมั่นพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเมื่อนำไปใช้กับกลุ่มทดลอง จำนวน 30 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.840 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเมื่อนำไปใช้กับกลุ่มทดลอง จำนวน 400 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.952

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามซึ่งเป็นออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่ออธิบายข้อมูลในส่วนข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เพื่อทดสอบความมีอิทธิพลหรือการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression) ซึ่งการทดสอบสมมติฐานทั้ง 4 ข้อ จะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

1. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผลตอบแทน สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจออมเงิน ของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 1

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผลตอบแทน สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y

	$\bar{X}$	SD	การแปลผล
1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	4.00	0.751	0.751
2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	3.74	0.918	0.918
3. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.10	0.774	0.774
4. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	3.68	0.828	0.828
5. ผลตอบแทน	3.74	0.878	0.878
6. สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์	3.85	0.805	0.805
7. การตัดสินใจออมเงินของ Gen Y	3.77	1.153	1.153

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษา ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผลตอบแทน สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจออมเงิน ของ Gen Y พบว่า ทุกปัจจัยมีระดับความคิดเห็นในระดับมากทุกปัจจัย โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบ สมมติฐาน 1 โดยใช้การวิเคราะห์ T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) ได้ผลดังนี้

ตาราง 2

ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

	N	Mean	Std. Deviation	t	df	p-value
ชาย	88	3.57	1.192	-1.864	398	0.063
หญิง	312	3.83	1.138			

ตาราง 3

ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	3.695	4	0.924	0.719	0.579
	ภายในกลุ่ม	507.545	395	1.285		
	รวม	**511.240**	**399**			

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษา พบว่า ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุไม่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 4

ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการแต่งงานที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
สถานภาพการแต่งงาน	ระหว่างกลุ่ม	3.093	4	0.773	1.669	0.156
	ภายในกลุ่ม	183.004	395	0.463		
	รวม	**186.098**	**399**			

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษา พบว่า ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการแต่งงานไม่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 5

ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	3.157	4	0.789	2.582	0.037*
	ภายในกลุ่ม	120.741	395	0.306		
	รวม	**123.898**	**399**			

*significant at the 0.05 level

ตาราง 6

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\overline{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท
		3.42	3.86	3.74	4.50
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.42	-			
ปริญญาตรี	3.86	0.435*	-		
ปริญญาตโท	3.74	0.317	0.119	-	
สูงกว่าปริญญาโท	4.50	1.077	0.642	0.761	-

*significant at the 0.05 level

จากตารางที่ 6 พบว่า ความแตกต่างของผู้ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมากกว่ากลุ่มปริญญาตรี

ตาราง 7

ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร (One-Way ANOVA)

การตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	16.054	4	4.014	3.304	0.011*
	ภายในกลุ่ม	479.843	395	1.215		
	รวม	**495.898**	**399**			

*significant at the 0.05 level

จากตารางที่ 7 ผลการศึกษา พบว่า ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Post Hoc แบบ LSD ปรากฏผลดังตารางที่ 7

ตาราง 8

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่

รายได้	$\overline{X}$	ต่ำกว่า/เท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	50,001 บาท ขึ้นไป
		3.36	3.75	4.00	4.10	3.62	4.00
ต่ำกว่า/เท่ากับ 10,000	3.36	-					
10,001-20,000 บาท	3.75	0.382*	-				
20,001-30,000 บาท	4.00	0.635*	0.253	-			
30,001-40,000 บาท	4.10	0.739*	0.356	0.103	-		
40,001-50,000 บาท	3.62	0.260	0.122	0.375	0.478	-	
50,001 บาท ขึ้นไป	4.00	0.635	0.253	0.000	0.103	0.375	-

*significant at the 0.05 level

จากตารางที่ 8 พบว่า ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ คือ กลุ่มต่ำกว่า/เท่ากับ 10,000 บาท มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมากกว่ากลุ่ม 10,001-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบ สมมติฐานที่ 2 โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้ผลดังนี้

ตาราง 9

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	B	Std.Err	Beta	t	p-value
Constant	0.617	0.254		2.432	0.015
ผลิตภัณฑ์	0.314	0.084	0.205	3.750	0.000*
ราคา	0.411	0.063	0.329	6.519	0.000*
ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.214	0.080	0.145	2.665	0.008*
การส่งเสริมการตลาด	0.195	0.064	0.141	3.058	0.002*

Note: R^2 = 0.686, AR^2 = 0.471, F= 87.779, * Significant at the 0.05 level

ผลการทดสอบ สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (p-value = 0.000) ด้านราคา (p-value = 0.000) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (p-value = 0.008) และด้านการส่งเสริมการตลาด (p-value = 0.002) มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านราคา (Beta = 0.329) มีอิทธิพลในทางบวกต่อการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Beta = 0.205) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Beta = 0.145) และการส่งเสริมการตลาด (Beta = 0.141) ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square = 0.686) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครร้อยละ 68.6 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 31.4 เป็นผลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบ สมมติฐานที่ 3 ผลตอบแทน ได้แก่ เงินปันผลหรือดอกเบี้ยรับ กำไรส่วนเกินทุน มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้ผลดังนี้ ได้ผลดังนี้

ตาราง 10

ผลตอบแทนที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	B	Std.Err	Beta	t	p-value
Constant	0.417	0.137		3.051	0.002
ผลตอบแทน	1.109	0.035	0.844	31.454	0.000*

Note: R^2 = 0.713, AR^2 = 0.712, F= 989.349,* Significant at the 0.05 level

ผลการทดสอบ สมมติฐานที่ 3 ผลตอบแทน ได้แก่ เงินปันผลหรือดอกเบี้ยรับ กำไรส่วนเกินทุน มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ผลตอบแทน (P-value = 0.000) มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผลตอบแทน (Beta = 0.844) มีอิทธิพลในทางบวกต่อการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครเมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square = 0.712) พบว่า ผลตอบแทนมีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครร้อยละ 71.2 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 28.8 เป็นผลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบ สมมติฐานที่ 4 สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การจัดสรรเงินออมเพื่อมาลงทุนในสัดส่วนที่เหมาะสม ระยะเวลาของการเงิน การรับดอกผลจากการลงทุน มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้ผลดังนี้

ตาราง 11

สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	B	Std.Err	Beta	t	p-value
Constant	0.089	0.211		0.424	0.671
สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์	0.954	0.053	0.666	17.833	0.000*

Note: R^2 = 0.444, AR^2 = 0.443, F= 318.004,* Significant at the 0.05 level

ผลการทดสอบ สมมติฐานที่ 4 สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การจัดสรรเงินออมเพื่อมาลงทุนในสัดส่วนที่เหมาะสม ระยะเวลาของการเงิน การรับดอกผลจากการลงทุน มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ (P-value = 0.000) มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ (Beta = 0.666) มีอิทธิพลในทางบวกต่อการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครเมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square = 0.444) พบว่า สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครร้อยละ 44.4 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 55.6 เป็นผลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของผู้ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรีมีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมากกว่ากลุ่มปริญญาตรี และความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มรายได้ต่ำกว่า/เท่ากับ 10,000 บาท มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมากกว่ากลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท ทั้งนี้เป็นเพราะปัจจัยส่วนบุคคลเป็นสิ่งพื้นฐานของพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์รวมทั้งพฤติกรรมทางการเงินตั้งแต่เริ่มต้นมีรายได้ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ทุกคนควรปฏิบัติให้เป็นส่วนหนึ่ง ของการดำเนินชีวิตประจำวัน เพื่อให้การดำรงชีวิตที่มีแบบแผนและมองเห็นความสำคัญของอนาคต โดยรู้จักการบริหารรายได้และรายจ่าย ถ้าบริหารไม่ดีมีรายจ่ายสูงกว่ารายได้ก็จะมีหนี้สิน แต่ถ้าบริหารได้ดีทำให้รายจ่ายต่ำกว่ารายได้ จะมีส่วนที่เหลือนำไปเป็นเงินออม จากนั้นก็วางแผนบริหารเงินออมโดยนำไปลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับการศึกษาของอภิษฐา เดชะกุลกำจร (2558)

พบว่า ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสินสาขามหาดไทยโดยรวมแตกต่างกัน เช่นเดียวกันกับเนษพร นาคสีเหลือง และสุภา ทองคง (2559) พบว่า ระดับการศึกษา และรายได้มีผลต่อรูปแบบการออมประเภทอื่น ๆ อีกทั้งระดับการศึกษา รายได้ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีผลต่อรูปแบบการออมประเภทตราสารหนี้ ในขณะที่ระดับการศึกษา และรายได้มีผลต่อรูปแบบการออมประเภทอสังหาริมทรัพย์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เป็นเพราะการที่ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y จะพิจารณาตัดสินใจออมเงินนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ต้องเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีความหลากหลายของตัวผลิตภัณฑ์ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน โดยที่สถาบันการเงินและที่ปรึกษาทางการเงินควรจะมีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งอัตราผลตอบแทนที่ได้มีความคุ้มค่า นอกจากนี้แล้ว อัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมมีความเหมาะสม เช่น การเปิดบัญชี หรือบริการพิเศษอื่น ๆ รวมทั้ง ราคาขายต่อหน่วย และภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝากที่ควรจะความเหมาะสม ขณะที่ที่ตั้งของสถาบันการเงินควรมีหลากหลายสาขาให้เลือก เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ รวมทั้งควรจะมีการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และสามารถทำธุรกรรมผ่านทางออนไลน์ได้ อย่างไรก็ดีสถาบันการเงินควรจะต้องมีการจัดรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค หรือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ และการจัด Road Show เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญผลิตภัณฑ์ทางการเงินนั้นควรที่จะสามารถใช้เป็นของขวัญให้กับผู้อื่นในโอกาสพิเศษได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ อภิชา แสนเมือง ภณิตา สุนทรไชย และนิศารัตน์ โชติเชย (2559) พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับกระบวนการตัดสินใจออมเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตธกส มอบรัก 1/1 โดยรวม (DMT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับ ปิยพร อำมสุทธิ์ และชุติมาวดี ทองจีน (2558) พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิต

ผลตอบแทนมีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มผู้บริโภค Gen Y ในกรุงเทพมหานคร ต่างก็คาดหวังผลตอบแทนที่จะได้จากการออมเงินนั้นซึ่งควรจะได้รับผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยเงินฝาก รูปเงินปันผลเงิน ฝากสหกรณ์ หรือในรูปแบบของประกันชีวิต รวมทั้งการได้รับสิทธิประโยชน์จากการออมในด้านอื่น ๆ เช่น การลดหย่อนภาษี การคุ้มครองชีวิต หรือสิทธิพิเศษต่าง ๆ จากการออมเงิน เช่น ของขวัญวันเกิด ส่วนลดรับ Gife Voucher จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินนั้น ๆ เป็นที่น่าสนใจและทำให้ดึงดูงใจต่อการตัดสินใจออมเงินในรูปแบบนั้นๆ ซึ่ง รัชนีกร วงศ์จันทร์ (2553, น. 6) กล่าวว่า ในการออมเงินเพื่อไว้ใช้จ่ายในอนาคต หากต้องการให้เงินออมนั้นงอกเงยเร็วขึ้นก็ต้องนำเงินออมที่เก็บสะสมไว้ไปลงทุนให้เกิดผลประโยชน์สูงขึ้น และเพิ่มความมั่งคั่งของบุคคลให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งแนวคิด Risk and Return Tradeoff หรือการแลกเปลี่ยนชดเชยระหว่างความเสี่ยงและผลตอบแทน ระบุไว้ว่า บุคคลจะเลือกนำเงินไปประกอบธุรกรรมที่สร้างผลตอบแทนสูงสุด และจะหลีกเลี่ยงธุรกรรมที่มีความเสี่ยงมากกว่า แต่ไม่ได้ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าธุรกรรมที่มีความเสี่ยงต่ำ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าบุคคลจะเสี่ยงเลือกธุรกรรมที่มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น เมื่อเล็งเห็นผลตอบแทนที่คาดหวังสูงเพียงพอที่จะสามารถชดเชยความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นได้ ในขณะที่ผู้ที่ไม่กล้าเสี่ยงก็จะเลือกธุรกรรมที่มีความเสี่ยงต่ำแม้จะให้ผลตอบแทนต่ำก็ตาม ผลตอบแทนทางการเงินจึงเป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่ทำให้บุคคลกล้าที่จะเสี่ยงและตัดสินใจที่จะเลือกลงทุน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ อนงค์นุช เทียนทอง และกัญญารัตน์ วงษ์ชมภู (2554) พบว่า ปัจจัยที่ที่เป็นตัวกำหนดการออมและการลงทุนผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยความมั่นคงของสถาบันการเงิน และปัจจัยผลตอบแทนจากการลงทุน เช่นเดียวกับ ปิยพร อำมสุทธิ์ และชุติมาวดี ทองจีน (2558) พบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

สภาพคล่องของผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เป็นกลุ่มผู้บริโภค Gen Y นั้นต่างมีความคาดหวังว่าการออมเงินนั้นควรอยู่ภายใต้พื้นฐานของการจัดสรรรายได้เพื่อมาลงทุนในส่วนของการออมเงินในสัดส่วนที่เหมาะสม ไม่เบียดเบียนการใช้ชีวิตประจำวันมากจนเกินไป โดยที่เงินออมนั้นควรที่จะสามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้สะดวกและรวดเร็วในกรณีเร่งด่วน หรือกรณีฉุกเฉิน ซึ่งระยะเวลาในการไถ่ถอนเงินออมคืนเป็นเงินสดหรือผลตอบแทนที่จะได้รับควรจะมีความถี่ที่เหมาะสมหรือสามารถที่จะไถ่ถอนก่อนเวลาที่กำหนดได้ โดยที่อัตราผลตอบแทนของดอกเบี้ยงควรมีความผันแปรในอัตราส่วนที่เหมาะสม กับสภาพเศษฐกิจในช่วงเวลานั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ รัชนีกร วงศ์จันทร์ (2553, น. 3) กล่าวว่า การจับจ่ายใช้สอยเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของทุกคน บุคคลจึงต้องมีเงินสดที่สามารถนำมาใช้ได้อย่างสะดวกและเพียงพอต่อค่าใช้จ่ายต่าง ๆ หากมีเงินสดไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแล้วจะนำไปสู่ปัญหาการขาดสภาพคล่องหรือเงินสดขาดมือ อันจะนำมาซึ่งปัญหาการก่อภาระหนี้สินได้ในที่สุด แต่เนื่องจากเงินสดเป็นสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูงสุดในการใช้จ่าย แต่เป็นสินทรัพย์ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้หากถือครองไว้ในมือเฉย ๆ ดังนั้น บุคคลจึงเลือกบริหารเงินออมด้วยวิธีการนำไปลงทุนและเมื่อปรารถนาให้สถานภาพทางการเงินมีสภาพคล่อง จึงเลือกลงทุนในสินทรัพย์ ที่พร้อมจะเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่ายที่สุด โดยยึดหลักการที่ว่าต้องมีเงินสดเพียงพอต่อการใช้จ่าย ที่จำเป็นและเมื่อต้องการใช้ จะต้องไม่มีปัญหาขาดแคลนเงินสด ในขณะเดียวกันก็ต้องไม่มากจนเกินไป จนเสียโอกาสในการนำเงินสดไปสร้างผลประโยชน์ตอบแทน โดยอาจนำไปลงทุนในสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่อง เช่น เงินฝากธนาคารและกองทุนตลาดเงินซึ่งนับว่าเป็นการลงทุนระยะสั้นที่เมื่อต้องการเงินสดก็สามารถขายได้ทันที ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ดาราภรณ์ โคสิริวิวัฒน์ (2558) อธิบายว่า สาเหตุสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจออมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการออมเงินเพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายยามฉุกเฉินมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ควรมีการจัดทำผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับรายได้หรือความต้องการของลูกค้าเป็นกลุ่ม ๆ เช่น ลูกค้ากลุ่ม GEN Y ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป แต่โดยพื้นฐานส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนที่รักอิสระมีความเป็นตัวของตัวเองสูง นิยมเทคโนโลยี ส่วนใหญ่จะใช้จ่ายง่ายและหมดไปกับสินค้าและบริการที่มีสไตล์ เน้นเรื่องเงินออมทีหลัง ซึ่งส่วนใหญ่ไม่นิยมวางแผนการเงิน จึงควรมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ช่วยให้การใช้จ่ายในชีวิตประจำวันยังดำเนินต่อไปได้ตามปกติ แต่ขณะเดียวกันการใช้จ่ายนั้นยังสามารถช่วยในการส่งเสริมการออมเงินหรือการลงทุนทางการเงินได้ และต้องมีการให้ความรู้และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการออมเงินเพื่ออนาคต อันจะทำให้คนกลุ่มนี้สนใจและตัดสินใจลงทุนในการออมเงินต่อไป

2. ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง GEN Y ในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน สถาบันการเงินและที่ปรึกษาทางการเงินมีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งอัตราผลตอบแทนที่ได้มีความคุ้มค่า โดยต้องมีอัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมมีความเหมาะสม ราคาขายต่อหน่วยมีความเหมาะสม ซึ่งที่ตั้งของสถาบันการเงินสะดวกต่อการเดินทาง มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ รวมทั้งมีการจัดรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ และสามารถใช้เป็นของขวัญให้กับผู้อื่นในโอกาสพิเศษได้ ดังนั้นแล้วสถาบันการเงิน หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดเหล่านี้ ทั้งการจัดทำผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้มีข้อมูลที่ชัดเจน สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ให้ความสะดวกในการดำเนินการทางธุรกรรมต่าง ๆ พยายามจัดสรรค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมที่สุด รวมทั้งควรมีการจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกลงทุนกับสถาบันการเงินต่อไป

3. ด้านผลตอบแทน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง GEN Y ในเขตกรุงเทพมหานครมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ทางการเงินควรที่จะได้รับผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยเงินฝาก หรือในรูปเงินปันผลเงินฝากสหกรณ์ประกันชีวิต นอกจากนี้แล้วควรที่จะครอบคลุมความ

คุ้มครองชีวิตของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน รวมทั้งควรที่จะได้รับสิทธิประโยชน์จากการออม เช่น การลดหย่อนภาษีประกันชีวิต หรือส่งมอบต่อให้บุคคลอื่น ในรูปแบบของสิทธิพิเศษต่าง ๆจากการออมเงิน เช่น ของขวัญวันเกิด ส่วนลดรับ หรือ Gife Voucher ได้ ดังนั้นแล้วสถาบันการเงิน หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องจึงควรจัดทำผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้มีความครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินนั้น ๆ ต่อไป

4. ด้านสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง GEN Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์ทางการเงินนั้น ๆ ควรที่จะสามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้สะดวกและรวดเร็ว ซึ่งผลตอบแทนควรจะมีความถี่ในการสร้างกระแสเงินสด และมีระยะเวลาในการไถ่ถอนเงินออมคืนเป็นเงินสดในเวลาที่เหมาะสม หรือสามารถไถ่ถอนก่อนเวลาที่กำหนดได้ภายใต้การผันแปรของอัตราดอกเบี้ยตามความเหมาะสม สถาบันการเงิน หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญในส่วนนี้เป็นอย่างยิ่ง เพราะสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้บริโภคทุกท่าน ผู้บริโภคต่างมีความคาดหวังว่าหากนำเงินสดมาลงทุนทางการเงินแล้วต้องไม่ทำให้การใช้ชีวิตประจำวันเปลี่ยนแปลงไปมาก สถาบันการเงินจึงต้องใช้ความสำคัญของปัจจัยด้านสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์มาเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เช่น สามารถไถ่ถอนได้ตลอดเวลา โดยไม่มีการหักค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม หรือการจูงใจในด้านความถี่ของผลตอบแทนที่จะได้รับ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งจะมีข้อจำกัดในด้านกรณีตัวอย่างที่ใช้ที่เป็นผู้บริโภคในกลุ่ม GEN Y ในเขตกรุงเทพมหานครเพียงเท่านั้น ผลของการศึกษาอาจมีข้อจำกัดในการนำไปเปรียบเทียบหรืออ้างอิงกับกลุ่มผู้บริโภค GEN Y ทั้งประเทศ แต่จากการที่ผลการศึกษาแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยผลตอบแทน และปัจจัยสภาพคล่องของผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจการออมเงินของ GEN Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถที่จะมาประยุกต์ใช้กับลูกค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่น ๆ ที่ต้องการพัฒนาเพื่อดึงดูดให้เกิดแก่ลูกค้าของตนได้ สำหรับการศึกษาในคราวต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้ทำการศึกษาในลักษณะเดียวกันนี้กับกลุ่มลูกค้าในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะทำให้เกิดการต่อยอดองค์ความรู้เรื่องการตัดสินใจการออมเงินของ GEN Y ที่กว้างขวางขึ้นต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ในการศึกษาครั้งต่อจึงควรทำการศึกษาในเชิงคุณภาพร่วมด้วย โดยอาจจะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อทราบข้อมูลในทัศนะที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจการออมเงินของ GEN Y ต่อไป

ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงทั้งนี้เป็นเพราะ ประชากรที่มีอายุระหว่าง 20 – 36 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับข้อมูลประชากรของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่ระบุว่าประชากรที่มีอายุระหว่าง 20 – 36 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวน 1,37,940 คน โดยเป็นประชากรเพศหญิงจำนวน 680,504 คน คิดเป็นร้อยละ 50.86 และเพศชายจำนวน 657,436 คน คิดเป็นร้อยละ 49.14 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ดังนั้น จากผลการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ จึงไม่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออมเงินของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร และผลการศึกษาในครั้งนี้ ไม่สามารถวัดผลได้ว่ากลุ่มเพศหญิงจะมีอิทธิพลการตัดสินใจออมเงินมากกว่ากลุ่มเพศชาย

References

Ammasudh, P., & Thongjeen, C. (2015). A Decision Making to Save Money by Investing in Long Term Equity Fund of Fixed Salary Employees in Bangkok. *Journal of Research and Development. Suan Sunandha Rajabhat University, 7*(2), 78-87. (in Thai)

Bank of Thailand. (2013). *Gen Y after retirement*. Retrieved from https://www.bot.or.th/Thai/Phrasiam/Documents/Phrasiam_2_2556/no.%2016.pdf. (in Thai).

Dechakulkamjorn, A. (2015). *Factors influencing the purchase of the special savings lottery of the Government Savings Bank Branch*. Bangkok: Siam University. (in Thai).

Institute for Population and Social Research. (2015). *Population and Social Researc.* Nakhon Pathom: Mahidol University. (in Thai).

Jaturongkakul, A. (2000). *Marketing Strategy* (2nd Ed). Bangkok: Thammasat University. (in Thai).

Krayket, S. (2007). *Factors determining savings of agricultural households in Thailand.* Bangkok: University of the Thai Chamber of Commerce. (in Thai).

Knosiriwiwat, F. (2011). *A Study of Saving Behavior and Pattern Among Officers of the Royal Thai Air Force.* Bangkok: Thammasat University. (in Thai).

Nakseeluang, N., & Tongkong, S. (2016). *Factors affecting savings for retirement readiness of employees of Bangkok Bank Public Company Limited Head Office*. In RMUTT Global Business and Economics Conference *(RTBEC 2015).* Pathum Thani: Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (in Thai).

National Statistical Office of Thailand. (2018). *Demographic and housing demographics.* Retrieved from http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx. (in Thai).

Pongsuphat, A. (2007). *Business finance.* (13th ed). Bangkok: Kasetsart University. (in Thai).

SCB Economic Intelligence Center. (2014). *Insight Strategies Bind Mind to Gen Y Consumer.* Retrieved from https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/130/dzi68owq5l/8372_20141112161337.pdf.

Sereetrakul, V. (2014). Factors Predicting Saving Behavior of Students in Bangkok Metropolitan Area. *Suthiparithat, 28*(85), 300 - 315. (in Thai).

Sereerat, S., Laksinanon, P., & Sereerat, S. (2009). *New Marketing Management.* Bangkok: Pattanasuksa. (in Thai).

Senmueng, A., Suntornthai, P. & Chotichey, N. (2016). Marketing Strategies Affecting a Decision of the Customers on Life Welfare Saving Service of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Maha Sarakham. *In 3rd National Conference on Research and Research, 2nd Step. Nakhon* Ratchasima: Nakhon Ratchasima College. (in Thai).

Tadtium, V. (2015). *Factors influencing savings in the form of special savings lottery. Phahon Yothin Branch*. Bangkok: Kasetsart University. (in Thai).

Teantong, A., & Wongchompoo, K. (2011). Behavior and patterns of savings of financial institution employees and government officials in Udon Thani. *KKU Research Journal, 10*(2), 236 - 247. (in Thai).

Trade and Investment Policy. (2017). *Saving situation Investment and gap between savings and investment. For the third quarter of 2016.* Retrieved from http://www.fpo.go.th/S-I/Source/Article/Article224.pdf. (in Thai).

The Securities Exchange of Thailand. (2010). *Investor Class.* Retrieved from https://www.set.or.th/set/education/html.do?name=begin&showTitle=F. (in Thai).

Thanomkew, S., Suttapong, K., & Leeben, Y. (2016). Motivational strategies in each age group of employees in the organization. *Journal of Modern Management, 14*(1), 11 - 16. (in Thai).

Wanitbancha, K. (2008). *SPSS for Windows.* Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)

Wongjun, R. (2010). *Effects of individual financial education on personal financial planning awareness of students in the classroom. Research of Payap University.* Chiang Mai: Payap University. (in Thai).

การพัฒนาแนวทางปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

Developing Practices to Enhance Teacher Performance of Panyapiwat Technological College

พิทักษ์ ศิลป์ประสิทธิ์
Pitak Silprasit
รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
Vice-President, Rattana Bundit University
Received: September 5, 2018
Revised: October 25, 2018
Accepted: October 25, 2018

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านการควบคุมบังคับบัญชา ด้านความพอเพียงของค่าตอบแทน และสวัสดิการ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน (2) แนวทางพัฒนาการปฏิบัติงาน (3) ปัจจัยที่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามได้ผ่านการทดสอบ เพื่อหาค่าความเที่ยงตรง ได้ค่าเท่ากับ 0.97 และผ่านการหาค่าความเชื่อถือได้ ที่ระดับ 0.95 ประชากร คือ ครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ จำนวน 60 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน เก็บรวบรวมข้อมูลสนามดำเนินการระหว่างเดือน สิงหาคม - ธันวาคม ปี พ.ศ. 2560 สามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับคืนมาได้ จำนวน 60 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของประชากรทั้งหมด โดยวิเคราะห์เชิงพรรณนา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ นำเสนอข้อมูลรูปแบบของตาราง ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัญหาที่สำคัญ คือ ครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ยังไม่พึงพอใจในด้านความพอเพียงของค่าตอบแทนและสวัสดิการ (2) แนวทางการพัฒนาที่สำคัญ คือ ควรมีหลักเกณฑ์ในการประเมินสมรรถนะที่ชัดเจนและเป็นธรรม โดยพิจารณาตามความสามารถและหน้าที่ของแต่ละบุคคล (3) ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้การพัฒนาในด้านความพอเพียงของค่าตอบแทนและสวัสดิการประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วยปัจจัยภายใน ได้แก่ สายการบังคับบัญชามีความยุติธรรม ความซื่อสัตย์และ สายบังคับบัญชาในแต่ละหน่วยงานแบ่งงานตามความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ปัจจัยภายนอก ได้แก่ วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ได้รับการยอมรับและได้รับการสนับสนุนรวมถึงได้รับความร่วมมือจากครูและบุคลากรในการดำเนินงานตามนโยบายและแผนงาน

คำสำคัญ: การพัฒนา, การเพิ่มประสิทธิภาพ, ครู, วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

Abstract

The purposes of study were to (1) progress in the job. Policy and Management Control Command Sufficiency of compensation and welfare and relationships of Panyapiwat technological college (2) developmental guidelines (3) factors that are important to the performance of teachers of Panyapiwat technological college The research methodology is Quantitative research by using questionnaire as a data gathering technique. The data were analyzed by testing Validity (0.97) and Reliability (0.95). The population and samples in this study included 60 teachers in Panyapiwat Technological College. The data was collected from August to December, 2017. The 60 data (100%) were analyzed by using descriptive statistics through Frequencies, Mean, percentage, standard deviation and Paired t-test that it consists. The research result showed that ((1) the important problem is teachers in Panyapiwat Technological College are not satisfied with the adequacy of compensation and welfare (2) the development of Sufficiency of Benefits and Compensation is Clear rules and fair measurement standards in employee's competencies and duties (3) factors related to succeed in the development of benefit and components consist Internal Factor included a principal should always be honest, fair and generous. The right man on the right job is necessary for the successful functioning of each department by assigning from knowledge, skills, and specialization major Panyapiwat Technological College has a plan to develop employees' skills and knowledge. External Factor included Teachers and Education Personnel in Panyapiwat Technological College willingly accepted to follow the policy and plan.

Keywords: development, optimization, teacher, Panyapiwat Technological College

บทนำ

วิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชนในยุคนี้ผู้บริหารจะต้องบริหารงาน และ ทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรให้ประสบความสำเร็จ และ บรรลุเป้าหมาย ผู้บริหารต้องคำนึงถึงปัจจัยการบริหารด้านทรัพยากรมนุษย์เป็นสำคัญ ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ เป็นปัจจัยเบื้องต้นต่อการบริหารงานในองค์กรเนื่องจากองค์กรจะประสบความสำเร็จและดำรงอยู่ได้ด้วยการทำงานของบุคลากรในองค์กร ความผูกพัน ความร่วมมือร่วมใจ ความเสียสละ ความรับผิดชอบ และความเต็มใจในการทำงานนั้น จะทำให้ผลของงานมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลต่อการดำเนินงานในองค์กร หากบุคคลในองค์กรขาดความรู้ ความ เข้าใจ มีความสามารถหรือความชำนาญไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน และมีทัศนคติที่ไม่ดีต่องานหรือการทำงานย่อมเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยในการทำงานและการพัฒนาบุคลากร (ธัญธรณ์ สมัยธรรม, 2557)

"บุคลากร" ถือเป็นหัวใจสำคัญในการนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จและเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ การบริหาร ทรัพยากรบุคคลมีความจำเป็นต้องทำภารกิจหลักให้บรรลุวัตถุประสงค์ และมีประสิทธิภาพ หน่วยงานจะต้องมีบุคลากรที่มีคุณภาพในปริมาณที่เหมาะสมกับงาน ดังนั้นการบริหารทรัพยากรบุคคลจึงจัดเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการบริหารงานเพราะบุคลากรเป็นผู้จัดหาและใช้ทรัพยากรบริหารอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นเงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการซึ่งถ้าองค์กรเริ่มต้นด้วยการมีบุคลากรที่ดี มีความสามารถ ปัจจัยด้านอื่น ๆ ก็จะดีตามมา ดังนั้นการบริหารทรัพยากรบุคคลจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร

การบริหารทรัพยากรบุคคลเป็นการดำเนินการที่เกี่ยวกับบุคคลที่ถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดขององค์กร เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร พร้อมทั้ง ดำเนินการธำรงรักษาและพัฒนาให้ทรัพยากรบุคคลขององค์กร มีคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยมีภารกิจหลัก ได้แก่ การวางแผนทรัพยากรบุคคล การกำหนดงานหรือออกแบบงาน การวิเคราะห์งาน การสรรหา การคัดเลือก การประเมินผลพนักงาน การฝึกอบรมและพัฒนา ค่าตอบแทน สุขภาพและความปลอดภัย การพ้นจากงานของพนักงาน ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารทุกระดับที่จะต้องรับผิดชอบต่อการจัดการทรัพยากรบุคคล เพื่อให้บรรลุไปสู่เป้าหมายของงานอย่างมีประสิทธิภาพ ความพึงพอใจของพนักงานมีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์กร เมื่อพนักงานมีความสุขในการทำงานก็ส่งผลบวกต่อการปฏิบัติงานและผลงานก็มีคุณภาพดังนั้นหากผู้นำระดับสูงขององค์กรให้ความสำคัญกับการสร้างความผาสุกและความพึงพอใจในการทำงานก็มักจะได้ผลลัพธ์และผลการดำเนินการที่น่าพอใจ นอกเหนือจากการพัฒนาบุคลากรเพื่อองค์กรแล้วการพัฒนาตนเองของบุคลากรยังส่งผลต่อความสำเร็จหรือเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพอีกด้วย การพัฒนาตนเองนั้นถือเป็นการแข่งขันกับตัวเองเพื่อเป็นบันไดไปสู่ความก้าวหน้าในอนาคต และเป็นการเตรียมความพร้อมในการที่จะต้องแข่งขันกับคนอื่น ในโลกของการทำงานที่มีการแข่งขันสูงเวทีการทำงานจะเปิดโอกาสให้กับคนที่มีประสิทธิภาพในการทำงานเสมอและเช่นเดียวกับพจน์ พจนพาณิชย์กุล (2559) “คนที่มีประสิทธิภาพในการทำงานสูงจากการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องในเรื่องต่าง ๆ มักจะพร้อมอยู่เสมอสาหรับการแข่งขัน” วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ เป็นสถานศึกษาประเภทอาชีวศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานนทบุรี เขต 1 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ ก่อตั้งโดย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) โดยซื้อกิจการมาจากโรงเรียนกรุงเทพเทคนิคนนท์ และตั้งในนามบริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2547 และได้เปลี่ยนชื่อจากโรงเรียนกรุงเทพเทคนิคนนท์เป็น โรงเรียนปัญญาภิวัฒน์ เทคโนธุรกิจ เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2547 ต่อมาวันที่ 11 มกราคม 2551 ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ.2550 ให้โรงเรียน มีฐานะเป็นนิติบุคคลและมีคณะกรรมการบริหาร และเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2555 ได้ขอเปลี่ยนแปลงรายการในตราสารจัดตั้งโรงเรียน หมวด 1 ชื่อประเภทระดับการศึกษาเปลี่ยนชื่อจากโรงเรียนปัญญาภิวัฒน์เทคโนธุรกิจ เป็นวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์วิทยาลัยฯ ได้ดำเนินการเปิดรับนักเรียนนักศึกษาใหม่ตั้งแต่ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2548 เป็นต้นมา โดยจัดการเรียนการสอนในรูปแบบทวิภาคีซึ่งเป็นการเรียนการสอนโดยความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับสถานประกอบการเรียนทฤษฎีควบคู่กับ การปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการตลอดเวลาของหลักสูตร มีจำนวนครู 60 คน

ปัญหาและอุปสรรคของวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์เกิดจากสภาพการณ์ปัจจุบัน การศึกษาด้านสายอาชีพมีบทบาทมากในปัจจุบัน ทำให้หลายสถานศึกษาหันมาพัฒนาและแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น ทำให้วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ประสบกับปัญหาทำให้มีการลาออกอย่างต่อเนื่องจึงเป็นสาเหตุทำให้วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ขาดกำลังการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพต้องใช้ครูที่ขาดทักษะความรู้ ความสามารถและความชำนาญในรายวิชาที่ขาดทำให้เกิดความไม่คล่องตัวเกิดการสอนแทนกัน และผู้เรียนไม่ได้รับความรู้อย่างเต็มเปี่ยมและต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบโดยรวมของวิทยาลัย คือ ผู้เรียนได้รับความรู้ไม่เต็มที่ อัตรากำลังคนไม่เพียงพอ ครูมีภาระการสอนมากกว่าที่กำหนดและทำให้ทำงานไม่มีประสิทธิภาพ

ดังนั้นการเรียนการสอนที่ไม่มีผู้สอนหรือแม้กระทั่งการให้คำปรึกษาดูแลผู้เรียนล้วนเป็น สิ่งที่ครูต้องรับผิดชอบโดยตรงซึ่งจำนวนนักเรียนแต่ละปีการศึกษาเพิ่มจำนวนมากขึ้นแต่ถ้าขาดแรงจูงใจที่จะปฏิบัติงานแล้วไม่ว่าจะเป็นขาดโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน รายได้และสวัสดิการในหน่วยงานไม่เพียงพอ ไม่มีโอกาสพัฒนาความรู้ที่ตนต้องนำมาใช้ ในการปฏิบัติงาน อีกทั้งปฏิบัติงานไม่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของตนล้วนก่อให้เกิดผลเสียหายต่อวิทยาลัย ทำให้เกิดปัญหาด้านประสิทธิภาพในการทำงานของครู เช่น การมาทำงานสาย ขาดความเอาใจใส่ในการปฏิบัติงาน ไม่ตั้งใจทำงาน ขาดงาน ลาพักโดยไม่มีเหตุผลเพียงพอทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานของครูไม่เป็นที่ประจักษ์ส่งผลเสียหายต่อผู้เรียนและสถานศึกษาได้มูลเหตุจูงใจจากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาในข้างต้นประกอบกับผู้วิจัยเป็นบุคลากรคน

หนึ่งในวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ซึ่งมีหน้าที่ตรวจสอบการทำงานและให้บริการต่อครูที่ใช้บริการเป็นประจำ และได้ทราบถึงสภาพปัญหาความต้องการ ตลอดจนปัจจัยอันส่งผล การทำงานของครูให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อประสบผลสำเร็จสูงสุด จึงได้สนใจศึกษาถึงปัจจัยที่สำคัญในการปฏิบัติงานของครู วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เพื่อนำผลของการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและส่งเสริมการปฏิบัติงานในวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ให้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไปยังส่งผลดีต่อวิทยาลัย ผู้เรียน สังคม และประเทศชาติ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านการควบคุมบังคับบัญชา ด้านความพอเพียงของค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน

2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาพัฒนาแนวทางปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ผู้ศึกษาได้นาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษา และจัดทำกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) (2538 อ้างถึงใน ไพบูลย์ ตั้งใจ, 2554) กล่าวว่า ประสิทธิภาพการทำงานโดยทั่วไปจะ หมายถึง การทำงานที่ประหยัดได้ผลงานที่รวดเร็ว มีคุณภาพคุ้มค่ากับการใช้ทรัพยากรด้านการเงิน คน อุปกรณ์และเวลา

ธงชัย สันติวงษ์ (2540) ได้ให้ความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถ สร้างผลงานหรือผลสำเร็จออกมาโดยผลงานที่ได้คุณค่ามากกว่าทรัพยากรที่ใช้ไป กล่าวคือ สามารถผลิตได้เพิ่มสูงกว่าเดิมโดยที่ต้นทุนไม่เพิ่ม หรือไม่เช่นนั้นก็อาจเป็นว่าสามารถผลิตของทุกอย่างได้มากเหมือนเดิม แต่มีการใช้ต้นทุนน้อยกว่าเดิม

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546) ได้ให้ความหมายของ ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถที่ทำให้เกิดผลในการงาน และคำว่า การปฏิบัติ หมายถึง การดำเนินไปตามระเบียบ แบบแผน การกระทำ เพื่อให้เกิดความชำนาญ ปฏิบัติปรนนิบัติ รับใช้ จากความหมายของประสิทธิภาพในการทำงาน ที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่า งานที่บุคคลหนึ่ง ๆ ได้รับมอบหมาย โดยที่บุคคลนั้น ๆ ต้องมีความสามารถและทุ่มเทรวมถึงมีทักษะในงานดังกล่าว และทั้งหมดกระทำภายใต้ข้อกำหนดต่าง ๆ ที่องค์กรนั้น ๆ วางไว้ก็จะส่งผลให้งานดังกล่าวที่ได้รับมอบหมายแล้วเสร็จก่อเกิดประสิทธิภาพของงานตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่วางไว้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎี 12 หลักการทำงานให้มีประสิทธิภาพของ Harrington Emerson ในหนังสือ “The Twelve Principles of Efficiency”

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลมีผลตอพฤติกรรมการทำงาน เช่น Davis (1977) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลและเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลตอพฤติกรรม การทำงานมีดังนี้ คือ (1) อายุ พบว่าพนักงานที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการทำงานดีกว่าพนักงานที่มีอายุน้อย (2) ตำแหน่ง บุคคลที่มีตำแหน่งตั้งแต่ระดับ Supervisor ขึ้นไปจะมีพฤติกรรมการทำงานสูงกว่า ซึ่งผลการวิจัยในเรื่องนี้ สอดคลองกันในประเทศต่อไปนี้ ได้แก่ รัสเซีย สหรัฐอเมริกา เยอรมัน อิตาลี สวีเดน และนอร์เวย์ (3) สภาพการทำงานในองค์การ บุคคลในองค์การจะเปรียบเทียบวิถีชีวิตของพวกเขาว่าสอดคล้องกับสภาพขององค์การหรือไม่ (4) การได้รับผลป้อนกลับ เพราะมันหมายถึงการบ่งบอกว่าพวกเขาทำงานได้ดี หรือไม่เพียงใด พงศ์ หรดาล (2540, น. 39) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ได้แก่ทัศนคติและความพึงพอใจในการทำงาน แรงจูงใจในการทำงาน ขวัญ ผู้นำ มนุษย์สัมพันธ์การติดต่อสื่อสาร และความผูกพันต่อองค์การ

3. ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อแนวทางพัฒนาการปฏิบัติงาน

แคนซ์แดเนียลและคาน โรเบิร์ต แอล (Katz

Daniel; & Kahn, Robert L,1972; อ้างถึงใน พิศาล สระบัว, 2550, น. 20) ซึ่งเป็นนักทฤษฎีที่ศึกษาองค์กรในระบบเปิด (Open System) ได้ทำการศึกษาในเรื่องของปัจจัยที่มีความสำคัญต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยกล่าวว่า ประสิทธิภาพ คือ ส่วนประกอบที่สำคัญของประสิทธิผล ประสิทธิภาพขององค์กรนั้นถ้าจะวัดจาก 10 ปัจจัยนำเข้าเปรียบเทียบกับผลผลิตที่ได้นั้นจะทำให้การวัดประสิทธิภาพคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงในการบรรลุเป้าหมายขององค์กรนั้น ปัจจัยต่าง ๆ คือการฝึกอบรมประสบการณ์ ความรู้สึก ผูกพัน ยังมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพขององค์กรด้วย

สมยศ นาวีการ 2525 (อ้างถึงใน พิศาล สระบัว, 2550, น. 20) ได้กล่าวถึงแนวคิด ซึ่งเสนอ ปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กรคือ (1) กลยุทธ์ (Strategy) กลยุทธ์เกี่ยวกับการกำหนดภารกิจ การพิจารณาจุดอ่อนและจุดแข็ง ภายในองค์กรโอกาสและอุปสรรคภายนอก (2) โครงสร้าง (Structures) โครงสร้างขององค์กรที่เหมาะสม จะช่วยในการปฏิบัติงาน (3) ระบบ (System) แบบของการบริหารเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร (4) แบบ (Styles) แบบของการบริหารเพื่อบรรลุ 7 เป้าหมายขององค์กร (5) บุคลากร (Staff) ผู้ร่วมองค์กร 6) ความสามารถ (Skill) 7) ค่านิยม (Shared Value) ค่านิยมร่วมของคนในองค์กร

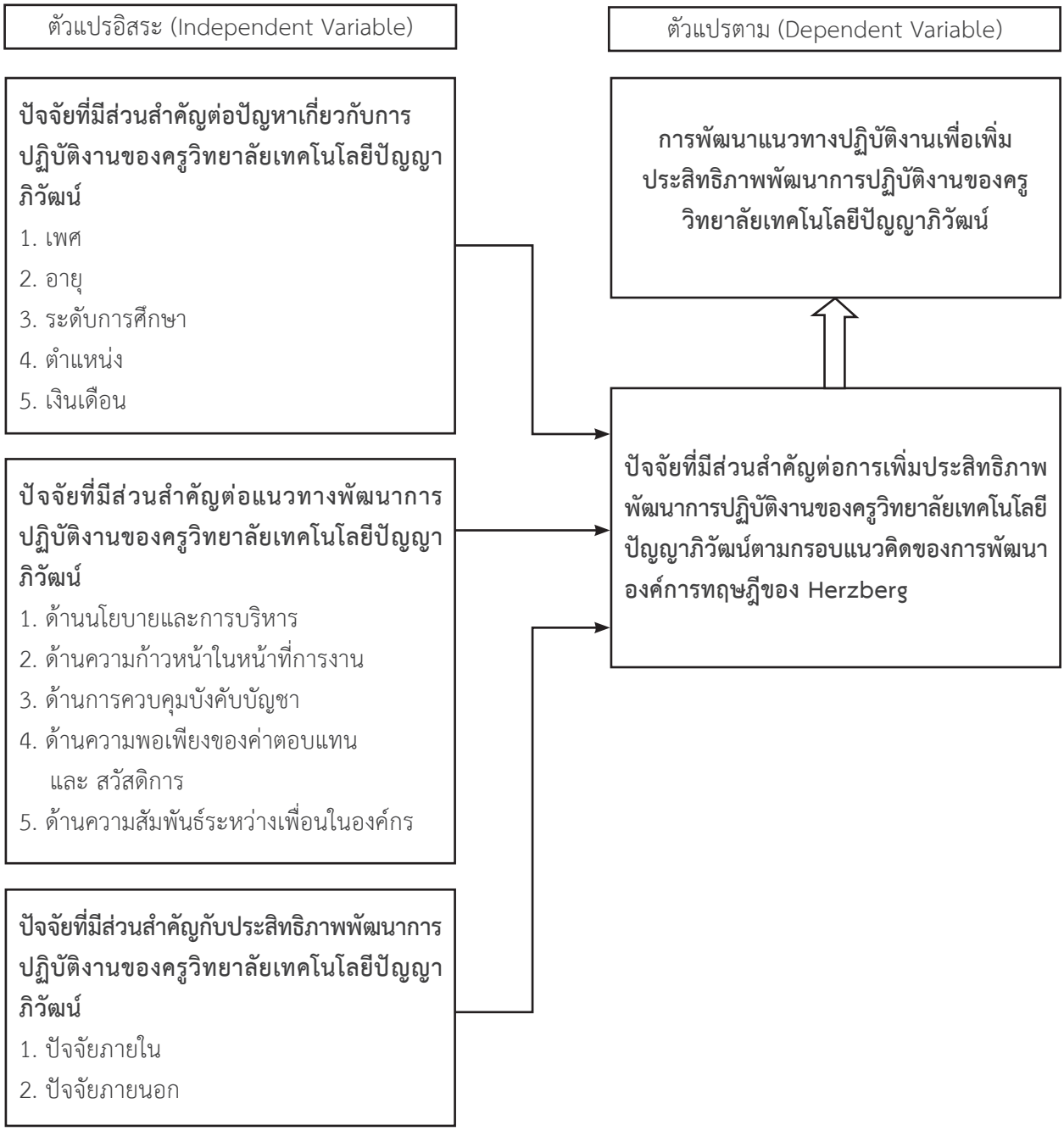
4. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาองค์กรของ Herzberg

ทฤษฎีสองปัจจัย (Two-factor theory) เฮอร์เบิร์ก (Herzberg) และคณะ ได้เสนอทฤษฎี 2 ปัจจัยซึ่งกล่าวถึงมนุษย์ทุกคนจะมีความต้องการ 2 ด้าน คือ ความต้องการทำงานด้านสุขอนามัย (Hygiene needs) หรือปัจจัยภายนอก (Extrinsic factors) และความต้องการด้านการจูงใจ(Motivator needs) หรือ ปัจจัยภายใน (Intrinsic factors) ตามทฤษฎีของเฮอร์เบิร์ก หากความต้องการทางด้านสุขอนามัย (Hygiene factors) ได้รับการตอบสนองอย่างไม่เต็มที่ มนุษย์จะเกิดความไม่พึงพอใจแต่ถึงแม้ว่าจะได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่มนุษย์ก็ยังพึงพอใจไม่ถึงขีดสุดอยู่ดี กลับจะรู้สึกเฉย ๆ ให้มากก็ดีไม่ให้เลยก็เกิดเรื่อง ฉะนั้นการตอบสนองความต้องการด้านสุขอนามัยของมนุษย์จะเป็นเงื่อนไขหนึ่งในความต้องการด้านการจูงใจ (Motivator factors) ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่มนุษย์จะรู้สึกพึงพอใจพร้อมปฏิบัติงาน ด้วยความรักในหน้าที่อุทิศตนเองอย่างหนัก รวมทั้งเสียสละทุ่มเททั้งแรงกายและแรงใจให้กับองค์การอย่างไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อยแต่หากไม่ได้รับการตอบสนองมนุษย์ก็จะรู้สึกเฉย ๆ ไม่ยินดียินร้ายอาจทำงานเพียงพอให้งานเสร็จไปวันหนึ่ง ๆ เท่านั้น ไม่สนใจที่จะอุทิศตนเองแต่อย่างใด ทฤษฎี 2 ปัจจัย (Two-factor theory) มีรายละเอียดของปัจจัยต่าง ๆ จำแนกออกได้ ดังต่อไปนี้ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน (Satisfiers) เรียกอีกอย่างว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivator factors) หรือปัจจัยภายใน (Intrinsic factors) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ด้าน คือ การประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน (Achievement), การได้รับการยอมรับ(Recognition), ลักษณะของงาน (Work-itself), ความรับผิดชอบ (Responsibility), ความก้าวหน้า (Advancement), และการมีโอกาสเจริญเติบโต (Possibility of growth)

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfies) เรียกอีกอย่างว่าปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene factors) หรือปัจจัยภายนอก (Extrinsic factors) ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 8 องค์ประกอบ คือ นโยบายและการบริหารงานขององค์การ (Company policy and administration), การควบคุมบังคับบัญชา (Technical supervision), เงื่อนไขการทำงาน (Working conditions), ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal relations), เงินเดือน (Salary), สถานภาพ (Status), ความมั่นคงในการทำงาน (Job security), ปัจจัยต่าง ๆ ในชีวิตส่วนตัว (Factors in personal life)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. การพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ตามความคิดเห็นของครูอยู่ในระดับต่ำ

2. ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหาร ปัจจัยด้านการควบคุมบังคับบัญชา ปัจจัยด้านความพอเพียงของค่าตอบแทนและสวัสดิการ และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้การวิจัยแบบเชิงปริมาณเป็นหลัก ในขั้นตอนการศึกษาการทำวิจัย ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมข้อมูลไว้ คือ ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาแนวทางปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

2. ขั้นการเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามใช้แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยจัดร่างแบบสอบถามการวิจัยจากกรอบแนวคิดและนิยามปฏิบัติการของตัวแปร และได้พัฒนาแบบสอบถามให้เหมาะสมสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษา นำแบบสอบถามที่ได้ให้อาจารย์ที่ปรึกษา เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมด้านเนื้อหา และการเรียบเรียงข้อความ

3. ขั้นการจัดกระทำข้อมูล

3.1 รวบรวมแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่ทำการเก็บรวบรวมมาทั้งหมดจากกลุ่มตัวอย่าง หากแบบสอบถามไหนที่ไม่สมบูรณ์ทำการแยกแบบสอบถามนั้นออก

3.2 การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่สมบูรณ์บันทึกลงคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

4. ขั้นเสนอผลการศึกษา เสนอผลการศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ มีตารางประกอบ

5. ขั้นรายงานผลการดำเนินงาน การเสนอผลการศึกษา และการจัดทำเป็นรูปเล่มที่สมบูรณ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ จำนวน 60 คน เป็นการศึกษาประชากรทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีโครงสร้างและแบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนต่อไปนี้

1. ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครู โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple choices)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยที่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครู มีลักษณะแบบสอบถามประเภทมาตรประเมินค่า 3 ตัวเลือก

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีความสำคัญนอกเหนือการควบคุม มีลักษณะลักษณะแบบสอบถามเหมือนตอนที่ 2

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเพื่อวัดระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีลักษณะแบบสอบถามเหมือนตอนที่ 2-3

2. การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

2.1. ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาแนวทางปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

2.2. จัดทำร่างแบบสอบถามการวิจัยจากกรอบแนวคิดและนิยามปฏิบัติการของตัวแปร และได้พัฒนาแบบสอบถามให้เหมาะสมสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษา

2.3. นำแบบสอบถามที่ได้ให้อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมด้านเนื้อหาและการเรียบเรียงข้อความ

2.4. ปรับปรุงแบบสอบถามฉบับร่างตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้เสนอแนะไว้

2.5. นำแบบสอบถามไปหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

3. นำเครื่องมือที่แก้ไขปรับปรุงแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความชัดเจนของข้อความ ความเหมาะสมและความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (Mckeen & Smith. 2003, p. 51) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence : IOC) ของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาคัดเลือกเฉพาะข้อรายการ (item) ที่มีค่า IOC = 0.5 ขึ้นไป ซึ่งหมายถึงรายการนั้นสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและเนื้อหาที่จะวัด (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2554) โดยกำหนดความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญดังนี้

+1 = เมื่อแน่ใจข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาที่จะวัด

0 = เมื่อไม่แน่ใจข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาที่จะวัด

-1 = เมื่อแน่ใจข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหาที่จะวัด

เมื่อนำคะแนนที่ผู้ทรงคุณวุฒิกำหนดให้ในแต่ละข้อคำถามมาทำการหาค่าเฉลี่ยแต่ละข้อ ปรากฏว่าทุกคำถามได้คะแนนเกิน 0.5 จึงถือว่ามีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ได้

4. ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว จำนวน 30 ชุด ไปทดลองให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากร เพื่อกรอกแบบสอบถามในการหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ซึ่งหากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา มากกว่า 0.70 จากการทดสอบได้ค่า Alpha เท่ากับ 0.97 มากกว่า 0.70 ถือได้ว่าแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่มีค่าความเชื่อมั่นตามมาตรฐาน จึงนำไปใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ดังนี้

1.1 หนังสือพิมพ์วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ

1.2 ข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต

1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.4 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปดำเนินการสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายในวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ โดยเก็บตัวอย่างตามความสะดวก จำนวน 60 ฉบับ

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย 60 คน ในวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ดังนี้

1.1 ใช้ค่าสถิติพรรณนา เพื่อบรรยายลักษณะของข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามและเสนอเป็นตารางมีคำบรรยายประกอบ

ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดตามเกณฑ์ ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ใช้วิธีของ Best (1997:174) การแบ่งระดับช่วงคะแนน คือ คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด/ระดับจำนวนชั้น (อันตรภาคชั้น) ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{3 - 1}{3} = 0.67$$

ได้กำหนดคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

3 ทัศนคติของนักเรียนอยู่ระดับมาก ช่วงคะแนน 2.34 - 3.00 คะแนน

2 ทัศนคติของนักเรียนอยู่ระดับปานกลาง ช่วงคะแนน 1.68 - 2.33 คะแนน

1 ทัศนคติของนักเรียนอยู่ระดับน้อย ช่วงคะแนน 1.00 - 1.67 คะแนน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐาน

2.1 ค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียรสัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และเงินเดือน ผลการศึกษาพบว่า ครูส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.33 รองลงมาคือ เพศชาย

คิดเป็นร้อยละ 31.67 มีอายุในช่วง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมามีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.67 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.00 ตำแหน่งในการปฏิบัติงานเป็นครู คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ หัวหน้าสาขาวิชา คิดเป็นร้อยละ 10.00 ได้เงินเดือนต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาเงินเดือนต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00

2. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครู ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

2.1 ด้านนโยบายและการบริหาร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ หน่วยงานมีการกำหนดแผนการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68

2.2 ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ หน่วยงานส่งเสริมให้ศึกษาต่อ อบรม สัมมนา เพื่อเพิ่มพูนความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67

2.3 ด้านการควบคุมบังคับบัญชา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผู้บังคับบัญชาให้อิสระในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72

2.4 ด้านความพอเพียงของค่าตอบแทนและสวัสดิการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สวัสดิการที่หน่วยงานจัดให้มีความเป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45

2.5 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนในองค์กร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เพื่อนร่วมงาน ร่วมกันให้คำปรึกษา หารือ และร่วมกันแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72

3. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญนอกเหนือการควบคุม พบว่า ปัจจัยภายในที่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูในระดับมาก คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน เช่น มีสถานที่ทำงานและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการทำงานโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 รองลงมาคือ สายการบังคับบัญชา มีความยุติธรรม ความซื่อสัตย์และมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53 ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูในระดับมาก คือ วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ได้รับการยอมรับและได้รับการสนับสนุนรวมถึงได้รับความร่วมมือจากครูและบุคลากรในการดำเนินงานตามนโยบายและแผนงาน และวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการดำเนินงานภายใต้กรอบของแผนงานและโครงการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 4.

4. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.21 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และภักดีต่อองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 รองลงมาคือ ท่านมีการติดตามงานที่ปฏิบัติอยู่ตลอดเวลา และเมื่อมีบุคคลอื่นกล่าวหาองค์กรของท่านในทางไม่ดี โดยไม่ทราบข้อเท็จจริง ท่านจะชี้แจงให้ทราบด้วยเหตุผลที่ชัดเจนถูกต้องมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80

5. สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล (ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และเงินเดือน) ที่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ผลการทดสอบ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านตำแหน่งที่มีส่วนสำคัญต่อปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ไม่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ส่วนด้านเงินเดือนนั้นปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเงินเดือน ที่มีส่วนสำคัญต่อปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยแนวทางพัฒนา (ได้แก่

ด้านนโยบายและการบริหาร, ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน,ด้านการควบคุมบังคับบัญชา, ด้านความพอเพียงของค่าตอบแทนและ สวัสดิการ, ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนในองค์กร) การปฏิบัติงานของครูที่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อแนวทางพัฒนา การปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์กับประสิทธิภาพปฏิบัติงานของครู พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อแนวทางพัฒนาการปฏิบัติงานของครูทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหาร , ด้านความพอเพียงของค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนในองค์กรไม่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และด้านการควบคุมบังคับบัญชา มีระดับความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ (r =.294 , .290) กับประสิทธิภาพปฏิบัติงานของครูที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่มีความสำคัญนอกเหนือการควบคุมที่มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ผลการทดสอบ พบว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญนอกเหนือการควบคุมกับประสิทธิภาพปฏิบัติงานของครู มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01

การอภิปรายผล

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายได้ ดังนี้ เมื่อพิจารณารายข้อในแต่ละด้าน พบว่า ด้านนโยบายและการบริหารงาน โดยรวมมีค่าแปลผลอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อภิปรายได้ว่า ครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ มีความเห็นว่านโยบายและการบริหารเป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของตนเอง ทั้งอาจเป็นเพราะว่า วิทยาลัยมีการกำหนดแผนการปฏิบัติงาน และมีระบบโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน ช่วยให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบ วิทยาลัยฯ ให้การสนับสนุน และส่งเสริมบุคลากรที่มีการปฏิบัติงานดีและมีประสิทธิภาพ บุคลากรได้รับข้อมูลอย่างเพียงพอเกี่ยวกับแผนงานและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่และ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของหน่วยงาน ทำให้บุคลากรต้องปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของธนกฤต วัฒนากูล (2551) ได้ศึกษาวิจัยปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัทสายไฟฟ้าบางกอกเคเบิ้ล จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า นโยบายการบริหาร เป็นปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทสายไฟฟ้าเคเบิ้ล จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานโดยรวมมีค่าแปลผลอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อภิปรายได้ว่า ครูวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ มีความเห็นว่าความก้าวหน้าในหน้าที่การงานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของตนเอง ทั้งนี้อาจเพราะวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์มีการส่งเสริมให้บุคลากร ศึกษาต่อ อบรมสัมมนา เพื่อเพิ่มพูนความรู้ มีโอกาสได้รับ การพิจารณาความดีความชอบตามความสามารถในการปฏิบัติงาน งานที่ปฏิบัติอยู่ส่งเสริมให้ได้รับความก้าวหน้าในตำแหน่งที่สูงขึ้น และการปฏิบัติงานในหน้าที่ช่วยให้มีเกียรติและมีชื่อเสียง สอดคล้องกับงานวิจัยของอัครพล พรหมอุตม์ (2550, น. 61) ศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของบุคลากรอู่ทหารเรือพระจุลจอมเกล้า กรมอู่ทหารเรือ ด้านโอกาสและความก้าวหน้า พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นที่ดีด้านการควบคุมบังคับบัญชาโดยรวมมีค่าแปลผลอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้ อภิปรายได้ว่าบุคลากรวิทยาลัยฯมีความเห็นว่าการควบคุมบังคับบัญชา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานของตนเอง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าบุคลากรมีความศรัทธาต่อผู้บังคับบัญชา เนื่องจากผู้บังคับบัญชาได้เอาใจใส่ต่อผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างทั่วถึง ยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใต้บังคับบัญชา ให้อิสระในการปฏิบัติงานและมีการเสริมสร้างความรักความสามัคคี ในหน่วยงาน บุคลากรมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของเฟรดเดอริค เฮอร์สเบอร์ก (Frederick Herzberg) (อ้างถึงใน สมยศ นาวีการ. 2551, น. 378) กล่าวถึงการควบคุมบังคับบัญชาว่าเป็นความรู้ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการบริหารงาน ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงาน ด้านความพอเพียงของค่าตอบแทน และสวัสดิการ โดยรวมมีค่าแปลผลอยู่ในระดับ

ปานกลาง ที่เป็นเช่นนี้อภิปรายได้ว่าบุคลากรวิทยาลัยฯ มีความเห็นว่า ค่าตอบแทนและสวัสดิการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของตนเอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในการพิจารณาเพิ่มค่าตอบแทน เงินเดือน เป็นไปตามความรู้ความสามารถ เหมาะสมกับผลการปฏิบัติงาน สวัสดิการต่าง ๆ ที่วิทยาลัยฯ ได้จัดให้แก่บุคลากรมีการพิจารณาตามความเหมาะสมและเป็นธรรม บุคลากรพึงพอใจอยู่บ้าง โดยเห็นว่ามีความเหมาะสมปานกลางกับหน้าที่ความรับผิดชอบ และทำให้ดำรงชีวิตอยู่ได้ รวมถึงความพึงพอใจที่มีการจัดและปรับปรุงสวัสดิการต่างๆ ให้อย่างเหมาะสมอยู่เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เทียน เอี่ยมอ่อน (2553, น. 63) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ฝ่ายปฏิบัติการภาคเหนือ จังหวัดพิษณุโลก พบว่าด้านสิทธิประโยชน์ที่บุคลากรได้รับจากหน่วยงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานโดยรวมมีค่าแปลผลอยู่ในระดับมาก อภิปรายได้ว่า บุคลากรวิทยาลัยฯ มีความเห็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของตนทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า บุคลากรในวิทยาลัยฯ มีความสัมพันธ์และสามัคคีกันอย่างดี ให้ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการทำงานซึ่งกันและกัน บุคลากรในหน่วยงาน ให้ความเคารพและให้เกียรติซึ่งกันและกัน เพื่อนร่วมงานร่วมกันให้คำปรึกษาหารือ และร่วมกันแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน และผู้บังคับบัญชาเคารพสิทธิส่วนบุคคลไม่ก้าวก่ายงานในหน้าที่ ส่งผลให้บุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ เย็นตะวัน ศรีวิเศษ (2554, น. 63) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา สังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ผลจากการศึกษาวิจัย พบว่าโดยรวมมีค่าแปลผลอยู่ในระดับปานกลาง โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริตและภักดีต่อองค์กร มีการติดตามงานที่ปฏิบัติอยู่ตลอดเวลา เมื่อมีบุคคลอื่นกล่าวหาองค์กรของท่านในทางไม่ดีโดยไม่ทราบข้อเท็จจริงจะชี้แจงให้ทราบด้วยเหตุผลที่ชัดเจนถูกต้อง เมื่องานที่ท่านปฏิบัติเกิดผิดพลาดปรับปรุงแก้ไขอยู่เสมอเต็มใจให้ความช่วยเหลือและร่วมมือในงานนอกเหนืองานประจำ และมีความกระตือรือร้นการทำงานด้วยบริการที่ยิ้มแย้มเสมอ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะแนวทางเพื่อให้บุคลากรเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มศักยภาพ เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการทำงานมากขึ้น ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและมีค่าแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านนโยบายและการบริหาร ดังนั้น หน่วยงานหรือองค์การต้องรักษาและพัฒนาระบบโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน ช่วยให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบอยู่เสมอ ซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรทำงานประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานระบบเดียวกัน

2.ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและมีค่าแปลผล อยู่ในระดับต่ำสุด คือ ด้านความพอเพียงของค่าตอบแทนและสวัสดิการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลากรยังเห็นว่าการพิจารณาเพิ่มค่าตอบแทน เงินเดือน ยังไม่เป็นไปตามความรู้, ความสามารถและเหมาะสมกับผลการปฏิบัติงาน เหมาะสมกับหน้าที่ที่รับผิดชอบ ดังนั้น การประเมินผลงานควรมีความยุติธรรมมากยิ่งขึ้นให้เห็นถึงความยุติธรรม ความกระจ่างแจ้งแจ่มชัดในการพิจารณา

References

Navykarn, S. (1982) .*Organizational development and motivation.* Bangkok: Bhannakij. (in Thai).

Phromutm, A. (2007). *Efficiency of Personnel Performance King Chulachomklao Royal Navy's Royal Navy Naval.* Master of Independent Study, Burapha University. (in Thai).

Potchanapanichkul, P. (2016). *Improving the work efficiency of individuals.* Retrieved from http://www.sddc.co.th/knowledge/article/131. (in Thai).

Royal Institute Dictionary. (2013). Bangkok: Nanmeebooks

Sangwisas, Y. (2010). *Job Motivation of Teachers and Educational Personnel under the Vocational Commission is Surat Thani Province*. Master of Business Administration, Saratthani Rajabhat University. (in Thai).

Srabua, P. (2007). *The Relationship Between Value, Personality and Life Satisfaction with Working Efficiency of Employees of Provincial Electricity Authority*. Master of Business Administration Degree in Management, Srinakharinwirot University. (in Thai).

Tangchai, P. (2011). *Efficiency of staff performance in accordance with Four Iddhipada : A case study of Ampas Industries Company Limited, Samutprakarn Province.* Degree of Master of Arts (Public Administration), Mahachulalongkornrajavidyalaya University. (in Thai).

Watanakul, T. (2008). *Employee motivation factors towards working at Bangkok Cable Company Limited Samut Prakan Province.* Master of Business Administration, Chiang Mai University. (in Thai).

การเปรียบเทียบการให้บริการของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

Comparison of Customer Service Satisfaction between Bangkok Mass Transit System Public Company Limited (BTS) and Bangkok Expressway and Metro Public Company Limited (MRT)

เปมิกา กิตตินันทวรกุล และอ.ทิพย์รัตน์ แสงเรืองรอบ
Pemika Kittinuntavorakul and Tibrat Sangrongrop
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
Master of Business Administration, Stamford International University
Received: September 10, 2018
Revised: September 16, 2019
Accepted: October 4, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างด้านคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) และบริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ให้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ผู้ที่เคยใช้บริการและยังคงใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้ามหานครเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างละ 250 คน รวม 500 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบทวิ ผลการวิจัยในภาพรวมพบว่า มี 2 ปัจจัยที่มีความแตกต่างกัน คือ (1) ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการ (Safety) ที่ผู้ใช้บริการมองว่า การให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครดีกว่ารถไฟฟ้าบีทีเอส ที่ค่า Beta = 0.276 และ (2) ปัจจัยด้านความสะดวกในการให้บริการ (Convenience) ที่ผู้ใช้บริการมองว่า การให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสดีกว่ารถไฟฟ้ามหานคร ที่ค่า Beta = 0.219 และเมื่อทำการวิเคราะห์แบ่งแยกตามเพศและอายุพบว่า ผู้ใช้บริการมองต่างกันในหลายปัจจัย โดยที่การให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครดีกว่า กล่าวโดยสรุป การให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครมีหลายปัจจัยที่ดีกว่าการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส

คำสำคัญ: คุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะ, ความพึงพอใจ, รถไฟฟ้าบีทีเอส, รถไฟฟ้ามหานคร

Abstract

The purposes of this research were to study the differences in the influences of the quality of services on customer satisfaction with the quality of public transportation services between Bangkok Mass Transit System Public Company Limited, which is “BTS”, and Bangkok Expressway and Metro Public Company Limited, which is “MRT” .The sample size used in the study were 250 respondents per company or 500 respondents in total, who have used and who are currently using both BTS and MRT services. The respondents answered questionnaires. Survey data were analyzed using an Exploratory Factor Analysis and Binary Logistic Regression Analysis. The results revealed the overall customer satisfaction factors between BTS and MRT were different in two key factors (1) for safety factors, the results showed that the customers were more satisfied with the quality of the safety services of the MRT than the BTS at 0.276 Beta (2) on the other hand, the convenience factor service of the BTS was better than the MRT services at 0.219 Beta. When analyzing in terms of gender and age, the result showed that the customers were satisfied with many different factors, with the MRT service being better. In summary, the MRT service had an overall better satisfaction rating than the BTS service.

Keywords: public transport service quality, satisfaction, BTS, MRT

บทนำ

“กรุงเทพมหานคร” เมืองหลวงของประเทศไทย แหล่งรวมความเจริญก้าวหน้าของประเทศในทุก ๆ ด้าน และเป็นเมืองที่มีปัญหาด้านการจราจรอย่างต่อเนื่องสืบเนื่องจากปริมาณรถยนต์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ สวนทางกับสภาวะทางเศรษฐกิจจึงก่อให้เกิดปัญหาด้านการจราจรที่ติดขัดเพิ่มมากขึ้นและส่งผลทำให้กลายเป็นเมืองที่ถูกจัดอันดับให้เป็นเมืองที่รถติดในอันดับแรก ๆ ของโลก จากการสำรวจของหลายหน่วยงานในต่างประเทศ INRIX บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยีบนท้องถนนของประเทศสหรัฐอเมริกาได้เปิดเผยรายงาน Global Traffic Scorecard Report 2017 พบว่า ประเทศไทยมีรถติดมากเป็นอันดับที่ 1 จากการสำรวจใน 38 ประเทศ ทั้งนี้ในการสำรวจของ INRIX จะไม่ได้นำประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลก อาทิ ประเทศจีนและอินเดียเข้ามารวมในการสำรวจ เนื่องจากมีประชากรจำนวนมากภายในประเทศจึงส่งผลทำให้ตามเมืองใหญ่ ๆ มีปัญหาการจราจรที่หนาแน่นและติดขัดอยู่เสมอ และเมื่อแบ่งแยกสำรวจตามเมืองได้พบว่า กรุงเทพมหานครถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 11 จากการสำรวจใน 1,360 เมือง และเป็นเมืองที่รถติดมากที่สุดในเอเชีย โดยผู้ใช้ยวดยานพาหนะต้องเสียเวลาประมาณ 64 ชั่วโมงต่อปี ทั้งนี้เมืองที่มีรถติดมากที่สุดในโลกคือเมืองลอสแองเจลิสประมาณ 102 ชั่วโมง ต่อปีในขณะที่เมืองลาสเวกัสถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 100 ซึ่งเป็นเมืองที่รถติดน้อยที่สุดของผลสำรวจใน 100 อันดับแรกที่ INRIX ได้ทำการสำรวจ โดยผู้ใช้ยวดยานพาหนะเสียเวลาประมาณ 24 ชั่วโมงต่อปี (INRIX, 2018)

จากสภาพปัญหาการจราจรที่ติดขัดของกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นปัญหาหลักมาอย่างยาวนาน รัฐบาลจึงพยายามหาแนวทางแก้ไขและได้เลือกนำระบบขนส่งมวลชนรูปแบบรางมาเป็นส่วนหนึ่งในแผนแม่บทระบบขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (Mass Transit Master Plan) โดยให้บริษัทเอกชนคือ บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ดำเนินงานก่อสร้างในโครงการระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (Bangkok

Mass Transit System Project: BTS) ซึ่งเป็นโครงการรถไฟฟ้าสายแรกของประเทศไทยและเปิดให้บริการครั้งแรกวันที่ 5 ธันวาคม 2542 (บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2554) ภายหลังจากการเปิดให้บริการพบว่า ยังไม่สามารถแก้ปัญหาการจราจรที่ติดขัดได้ รัฐบาลจึงหาแนวทางแก้ไขเพิ่มเติมและก่อกำเนิดเป็นโครงการรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) ขึ้นซึ่งเป็นโครงการรถไฟฟ้าใต้ดินสายแรกของประเทศไทย ในครั้งนี้เป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐคือ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) และภาคเอกชนคือ บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้เปิดให้บริการในวันที่ 3 กรกฎาคม 2547 ในเส้นทางสถานีรถไฟหัวลำโพงถึงสถานีบางซื่อ (บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2559)

ภายหลังจากการเปิดให้บริการของทั้งสองบริการพบว่า สามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่ผู้ใช้บริการได้เพิ่มมากขึ้นจึงส่งผลทำให้มีจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันยังคงพบปัญหาในการให้บริการอีกเช่นกัน โดยพิจารณาจากข้อมูลที่ทั้งสองบริการได้รายงานผ่านทาง Twitter ทางการของบริษัท คือ BTS SkyTrain และ MRT Bangkok Metro ที่มีการรายงานข้อมูลปัญหาต่าง ๆ อยู่ตลอด ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ใช้บริการทั้งในด้านการเดินทางรวมถึงด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องของคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะโดยเลือกนำมาศึกษาเปรียบเทียบการให้บริการของทั้งสองบริการเพื่อที่จะได้ทราบว่า ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะด้านใดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุดและมีความแตกต่างต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างไร เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพในการบริการให้มีประสิทธิภาพและตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด ตลอดจนนำผลจากการวิจัยนี้มาใช้ในการต่อยอดองค์ความรู้ของผู้วิจัยเองในอนาคต รวมถึงผู้ที่มีความสนใจทุก ๆ ท่านอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบว่า ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะด้านใดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันสูงสุด
3. เพื่อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะ (Public Transport Service Quality) จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ สามารถสรุปได้ว่า แนวคิดและทฤษฎีนี้ยังไม่มีการกำหนดปัจจัยในการประเมินคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะที่แน่นอนเหมือนการประเมินคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality) โดยทั่วไป รวมทั้งปัจจัยในการประเมินมีความแตกต่างกันออกไป ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดปัจจัยในการประเมินคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะจำนวน 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสบายในการให้บริการ (Comfort) ปัจจัยด้านความสะดวกในการให้บริการ (Convenience) ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ในการให้บริการ (Reliability) ปัจจัยด้านความพร้อมในการให้บริการ (Availability) ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการ (Safety) และปัจจัยด้านการรู้จักและเอาใจใส่ในการให้บริการ (Empathy) โดยคัดเลือกมาจากข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ถูกใช้ในการประเมินคุณภาพและมีความสำคัญโดยตรงต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะในต่างประเทศ ทั้งนี้ในการคัดเลือกนี้จะไม่ได้นำข้อมูลจากภายในประเทศมาเข้าร่วมเนื่องจากมีข้อมูลในการศึกษาจำนวนน้อย

ตาราง 1

แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะ

ผู้วิจัย	Comfort	Convenience	Reliability	Availability	Safety	Empathy
McKnight, Pagano & Paaswell's (1986) อ้างถึงใน Govender (2014)	✓		✓		✓	
		Affordability	Service			
Silcock (1981) อ้างถึงใน Prasad & Shekhar (2010)	✓	✓	✓		✓	
		The measures of accessibility				
UNESCAP (2012)			✓	✓		
			The time			
Currie (2005) อ้างถึงใน Ugo (2014)	✓					
		The existence of infrastructural support systems	Journey duration			
Andreassen (1995) อ้างถึงใน Belwal & Belwal (2010)				✓	✓	
		Design, Layout, Location	Time spent in traveling, Quality of vehicles, Information about services			
Eboli, Fu & Mazzulla (2016)	✓				✓	
		Cleanliness	Information, Service		Personnel	
Eboli & Gabriella (2007)	✓	✓				
					Security	
Hu & Jen (2006)		✓				
		Tangible service equipment				Operating management support
Prasad & Shekhar (2010)	✓	✓	✓			✓
		Tangible, Connection		Respon-siveness	Assurance	
Sumaedi, Bakti & Yarmen (2012)	✓		✓		✓	
		Condition of vehicles and facilities	Performance		Crews' attitude	

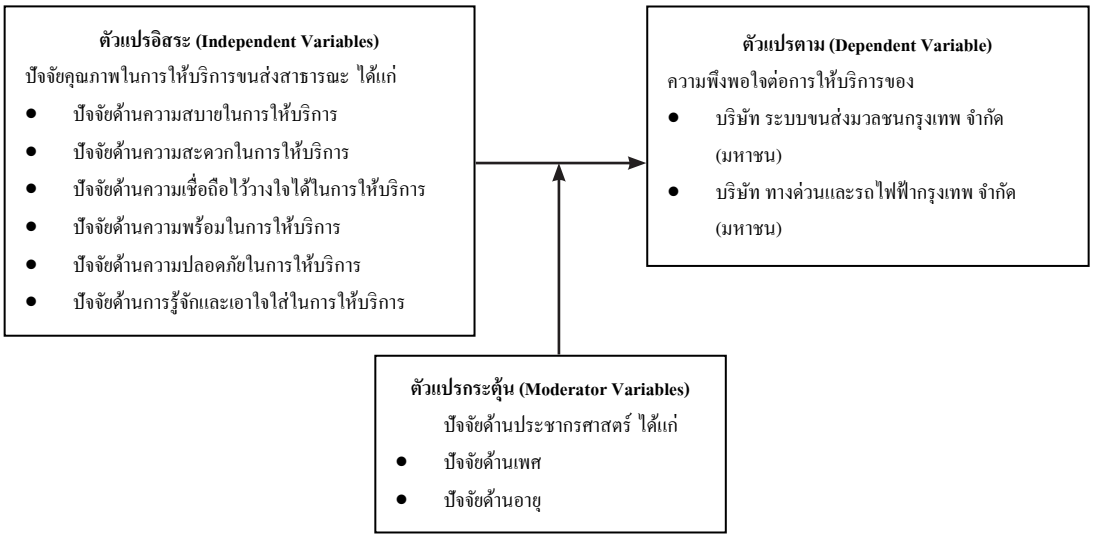
ตาราง 1 (ต่อ)

แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะ

ผู้วิจัย	Comfort	Convenience	Reliability	Availability	Safety	Empathy
Joewono & Kubota (2007) อ้างถึงใน Yarmen & Sumaedi (2016)	✓		✓	✓	✓	
		Information, Accessibility		Customer service, Fare		
Perez, Abad, Carrillo & Fernandez (2007)			✓			✓
		Tangibility			Assurance	
Govender (2014)	✓		✓		✓	
		Afford ability	Service			
Disney (1998) อ้างถึงใน Belwal & Belwal (2010)	✓		✓			
	Friendliness of services	Cleanliness of interiors and exteriors, Ease of access	Frequency, Easy to understand timetables	Reasonable fares		

หมายเหตุ: เครื่องหมาย ✓ แทนปัจจัยที่ตรงกับปัจจัยคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะทั้ง 6 ปัจจัย ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน จำนวน 6 สมมติฐาน

2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทั้ง 2 ปัจจัย ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน จำนวน 2 สมมติฐาน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบ่งตามลักษณะการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาพื้นฐานของปัญหาซึ่งสามารถวัดได้ในเชิงตัวเลข แล้วจึงนำมาวิเคราะห์เชิงสถิติในลำดับถัดไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population): ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้ามหานครเป็นหลัก ทั้งเพศชายและเพศหญิง ช่วงอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

2. หน่วยวิเคราะห์ (Unit of Analysis): ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เคยใช้บริการและยังคงใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้ามหานครเป็นหลัก ช่วงอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Design): เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) คือ วิธีการจับสลาก โดยกำหนดสลากเป็น 2 ชุด ได้แก่ สถานีของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้ามหานคร ซึ่งมีข้อกำหนดคือ สลากทั้ง 2 ชุด จะไม่ได้นำสถานีให้บริการที่สามารถเชื่อมต่อระหว่างกันได้มาเขียนเป็นสลาก หลังจากนั้นทำการหยิบสลากของแต่ละชุดครั้งละ 1 สลาก โดยไม่ใส่คืนจนครบอย่างละ 5 สถานี สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ได้แก่ สถานีบางจาก สถานีสยาม สถานีสนามเป้า สถานีกรุงธนบุรี และสถานีวุฒากาศ และสถานีรถไฟฟ้ามหานคร ได้แก่ สถานีกำแพงเพชร สถานีคลองเตย สถานีสามย่าน สถานีหัวลำโพง และสถานีสุทธิสาร

4. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size): จำนวน 500 ตัวอย่าง และในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบ่งเป็น กลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้ามหานครอย่างละ 250 ตัวอย่าง ใน 5 สถานีที่ได้กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย: แบบสอบถาม 1 ชุด จำนวน 39 ข้อคำถาม โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเพื่อประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดค่าตั้งแต่ 1.00 - 5.00 (น้อยที่สุดไปมากที่สุด) และสามารถตอบเป็นทศนิยม 2 ตำแหน่งได้ จำนวน 37 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ปัจจัยด้านเพศและปัจจัยด้านอายุ ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 2 ข้อ

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability): Pre - test จำนวน 30 ตัวอย่าง ได้ค่าเท่ากับ 0.943 และ Post - test จำนวน 500 ตัวอย่าง ได้ค่าเท่ากับ 0.949 จาก 36 ข้อคำถาม ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดคือ 0.7 จึงสามารถอธิบายได้ว่า แบบสอบถามชุดนี้มีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมคือ ตั้งแต่วันที่ 18 เมษายน 2561 ถึงวันที่ 21 พฤษภาคม 2561

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA): เป็นเทคนิคการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อศึกษาว่า ตัวแปรใดบ้างที่ตรงกับโมเดลที่มีอยู่ รวมทั้งเพื่อต้องการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับโครงสร้างขององค์ประกอบว่า องค์ประกอบแต่ละตัวประกอบด้วยตัวแปรใดบ้าง มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ หรือมีปัจจัยแฝงในกลุ่มเดียวกันหรือไม่ ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์เรียบร้อยแล้วจะได้ความสัมพันธ์เชิงเกี่ยวข้องในเชิงตัวเลข หรือในเชิงของค่า (Association) และตัวแปรที่รวมกลุ่มกันจะมีความสัมพันธ์ไม่ต่ำกว่า 0.30 โดยพิจารณาจากตาราง Correlation Matrix (กัลยา วานิชบัญชา, 2552; ยุทธ ไกยวรรณ์, 2557)

2. การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบทวิ (Binary Logistic Regression Analysis): เป็นการ

วิเคราะห์สถิติเชิงคุณภาพที่มีข้อมูลตัวแปรเกณฑ์ (y) เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพนั่นคือ ตัวแปรเกณฑ์จะเป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม ทั้งนี้มีเป้าหมายในการวิเคราะห์จำนวน 2 ข้อ คือ (1) เพื่อทำนายโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ โดยอาศัยสมการโลจิสติกส์ที่สร้างขึ้นจากชุดตัวแปรทำนาย (x's) ที่มีข้อมูลอยู่ในระดับอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นอย่างน้อย แต่ถ้าหากเป็นข้อมูลเชิงกลุ่มจะต้องแปลงเป็นตัวแปรทวิ (Dichotomous Variables) ที่มีค่า 0 กับ 1 ก่อนเสมอ ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายจะต้องมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ หรือไม่มีความสัมพันธ์กันเลย ซึ่งจะใช้เกณฑ์ของ Burn & Grove, 1993; Stevens, 1996. อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ์ (2557) ค่า r ไม่เกิน 0.65 และ 0.80 ตามลำดับ และขนาดในการวิเคราะห์จะต้องไม่ต่ำกว่า 30 ตัวแปร (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายและตัวแปรเกณฑ์ว่า ตัวแปรทำนายตัวใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรเกณฑ์ ซึ่งความสัมพันธ์จะไม่เป็นความสัมพันธ์เชิงเส้น (Linear) จึงต้องมีการปรับเพื่อให้ความสัมพันธ์อยู่ในรูปเชิงเส้นรูปของ odds ก่อนเสมอ และในด้านการเขียนโมเดลโลจิสติกส์จะต้องเขียนอยู่ในรูป log ของ odds เรียกว่า Logit (กัลยา วานิชบัญชา, 2552; ยุทธ ไกยวรรณ์, 2557)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์: ปัจจัยด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 และเป็นเพศชายมีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 และปัจจัยด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี มีจำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31 - 45 ปี มีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 และช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ: การวิจัยครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ทั้งหมด 4 รอบ ซึ่งในรอบที่ 1 และ 2 พบว่า มีค่าความร่วมกันที่น้อยกว่า 0.5 จึงต้องทำการลบปัจจัยดังกล่าวออกเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ใหม่อีกครั้ง และเมื่อทำการวิเคราะห์ใหม่ในรอบที่ 3 พบว่า ปัจจัยทุกตัวมีค่าความร่วมกันที่มากกว่า 0.5 แต่เมื่อพิจารณาในด้านการหมุนแกนองค์ประกอบพบว่า น้ำหนักองค์ประกอบของบางปัจจัยมีค่าความสัมพันธ์กับองค์ประกอบที่ไม่มีความไม่ชัดเจนว่า ปัจจัยดังกล่าวจะถูกจัดอยู่ใน Component ใด อีกทั้งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนดคือจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงต้องทำการลบปัจจัยดังกล่าวออกเพื่อทำการวิเคราะห์ใหม่อีกครั้งในรอบที่ 4 ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์คือ ทุกปัจจัยมีค่าความร่วมกันที่มากกว่า 0.5 และในด้านการหมุนแกนองค์ประกอบพบว่า ทุกปัจจัยมีค่าความร่วมกันที่มากกว่า 0.5 จึงสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยมีความเป็นส่วนร่วมในกลุ่มตัวแปรเดียวกันโดยสามารถบ่งบอกได้ว่า ตัวแปรในกลุ่มนั้น ๆ มีความสัมพันธ์กันกับคำถามในข้ออื่น ๆ ซึ่งสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบได้จำนวน 6 องค์ประกอบเช่นเดิม ดังนั้นผลการวิเคราะห์นี้จึงยืนยันตามสมมติฐานเดิมที่ได้ตั้งไว้

3. ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบทวิ: กำหนดค่าตัวแปรตามคือ BTS เป็น 0 และ MRT เป็น 1 ซึ่งผลจากการทดสอบสมมติฐาน H0 พบว่า มีจำนวน 2 ปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 คือ ปัจจัยด้านความสะดวกในการให้บริการ (Convenience) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.019 และค่า Beta เท่ากับ - 0.219 และปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการ (Safety) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 และค่า Beta เท่ากับ 0.276 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยทั้งสองด้านปฏิเสธสมมติฐานที่ H0 จึงมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของทั้งสองบริษัทแตกต่างกัน ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2

ผลสรุปการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบทวิ

ปัจจัย	ค่า Beta	ค่า S.E.	ค่า Wald	ค่า df	ค่า Sig.	ค่า Exp(B)
Empathy	.147	.093	2.503	1	.114	1.159
Reliability	.107	.092	1.350	1	.245	1.113
Convenience	-.219	.093	5.476	1	.019*	.804
Comfort	.125	.092	1.842	1	.175	1.133
Safety	.276	.094	8.607	1	.003*	1.318
Availability	.012	.100	.014	1	.905	1.012
Constant	**-.003**	**.091**	**.001**	**1**	**.970**	**.997**

* มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่น 0.05

4. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านเพศ: ผลการวิเคราะห์แบ่งแยกตามเพศชายโดยทำการทดสอบสมมติฐาน H0 พบว่า มีจำนวน 1 ปัจจัย ที่มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการ (Safety) มีค่า Sig. = 0.032 และค่า Beta = 0.439 และเพศหญิงโดยทำการทดสอบสมมติฐาน H0 ได้ พบว่า มีจำนวน 3 ปัจจัย ที่มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 คือ ปัจจัยด้านความสะดวกในการให้บริการ (Convenience) มีค่า Sig. = 0.015 และค่า Beta = - 0.286 ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการ (Safety) มีค่า Sig. = 0.016 และค่า Beta = 0.265 และปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ในการให้บริการ (Reliability) มีค่า Sig. = 0.038 และค่า Beta = 0.233 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยดังกล่าวปฏิเสธสมมติฐานที่ H0 จึงมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของทั้งสองบริษัทแตกต่างกัน ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3

ผลสรุปการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบทวิแบ่งแยกตามเพศ

ปัจจัย	ค่า Beta		ค่า S.E.		ค่า Wald		ค่า df		ค่า Sig.		ค่า Exp(B)	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
Empathy	.247	.124	.216	.105	1.317	1.402	1	1	.251	.236	1.281	1.132
Reliability	-.172	.233	.188	.112	.838	4.311	1	1	.360	.038*	.842	1.262
Convenience	-.166	-.286	.168	.118	.980	5.872	1	1	.322	.015*	.847	.752
Comfort	.022	.149	.173	.112	.016	1.767	1	1	.901	.184	1.022	1.161
Safety	.439	.265	.205	.110	4.612	5.789	1	1	.032*	.016*	1.552	1.303
Availability	-.008	-.050	.176	.137	.002	.131	1	1	.965	.717	.992	.952
Constant	-.192	.115	.182	.110	1.114	1.093	1	1	.291	.296	.826	1.122

*มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่น 0.05

5. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านอายุ: ผลการวิเคราะห์แบ่งแยกตามอายุ สำหรับช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี โดยทำการทดสอบสมมติฐาน H0 ได้ พบว่า มีจำนวน 2 ปัจจัย ที่มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการ (Safety) มีค่า Sig. = 0.009 และค่า Beta = 0.351 และปัจจัยด้านความสบายในการให้บริการ (Comfort) มีค่า Sig. = 0.041 และค่า Beta = 0.279 และ สำหรับช่วงอายุ 31 - 45 ปี โดยทำการทดสอบสมมติฐาน H0 ได้ พบว่า มีจำนวน 1 ปัจจัย ที่มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 คือ ปัจจัยด้านความสะดวกในการให้บริการ (Convenience) มีค่า Sig. = 0.028 และค่า Beta = - 0.319 ซึ่งแสดงว่าปัจจัยดังกล่าวปฏิเสธสมมติฐานที่ H0 จึงมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของทั้งสองบริษัทแตกต่างกัน ดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4

ผลสรุปการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบทวิแบ่งแยกตามอายุ

ปัจจัย	ค่า Beta		ค่า S.E.		ค่า Wald		ค่า df		ค่า Sig.		ค่า Exp(B)	
	ต่ำกว่า 30 ปี	31-45 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	31-45 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	31-45 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	31-45 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	31-45 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี	31-45 ปี
Empathy	.119	.191	.136	.143	.773	1.789	1	1	.379	.181	1.127	1.211
Reliability	.098	.174	.129	.149	.580	1.367	1	1	.446	.242	1.103	1.190
Convenience	-.228	-.319	.142	.145	2.563	4.852	1	1	.109	.028*	.796	.727
Comfort	.279	-.033	.136	.141	4.187	.053	1	1	.041*	.817	1.322	.968
Safety	.351	.141	.135	.149	6.801	.894	1	1	.009*	.344	1.420	1.152
Availability	-.136	.254	.157	.169	.748	2.267	1	1	.387	.132	.873	1.289
Constant	-.093	.066	.128	.145	.527	.206	1	1	.468	.650	.911	1.068

*มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่น 0.05

อภิปรายผล

ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้ามหานคร ประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยด้านความสะดวกในการให้บริการ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านความสะดวกในการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสมากกว่า ที่ค่า Beta ของ BTS = 0.219 เมื่อ MRT = 0 จำนวน 0.804 เท่า และการอภิปรายผลของปัจจัยนี้มีความสอดคล้องกับ Belwal & Belwal (2010) ที่อธิบายว่าความสะดวกในการให้บริการขนส่งสาธารณะมีความสำคัญมากที่สุดต่อผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ Izquierdo - Yusta & Schultz (2011) อ้างถึงใน Ali, Noor & Mahmood (2016) ที่ได้อธิบายว่าความสะดวกในการให้บริการนั้นเป็นตัวแปรสำคัญที่จะนำไปสู่พฤติกรรมการเลือกซื้อที่ดีของผู้บริโภค เนื่องจากสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว รวมถึง Archana & Subha (2012) ที่ได้อธิบายว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดเตรียมความสะดวกต่าง ๆ ไว้คอยให้บริการ

ทั้งนี้ในส่วนของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการนั้นมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ รถไฟฟ้าบีทีเอสมี 2 เส้นทางในการให้บริการคือ โครงการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ ๖ รอบพระชนมพรรษา สาย ๑ หรือสายสุขุมวิท (หมอชิต - สำโรง) จำนวน 23 สถานี และโครงการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ ๖ รอบพระชนมพรรษา สาย ๒ หรือสายสีลม (สนามกีฬาแห่งชาติ - บางหว้า) จำนวน 13 สถานี ซึ่งทั้งสองเส้นทางนี้เป็นเส้นทางสายหลักในการเดินทางภายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจึงทำให้มีความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการมากกว่า อีกทั้งในด้านเชื่อมต่อยังพบว่าสามารถเชื่อมต่อกับอาคาร หรือระบบขนส่งอื่น ๆ ได้อย่างสะดวกอีกด้วย ในขณะที่รถไฟฟ้ามหานครมี 2 เส้นทางในการให้บริการเช่นกันคือ โครงการรถไฟฟ้ามหานครสาย

เฉลิมรัชมงคล (สถานีรถไฟหัวลำโพง - บางซื่อ) จำนวน 18 สถานี และโครงการรถไฟฟ้ามหานครสายฉลองรัชธรรม (คลองบางไผ่ - เตาปูน) จำนวน 16 สถานี แต่เส้นทางในการให้บริการยังเป็นเส้นทางสายรองในการเดินทาง และสถานีในการให้บริการอยู่ห่างไกลจากแหล่งชุมชนจึงทำให้ไม่สะดวกต่อการใช้บริการ ด้วยเหตุนี้จึงอาจจะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มากกว่า

ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครมากกว่า ที่ค่า Beta ของ MRT = 0.276 เมื่อ BTS = 0 จำนวน 1.318 เท่า และการอภิปรายผลของปัจจัยนี้มีความสอดคล้องกับ Bezerra & Gomes, 2015; Gkritza et al., 2006; Perng et al., 2010; Tuncer & Gavcar, 2014; Bogicevic et al., 2013; Chen et al., 2015; de Barros et al., 2007; Sakano et al., 2016. อ้างถึงใน Gures, Yilmaz, Arslan, Durmuscelebi, Yuksel & Unsal (2017) และ Munusamy, Chelliah & Mun (2010) และ Crime Concern (2002) อ้างถึงใน Currie, Delbosc & Mahmoud (2013) ที่อธิบายว่า ความปลอดภัยในการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มาเข้าบริการ โดย Wu, Yang, Rasouli & Xu (2016) และ Horsu & Yeboah (2015) และ Loukaitou - Sideris (1997) ถูกอ้างถึงใน Currie et al., (2013) และ Gures et al., (2017) และ Adeniran & Adekunle (2016) ได้อธิบายว่า ความปลอดภัยในการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารมากที่สุด เนื่องจากการรับรู้ของผู้โดยสารส่วนใหญ่จะหมายถึง ความรู้และความสามารถของพนักงานขับรถที่ให้บริการ

ทั้งนี้ในส่วนของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการนั้นมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ การให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสได้พบปัญหาในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และจากการรวบรวมข้อมูลของห้องปฏิบัติการวิจัยระบบขนส่งและจราจรอัจฉริยะตั้งแต่ปี 2553 - 2560 พบว่า เกิดปัญหาขึ้นทุกปีและสาเหตุส่วนใหญ่มาจากจุดสับรางขัดข้อง ระบบควบคุมการเดินรถขัดข้อง และอาณัติสัญญาขัดข้อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก ต่อมาในปี 2561 ยังคงพบปัญหาอีกเช่นกัน โดยพิจาณาจากข้อมูลของรถไฟฟ้าบีทีเอสที่ได้ประกาศผ่านทาง Twitter ทางการของบริษัทคือ BTS SkyTrain นับตั้งแต่เดือนมกราคมถึงสิงหาคมที่ผ่านมาพบว่า การให้บริการมีปัญหาทุกเดือน อาทิ เดือนมีนาคม เกิดปัญหาบันไดเลื่อนของสถานีพญาไทได้ยุบตัวลงต่อหน้าผู้ใช้บริการรายหนึ่งที่กำลังจะเข้าใช้บริการ ต่อมาในเดือนมิถุนายน ระบบอาณัติสัญญาณขัดข้องตลอดทั้งเดือน และเดือนสิงหาคม ประตูรถไฟฟ้าได้เปิดออกเองขณะที่รถไฟฟ้ากำลังขับเคลื่อนอยู่ เป็นต้น นอกจากนี้ในด้านการป้องกันภายในสถานียังพบว่า ประตูอัตโนมัติที่กั้นระหว่างสถานีและรางรถไฟฟ้ามีไม่ครบทุกสถานีจึงส่งผลทำให้การใช้บริการไม่ปลอดภัยอีกเช่นกัน ดังเช่นกรณีที่มีผู้ใช้บริการพลัดตกลงไปในรางแล้วได้รับบาดเจ็บ เป็นต้น

ในขณะที่รถไฟฟ้ามหานครถึงแม้ว่าจะมีปัญหาในด้านการให้บริการเช่นกัน แต่เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับรถไฟฟ้าบีทีเอสยังคงพบว่า เกิดปัญหาในการให้บริการจำนวนน้อยกว่า ซึ่งเหตุการณ์ครั้งสำคัญคือ เมื่อ 13 ปีที่ผ่านมาในเดือนมกราคม 2548 รถไฟสองขบวนชนกันที่สถานีศูนย์วัฒนธรรมส่งผลทำให้มีผู้บาดเจ็บมากกว่า 100 คน โดยสาเหตุเกิดจากระบบควบคุมรถขัดข้อง ซึ่งนับว่าเป็นเหตุการณ์ที่ร้ายแรงต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างมากและภายหลังจากเหตุการณ์นี้ทางบริษัทก็ไม่ได้มีเหตุการณ์ร้ายแรงเช่นนี้เกิดขึ้นอีก ถึงแม้ว่าในปัจจุบันอาจจะยังคงพบปัญหาในการให้บริการอยู่บ้าง แต่ไม่บ่อยเท่ากับรถไฟฟ้าบีทีเอส นอกจากนี้ในด้านการป้องกันภายในสถานีพบว่า มีประตูอัตโนมัติกั้นระหว่างสถานีและรางรถไฟฟ้าครบทุกสถานีจึงส่งผลทำให้การบริการมีความปลอดภัยที่มากกว่า ด้วยเหตุนี้จึงอาจจะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการมากกว่า

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านเพศ: ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเพศมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พีระยุทธ คุ้มศักดิ์ (2555) ที่ค้นพบว่า เพศที่แตกต่างกันของผู้โดยสารมีผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพในการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศที่แตกต่างกันเช่นกัน โดยเพศหญิงจะมีความต้องการในด้านความสะดวกมากกว่าเพศชายในการใช้บริการ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Loukaitou - Sideris et al., (2009) อ้างถึงใน Currie et al., (2013) ที่ได้อภิปรายว่า ปัจจัยด้านเพศมีผลต่อความพึงพอใจใน

การใช้บริการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะรู้สึกไม่ปลอดภัยในการใช้บริการขนส่งสาธารณะมากกว่าเพศชาย รวมทั้ง Currie et al., (2013) ที่ค้นพบว่า เพศมีผลต่อความพึงพอใจส่วนบุคคลในการเดินทาง ซึ่งผลการวิเคราะห์ของเพศชายได้พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการเพียงปัจจัยเดียวที่มีผลกระทบ โดยเพศชายมีความพึงพอใจในการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครมากกว่า ที่ค่า Beta ของ MRT = 0.439 เมื่อ BTS = 0 จำนวน 1.552 เท่า ในขณะที่เพศหญิงพบว่ามีจำนวน 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบ ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยด้านความสะดวกในการให้บริการ โดยมีความพึงพอใจในการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสมากกว่า ที่ค่า Beta ของ BTS = 0.286 เมื่อ MRT = 0 จำนวน 0.752 เท่า ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการ โดยมีความพึงพอใจในการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครมากกว่า ที่ค่า Beta ของ MRT = 0.265 เมื่อ BTS = 0 จำนวน 1.303 เท่า และปัจจัยที่ 3 ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ในการให้บริการ โดยมีความพึงพอใจในการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครมากกว่า ที่ค่า Beta ของ MRT = 0.233 เมื่อ BTS = 0 จำนวน 1.262 เท่า

การอภิปรายผลสามารถสรุปได้ว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมองเหมือนกันในเรื่องปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการ โดยมองว่า การให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครดีกว่า เพราะมีปัญหาในการให้บริการที่น้อยกว่าดังเช่นผลสรุปที่ได้กล่าวไปข้างต้น และเพศหญิงยังมีความรู้สึกไม่ปลอดภัยต่อการใช้บริการอีกด้วยเช่นกัน เนื่องจากรถไฟฟ้าบีทีเอสเป็นขนส่งสาธารณะที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก อีกทั้งผลสำรวจยังพบอีกว่า รถไฟฟ้าบีทีเอสติดใน 5 อันดับแรกของขนส่งสาธารณะที่มีการคุกคามทางเพศมากที่สุดของปี 2560 จากการสำรวจของเครือข่ายเมืองปลอดภัยเพื่อผู้หญิง (BBCNews, 2017) นอกจากนี้เพศหญิงยังมองว่า ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ในการให้บริการ โดยมองว่า รถไฟฟ้ามหานครดีกว่าอีกเช่นกัน เนื่องจากมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการที่มากกว่าไม่เสียบ่อย อีกทั้งด้านการเคลื่อนที่ของขบวนรถที่มีความราบรื่นกว่ามากกว่า ซึ่งตรงข้ามกับรถไฟฟ้าบีทีเอสที่ค่อนข้างมีปัญหาในการให้บริการอยู่เสมอจึงส่งผลถึงความน่าเชื่อในการให้บริการทำให้ลดน้อยลงอีกด้วย ด้วยเหตุนี้จึงมีความเป็นไปได้ว่า เพศหญิงจะมีความพึงพอใจในการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครมากกว่า และในขณะเดียวกันได้มองว่าปัจจัยด้านความสะดวกในการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสดีกว่า เนื่องจากการให้บริการมีความสะดวกต่อการใช้บริการที่มากกว่า ทั้งในด้านการใช้บริการของผู้ใช้ด้านเส้นทางการในให้บริการ หรือแม้กระทั่งด้านการเชื่อมต่อบริการที่สะดวกต่อการเดินทาง

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านอายุ: จากผลการวิจัยพบว่า อายุมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับ ประภากร อุ่นอินทร์ และปรียาณัฐ เอี๊ยบศิริเมธี (2016) ที่ได้อภิปรายว่า ช่วงอายุมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างต่อการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในการให้บริการต่างกัน ซึ่งตรงข้ามกับ ศิริรัตน์ สะหุนิล และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) และ พิไลลักษณ์ ภูศรี และช่อ วายุภักตร์ (2560) และ พีระยุทธ คุ้มศักดิ์ (2555) ที่อภิปรายว่า ผู้โดยสารที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพในการบริการไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ในการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการในประเทศพบว่า มีการนำปัจจัยด้านอายุมาทำการวัดความพึงพอใจในคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะจำนวนน้อย และในต่างประเทศได้อีกพบว่า ปัจจัยด้านอายุไม่ได้ถูกนำมาเป็นตัวแปรเพื่อวัดความพึงพอใจในคุณภาพในการให้บริการขนส่งสาธารณะ เนื่องจากเป็นเรื่องที่ทุกคนรู้กันดีอยู่แล้ว หรือ Common sense

ผลการวิเคราะห์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี พบว่า มีจำนวน 2 ปัจจัย ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครมากกว่า ที่ค่า Beta ของ MRT = 0.351 เมื่อ BTS = 0 จำนวน 1.420 เท่า และปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านความสบายในการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครมากกว่า ที่ค่า Beta ของ MRT = 0.279 เมื่อ BTS = 0 จำนวน 1.322 เท่า และผลการวิเคราะห์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 - 45 ปี พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านความสะดวกในการให้บริการเพียงปัจจัยเดียวที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการให้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสมากกว่า ที่ค่า

Beta ของ BTS = 0.319 เมื่อ MRT = 0 จำนวน 0.727 เท่า

การอภิปรายผลสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมองแตกต่างกันนั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี มองใน 2 ประเด็น คือ ปัจจัยด้านความสบายในการให้บริการและปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการ โดยมองว่า รถไฟฟ้ามหานครดีกว่า สืบเนื่องจากมีจำนวนผู้ใช้บริการไม่หนาแน่นเท่ารถไฟฟ้าบีทีเอสจึงทำให้ภายในสถานีและขบวนรถมีความสบายต่อการใช้บริการที่มากกว่า กล่าวคือ ผู้ใช้บริการมีที่นั่งหรือมีพื้นที่ในการโดยสาร รวมทั้งมีอุณหภูมิที่เหมาะสมไม่ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกอึดอัดต่อการใช้บริการ ซึ่งแตกต่างจากรถไฟฟ้าบีทีเอสที่ทุกเวลามีจำนวนผู้ใช้บริการอย่างหนาแน่นจึงส่งผลทำให้ภายในสถานีและขบวนรถไม่มีที่นั่ง แออัด อีกทั้งยังส่งผลต่ออุณหภูมิภายในขบวนรถที่สูงขึ้นทำให้รู้สึกไม่สบายตัวในการใช้บริการอีก รวมถึงปัจจัยด้านความปลอดภัยในการให้บริการที่กลุ่มตัวอย่างกลุ่มยังคงมองว่า รถไฟฟ้ามหานครดีกว่าอีกเช่นกัน เนื่องจากปัญหาในการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีอย่างต่อเนื่องในปัจจุบันจึงอาจส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไม่มีความปลอดภัยต่อการใช้บริการที่มากกว่ารถไฟฟ้ามหานคร ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 31 - 45 ปี มองเพียงปัจจัยด้านความสะดวกในการให้บริการเพียงปัจจัยเดียวที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการให้บริการ โดยมองว่า การให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสดีกว่ารถไฟฟ้ามหานคร (MRT) ซึ่งสอดคล้องกับผลสรุปรวมของกลุ่มตัวอย่างที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

References

Adeniran, J. A., & Adekunle, B. O. (2016). Is service quality a correlate of customer satisfaction? Evidence from Nigerian airports. *Journal of Marketing Studies, 8*(6), 128-140.

Ali, N., Noor, N. A. M., & Mahmood, R. (2016). The Moderating Effect of Convenience towards the Relationship between Satisfaction and Loyalty in Malaysian Banking Industry. *Mediterranean Journal of Social Sciences, 7*(1), 190-196.

Archana, R., & Subha, M. V. (2012). A study on service quality and passenger satisfaction on Indian Airlines. *International Journal of Multidisciplinary Research, 2*(2), 50-63.

Bangkok Expressway and Metro Public Company Limited. (2016). *Company's profile. Retrieved* from http://investor-th.bemplc.co.th/about.html (in Thai)

Bangkok Mass Transit System Public Company Limited. (2011). *Company's profile.* Retrieved from http://www.bts.co.th/corporate/th/01-about-history.aspx (in Thai)

BBCNews. (2017). *How public transport in Bangkok is safe from sexual harassment?* Retrieved from https://www.bbc.com/thai/thailand-42066584 (in Thai)

Belwal, R., & Belwal, S. (2010). Public transportation services in Oman: A study of public perceptions. *Journal of Public Transportation, 13*(4), 1-21.

Currie, G., Delbosc, A., & Mahmoud, S. (2013). Factors influencing young peoples' perceptions of personal safety on public transport. *Journal of Public Transportation, 16*(1), 1-19.

Eboli, L., & Mazzulla, G. (2007). Service quality attributes affecting customer satisfaction for bus transit. *Journal of Public Transportation, 10*(3), 21-34.

Eboli, L., Fu, Y., & Mazzulla, G. (2016). Multilevel comprehensive evaluation of the railway service quality. *Procedia Engineering, 137*(1), 21-30.

Gaiwan, Y. (2014). *Multivariate statistical analysis for research*. Bangkok: V.Print (1991). (in Thai)

Govender, K. K. (2014). Public transport service quality in South Africa: A case study of bus and mini bus services in Johannesburg. *African Journal of Business Management, 8*(10), 317-326.

Gures, N., Yilmaz, H., Arslan, S., Durmuscelebi, C., Yuksel, C., & Unsal, H. H. (2017). Researching the satisfaction levels of passengers for security services at airports. *International Journal of Marketing Studies, 9*(5), 125-134.

Horsu, E. N., & Yeboah, S. T. (2015). Influence of service quality on customer satisfaction: A study of minicab taxi service in cape coast, Ghana. *International Journal of Economics, Commerce and Management, 3*(5), 1451-1464.

Hu, K. C., & Jen, W. (2006). Passengers' perceived service quality of city buses in Taipei: Scale development and measurement. *Transport Reviews, 26*(5), 645-662.

INRIX. (2018). *Global INRIX 2017 traffic scorecard.* Retrieved from http://inrix.com/.

Kumsak, P. (2012). *Passenger's satisfaction toward service quality on low cost airline for domestic flight. Proceedings of the 2nd Benjamitra Network National Conference from Knowledge Integration to Sustainable Development.* Bangkok: North Bangkok University. (in Thai)

Loukaitou-Sideris, A. (2016). A Gendered View of Mobility and Transport: Next Steps and Future Directions. *The Town planning review, 87*(5), 547-565.

Munusamy, J., Chelliah, S., & Mun, H. W. (2010). Service quality delivery and its impact on customer satisfaction in the banking sector in Malaysia. *International Journal of Innovation, Management and Technology, 1*(4), 398-404.

Ounin, P., & Iabsirimatee, P. (2016). Customer's behaviors and satisfaction towards bus service of transport of population in the Nakhon Ratchasima province. *Journal of Nakhonratchasima College, 10*(2), 47-57. (in Thai)

Perez, M. S., Abad, J. C. G., Carrillo, G. M. M., & Fernandez, R. S. (2007). Effects of service quality dimensions on behavioural purchase intentions a study in public-sector transport. *Journal of Service Theory and Practice, 17*(2), 134-151.

Phusri, P., & Wayoopagtr, C. (2017). Customer satisfaction of low cost airline of domestic flight: a case study of A, B, C, and D airline in Udon Thani international airport. *MBA - KKU Journal, 10*(2), 151-173. (in Thai)

Prasad, M. D., & Shekhar, B. R. (2010). Development of railqual: A service quality scale for measuring Indian railway passenger services. *Management Science and Engineering, 4* (3), 87-94.

Sahunin, S., & KongsawadKiat, K. (2013). Services satisfaction of BTS SkyTrain. *Journal of Finance, Investment, Marketing and Business Administration, 3*(4), 557-575. (in Thai)

Sumaedi, S., Bakti, I. G. M. Y., & Yarmen, M. (2012). The empirical study of public transport passengers' behavioral intentions: The roles of service quality, perceived sacrifice, perceived value, and satisfaction (Case study: Paratransit passengers in Jakarta, Indonesia). *International Journal for Traffic and Transport Engineering, 2*(1), 83-97.

Ugo, P. D. (2014). The bus rapid transit system: A service quality dimension of commuter uptake in Cape Town, South Africa. *Journal of Transport and Supply Chain Management, 8*(1), 1-10.

United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (UNESCAP). (2012). *Sustainable Urban Transportation Systems.* Bangkok: Author.

Vanichbuncha, K. (2009). *Multivariate analysis*. Bangkok: Dharmasarn. (in Thai)

Wu, J., Yang, M., Rasouli, S., & Xu, C. (2016). Exploring Passenger Assessments of Bus Service Quality Using Bayesian Networks. *Journal of Public Transportation, 19*(3), 36-54.

Yarmen, M., & Sumaedi, S. (2016). Perceived service quality of youth public transport passengers. *Transport Problems, 11*(1), 99-111.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

Comparative Factors Influencing Satisfaction in Studying at Tutorial Institutes of Upper Secondary Education between Public and Private Schools in Bangkok Metropolitan Areas

พรเพ็ญ บุญสาร และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย
Pompen Boonsar and Boonyarat Samphanwattanachai
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
Master of Business Administration, Stamford International University

Received: September 13, 2018
Revised: October 24, 2018
Accepted: October 25, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ทัศนคติด้านความเข้าใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา (3) ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการ กับความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา (4) ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ ระหว่างทัศนคติความเข้าใจกับความพึงพอใจ ต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ประชากรศาสตร์ คือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนรัฐบาล และโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนในสถาบันกวดวิชา จำนวน 520 คนโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์การถดถอยโลจีสติกส์ Logistics Regression Analysis โดยใช้วิธี Binary Logistic Model ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ (1) ส่วนประสมทางการตลาดบริการไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียน ในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ทั้งของโรงเรียนรัฐบาลและเอกชน (2) ทัศนคติด้านความเข้าใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและเอกชน (3) ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีด้านอาชีพของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนที่ยอมรับสมมติฐาน ด้านกระบวนการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา และด้านแผนการศึกษาของนักเรียนโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชน ที่ยอมรับสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียน โรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชน (4) ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีเพียงด้านอาชีพของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนที่ยอมรับสมมติฐานทัศนคติด้านความเข้าใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: สถาบันกวดวิชา, ทัศนคติความเข้าใจ, ความพึงพอใจ

Abstract

Using quantitative research, the purpose of (1) the marketing mix affecting satisfaction towards studying at tutorial institutes of upper secondary education comparison between public and private school Bangkok metropolitan areas (2) the cognitive attitude affecting satisfaction towards studying at tutorial institutes (3) the differences of personal factor affecting relation between services marketing mix and satisfaction towards studying at tutorial institutes (4) the differences of personal factor affecting relation between cognitive attitude and satisfaction towards studying at tutorial institutes. The samples size in the research comprised 520 personnel who were high school student currently enrolled in Public and Private School Bangkok. The questionnaires were the research tool for collecting the data. The data was analyzed by logistic regression analysis by binary logistic model. The results indicated that (1) services marketing mix no effect satisfaction towards education level both public and private school (2) the cognitive attitude no effect satisfaction towards education level both public and private school (3) difference Private school parental occupation had effect satisfaction towards education, education plan both public and private school had effect in product of services marketing mix (4) difference Private school parental income had effect to the cognitive attitude toward studying at tutorial institutes which have significantly.

Keywords: tutorial institutes, cognitive attitude, satisfaction

บทนำ

ในปัจจุบัน การวัดความน่าเชื่อถือ ความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ยังไม่มีตัวบ่งชี้วัดที่ชัดเจน ปัจจุบันสถาบันกวดวิชาถูกจับคู่มากับ ธุรกิจทางการศึกษา ส่วนนักเรียนคือผู้ตัดสินใจ และเลือกว่าสถาบันกวดวิชาแห่งไหนมีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่พึงพอใจต่อการเรียน ซึ่งมีองค์ประกอบหลายด้านที่ช่วยในการเลือก เช่น ประวัติองค์กร ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา วิสัยทัศน์ รูปแบบการสอน จุดเด่นและชื่อเสียงของสถาบัน รวมถึงการพิจารณาความเชี่ยวชาญของทีมงาน ประวัติและข้อมูลของติวเตอร์ บุคลากรและการให้บริการ ต้องสามารถให้รายละเอียดข้อมูล และตอบคำถามได้ชัดเจน

ศูนย์สำรวจความคิดเห็นของประชาชน นิด้าโพล (2557) ทำการสำรวจเรื่อง “โรงเรียนกวดวิชา” ซึ่งมีผลสำรวจชี้โรงเรียนกวดวิชาคือสิ่งจำเป็นของสังคม กลุ่มตัวอย่าง คือ เยาวชนที่กำลังศึกษาในระดับ ป.4 ถึง ม.6 ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,116 คน ได้ผลการสำรวจที่น่าสนใจ ร้อยละ 66.13 ระบุว่าการเรียนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาเป็นความต้องการของตนเอง ขณะที่สาเหตุของการเรียนกวดวิชานั้น เยาวชนร้อยละ 78.86 ระบุว่าจำเป็นเนื่องจากการแข่งขัน ทางการศึกษาสูงขึ้นจึงต้องเรียนพิเศษเพื่อพัฒนาตนเอง และ การเรียนพิเศษทำให้มีความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนมากขึ้น สำหรับหลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่เรียน ร้อยละ 42.11 พิจารณาที่ชื่อเสียงของสถาบันกวดวิชามากที่สุด ร้อยละ 34.68 พิจารณาที่ชื่อเสียงของติวเตอร์ และร้อยละ 15.50 พิจารณาที่ทำเลที่ตั้ง และ สภาพแวดล้อมของสถาบันกวดวิชา

ในปัจจุบันโรงเรียนกวดวิชา เติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการแข่งขันเพื่อให้สามารถ เข้าสู่ตลาดมากขึ้น มีการออกแบบสถานที่ ให้เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนในช่วงเวลาว่าง ติวหนังสือเป็นกลุ่มหรือ การให้คำแนะนำด้านการศึกษา ข่าวสารการสอบเข้ามหาวิทยาลัย

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการ

เรียน ในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียน ทำให้ผู้วิจัยต้องการทราบว่า ปัจจัยด้านใดบ้างเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาล และ โรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาล และโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาทัศนคติความเข้าใจ ต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาล และ โรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาดบริการกับความพึงพอใจ ต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาล และ โรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

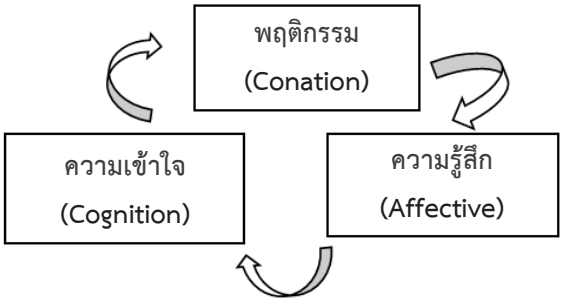
4. เพื่อศึกษาประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติความเข้าใจ กับความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

เกตุวดี สมบูรณ์ทวี (2558, น. 105-106) กล่าวไว้ว่า การแบ่งส่วนตลาดสามารถจัดได้หลายรูปแบบ ซึ่งปกติโดยทั่วไปจะใช้เกณฑ์ ประชากรศาสตร์ (Demographic Variables) สังคมเศรษฐกิจ (Socioeconomic Variables) พฤติกรรมศาสตร์ (Behavior-based Segmentation) และ รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle Variables) ในการกำหนด ซึ่งในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้จะกล่าวถึงการแบ่งตามประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นที่นิยมที่สุดในการแบ่งส่วนตลาด เพราะสามารถวัดค่าเป็นตัวเลขได้ จากข้อมูลทางสถิติของรัฐบาลเช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เป็นต้น การแบ่งตามประชากรศาสตร์โดยปกติจะใช้เกณฑ์ อายุ เพศ รายได้ การศึกษา ซึ่งจะมีประโยชน์ในการกำหนด ตลาดเป้าหมายให้กับผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ซึ่งเป็นเครื่องมือที่หลายองค์กรใช้เพื่อตอบสนอง กับความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมาย Kotler and Keller (2012) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) จากปัจจัยพื้นฐานเดิมจะประกอบด้วย 4 ปัจจัย หรือเรียกว่า 4Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้า (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) ต่อมาได้มีการพิจารณาเพิ่มขึ้นมาอีก 3 ปัจจัย เพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดสมัยใหม่ที่มีการบริการเข้ามาร่วม ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) จึงเรียกรวมเป็นส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, น. 63) ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และ ใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาได้เป็นอย่างดี

โครงสร้างทัศนคติ โมเดลองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model) Schiffman and Kanuk (2007, p. 236) กล่าวว่า เป็นโมเดลที่ศึกษาโครงสร้างของทัศนคติเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติ และพฤติกรรม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้



ภาพ 1 โมเดลองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ส่วน

จากความหมายของทัศนคติ ดังกล่าว Hoyer and Macinnis (2010, p.126-142) ได้จำลองทัศนคติดังกล่าวเป็นกรอบสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับ ทัศนคติ และ พฤติกรรมของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรม ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบหรือไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีมีจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้สึกมาก่อนว่า สิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น นักการตลาดควรตระหนักถึงความเข้าใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการสื่อสารการตลาด ผู้บริโภคจะตอบสนองต่อการสื่อสารการตลาดได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) การแสดงความเห็นด้วย เช่น ผู้บริโภคอาจพูดว่า “การเรียนการสอนดูยอดเยี่ยมจริงๆ” (2) การแสดงความไม่เห็นด้วย เช่น ผู้บริโภคอาจพูดว่า “สอนแบบนี้อาจจะไม่ได้ผล” (3) การไม่ชอบต่อแหล่งที่มา เช่น ผู้บริโภคอาจพูดว่า “เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำไม่ดีเลย” การตอบสนองของผู้บริโภคต่อสื่อที่ได้รับเป็นสิ่งที่นักการตลาด ควรระมัดระวังก่อนที่จะสื่อสารไปยังผู้บริโภค เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองที่ไม่พึงประสงค์

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ และความรู้สึกที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล นักการตลาดนิยมศึกษาทัศนคติในด้านความชอบ หรือไม่ชอบ ต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า ความรู้สึกมีอิทธิพล ต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เมื่อสิ่งที่นำเสนอมีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค เช่น ช่วงภาคฤดูร้อนเด็กนักเรียนจะหาสถานที่กวดวิชา ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสถาบันกวดวิชาที่สามารถให้ความรู้ และมีวิธีการสอนที่ดีให้กับเด็ก ๆ ได้ ดังนั้น นักการตลาดควรมีการสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึกจะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง สิ่งใดต่างกันก็เนื่องจากบุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากความโน้มเอียงทางใจ ที่ทำให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมที่มีความเฉพาะเจาะจงกับทัศนคติในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง นักการตลาดได้ให้ความสนใจกับเจตนา เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อกระบวนการตัดสินใจ

จากองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ด้านนี้ ผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาวิจัยทัศนคติด้านความรู้ เนื่องจากทำให้ผู้ประกอบการ เข้าใจถึงทัศนคติด้านความรู้ของนักเรียน ที่มีต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชน และสามารถนำมาปรับปรุงสถาบันกวดวิชาเพื่อให้สอดคล้องกับการทำให้เกิดความพึงพอใจ ต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาได้เป็นอย่างดี

สมหมาย เปียถนอม (2551) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

1) V มาจากคำว่า Valance หมายถึง ความพึงพอใจ

2) I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อ เครื่องมือ วิธีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ

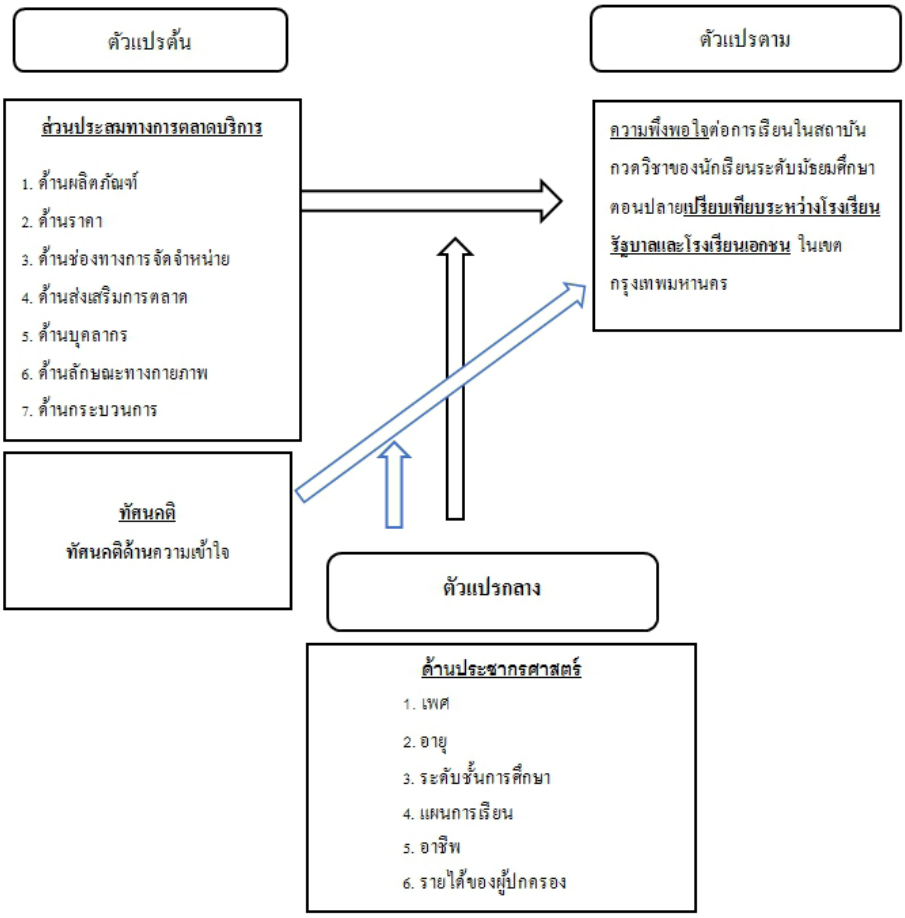
3) E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ซึ่งบุคคลมีความต้องการและมีความหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง จึงต้องทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการที่ได้คาดหวังไว้ หลังจากได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ หรือ ตั้งความหวังไว้ บุคคลนั้นจะได้รับความพึงพอใจในขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไป ซึ่งแสดงในรูปสมการ ดังนี้

แรงจูงใจ = ผลของความพึงพอใจ + ความคาดหมาย

ซึ่งหมายถึง แรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ต่อการประเมินผลงานขององค์กรที่เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของตน หรือแรงจูงใจที่บุคคลจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรใดจะเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติองค์กร หรือการทำงานขององค์กรนั้นรวมกัน ความคาดหวังที่เขาคาดหมายไว้ ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่อผลงานขององค์กร และได้รับการตอบสนองทั้งรูปธรรมและนามธรรมเป็นไปตามที่คาดหมายไว้ แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็จะสูง แต่ในทางกลับกัน ถ้ามีทัศนคติในเชิงลบต่องาน และการตอบสนองไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็จะต่ำไปด้วย

สรุปความพึงพอใจที่ลูกค้ามี ส่งผลต่อธุรกิจและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ผู้ประกอบต้องให้ความเอาใจใส่ ให้การดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจต่อผลิตภัณฑ์ และ สินค้ากลับมาซื้อสินค้าและบริการซ้ำ ตลอดจนมีความจงรักภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการนั้น โดยทั่วไปลูกค้าจะรู้สึกถึงความพึงพอใจเมื่อรู้ว่าสินค้าที่ซื้อมานั้นคุ้มค่าและเกิดประโยชน์ ย่อมทำให้เกิดความพึงพอใจและความประทับใจ

กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาด บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียน ในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย เปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาล และ โรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติความเข้าใจ ต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย เปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับความพึงพอใจ ต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติความเข้าใจ ต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชากับความพึงพอใจต่อการเรียน ในสถาบันกวดวิชาของนักเรียน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งต่อความพึงพอใจ ต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ จากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่ อยู่ในสถานศึกษาของรัฐบาลและ เอกชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 225,573 คน

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาอยู่ในสถานศึกษาของรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 520 คน ใช้อัตราส่วน 50 : 50 คือ นักเรียนนที่เรียนในโรงเรียนรัฐบาล ต่อ นักเรียนที่เรียนในโรงเรียนเอกชน ดังสูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, (2543)

$$n = \frac{225,573}{1+225,573\,(0.05)^2} = 399,998226 \approx 400 \text{ คน}$$

แบ่งเป็นนักเรียนโรงเรียนรัฐบาล 400 คน และนักเรียนโรงเรียนเอกชน 400 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 120 คน รวมเป็น 520 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย เป็นการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaires)

สร้างแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน โดยใช้กรอบแนวคิดของการวิจัยเป็นแนวทางในการเขียนข้อคำถาม ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองและคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับทัศนคติความเข้าใจส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามแบบมาตรวัดการประเมินการจัดประเภท (เชิงกลุ่ม) ของ ลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยแบ่งการตอบเป็น 5 ประการ โดยระดับคะแนนที่ 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ มีจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการ เรียนในสถาบันกวดวิชา โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำเครื่องหมาย √ ในช่องที่ต้องการเลือก มีจำนวน 38 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำเครื่องหมาย √ ในช่องที่ต้องการเลือก มีจำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 5 คำถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชา มีจำนวน 2 ข้อ

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีทดสอบการทำซ้ำ (Test/Retest Reliability Method) คือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริงด้วยการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย (Try out) จำนวน 30 ชุด ซึ่งเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร จากนั้นทำการทดสอบซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน คะแนนที่ได้จากการทำแบบสอบถามทั้งสองครั้งมีสหสัมพันธ์กัน ค่าสหสัมพันธ์ที่ได้เป็นค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบทดสอบโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha-Coefficient) หรือแบบครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) ใช้เกณฑ์ยอมรับถ้าค่ามากกว่า 0.7 เมื่อแบบสอบถามมีความสมบูรณ์มากขึ้นจึงจะนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงจำนวน 520 ชุด (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2552, น. 146-152)

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีทดสอบการทำซ้ำ (Test/Retest Reliability Method)

คือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง ด้วยการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย (Try out) จำนวน 30 ชุด ซึ่งเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร จากนั้นทำการทดสอบซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน คะแนนที่ได้จากการทำแบบสอบถามทั้งสองครั้งมีสหสัมพันธ์กัน ค่าสหสัมพันธ์ที่ได้เป็นค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบทดสอบโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha-Coefficient) หรือแบบครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) ใช้เกณฑ์ยอมรับถ้าค่ามากกว่า 0.7 เมื่อแบบสอบถามมีความสมบูรณ์มากขึ้นจึงจะนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง จำนวน 520 ชุด (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2552, น. 146-152)

ตาราง 1

ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability : α = Coefficient Alpha) ของแบบสอบถาม Try out, Post-test

Questionnaire	N	%	Cronbach's
Try out	30	100.00	.902
Post-test	520	100.00	

ที่มา: จาก การประมวลผลจากแบบสอบถามด้วยโปรแกรม SPSS Version 24

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาล และ โรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีแหล่งข้อมูลที่ค้นคว้า ดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้า จากหนังสือทางวิชาการ วารสารวิชาการและรายงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม และแจกแบบสอบถามตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยการนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 520 ชุดในอัตราส่วน 50 : 50 คือ นักเรียนที่เรียนโรงเรียนรัฐบาล 260 คน และนักเรียนที่เรียนโรงเรียนเอกชน 260 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สรุปลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง หรือประชากรศาสตร์ โดยอธิบายและนำเสนอในรูปของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบค่าสมมติฐานในการวิจัย โดยใช้สถิติ Logistic Regression Analysis ในวิธี Binary Logistic, t-Test และ F-Test ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 54 ตามด้วยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ตามลำดับ

อายุ 18 ปี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาอายุ 17 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ตามด้วยผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 16 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 19 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 ตามลำดับ

แผนการศึกษาวิทย์-คณิต จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 ตามด้วยผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาอยู่ในแผนการศึกษาศิลป์-คณิต จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อย

ละ 39.2 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาอยู่ในแผนการศึกษาศิลป์-ภาษา จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ตามลำดับ

ผู้ปกครองมีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาผู้ปกครองมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ผู้ปกครองมีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ผู้ปกครองมีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 20,000บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และผู้ปกครองมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ตาราง 2

สรุปผลการวิจัย

สมมติฐานที่ใช้ทดสอบ		ผลการวิจัย โรงเรียน	
		รัฐบาล	เอกชน
สมมติฐานที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา	Logistic Regression Analysis	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2 ด้านทัศนคติความเข้าใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา	Logistic Regression Analysis	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 3 ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการ กับความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา	T-Test, F-Test	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
ด้านระดับชั้นการศึกษา (ด้านผลิตภัณฑ์)		ปฏิเสธ	ยอมรับ
ด้านแผนการศึกษา (ด้านผลิตภัณฑ์)		ปฏิเสธ	ยอมรับ
ด้านอาชีพ(ด้านกระบวนการ)		ปฏิเสธ	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4 ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อ ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติความเข้าใจกับความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวด	T-Test, F-Test	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
มีเพียงด้านอาชีพ		ปฏิเสธ	ยอมรับ

สมมติฐานที่ 1 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร (Logistic Regression โดยใช้วิธี Binary Logistic)

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่แตกต่างกันซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ พบว่าส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ การมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ตั้งรวมกันเป็นศูนย์กวดวิชา บริเวณรอบอาคารดูปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา รองลงมาราคาเหมาะสมกับคุณภาพของหลักสูตร อัตราค่าเรียนถูกว่าสถาบันกวดวิชาอื่นโดยเปรียบเทียบ และไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นแฝงไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา นอกจากนี้ในด้านกระบวนการเกี่ยวกับสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย ความสะดวกในการสมัครเรียนหรือชำระค่าเรียน การจัดตารางเรียนที่สะดวกต่อการเรียน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา เมื่อพิจารณาค่า Exp(β) มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่ามีโอกาสที่จะเกิดความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาเพิ่มขึ้นในทางตรงกันข้าม ครูมีความรู้ในวิชาที่สอน การสร้างบรรยากาศที่สนุกสนาน

ให้นักเรียน ครูสอนอธิบายเนื้อหาเข้าใจง่าย เจ้าหน้าที่พูดจาสุภาพ ยิ้มแย้ม ปัจจัยเหล่านี้ (Exp (β) มีค่าน้อยกว่า 1 โอกาสที่จะเกิดความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาลดลง

สมมติฐานที่ 2 การวิเคราะห์ทัศนคติความเข้าใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในรูปแบบสมการถดถอยโลจิสติค (Logistic Regression โดยใช้วิธี Binary Logistic)

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติความเข้าใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในทัศนคติความเข้าใจเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชาช่วยเพิ่มพูนความรู้ ช่วยทำให้นักเรียนทำข้อสอบได้ ช่วยให้ผลการเรียนดีขึ้น ทำให้ปัจจัยดังกล่าวไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาค่า Exp (β) น้อยกว่า 1 แสดงว่าโอกาสที่จะเกิดความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาลดลง

สมมติฐานที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดบริการกับความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีเพียงแผนการศึกษาวิทย์-คณิต รองลงมา ศิลป์-คณิต ระดับชั้นการศึกษา และอาชีพของผู้ปกครองเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความแตกต่างกันเกี่ยวกับระยะเวลาเรียนที่เหมาะสมของแต่ละหลักสูตร หลักสูตรมีความเป็นมาตรฐาน เอกสารการเรียนมีความทันสมัย การได้เรียนกับครูโดยตรง ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลอย่างยิ่งที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในส่วนของนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนรัฐบาลปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในด้านแผนการศึกษาที่ส่งผลต่อการเรียน ตารางการเรียนไม่ตรงกับเวลาที่นักเรียนสามารถไปเรียนได้ และอาชีพของผู้ปกครองมีผลต่อกระบวนการในการให้บริการ ช่องทางการชำระเงินไม่หลากหลาย ไม่ทันสมัย

สมมติฐานที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติความเข้าใจกับความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีเพียงอาชีพของผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนเอกชน คิดว่าการเรียนในสถาบันกวดวิชาช่วยทำให้สอบคัดเลือกเข้าเรียนในสถาบันอุดมศึกษาได้ ช่วยให้เด็กนักเรียนได้ทบทวนเนื้อหาที่ได้เรียนมา และคิดว่าการเรียนโดยตรงกับครูผู้สอนดีกว่าเรียนทางวีดีโอทัศน์ รองลงมาคิดว่าการเรียนในสถาบันกวดวิชาทำให้เด็กนักเรียนทำข้อสอบได้ ตามลำดับ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยอื่น เช่น เพศ อายุ แผนการศึกษา รายได้ ไม่มีความแตกต่างกันซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผล

ส่วนที่ 1 การประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ที่เรียนในสถาบันกวดวิชา สอดคล้องกับงานวิจัยของ วาริน รัตนเพียร (2556) ซึ่งเพศมีระดับการตัดสินใจที่ต่างกัน โดยจะคำนึงถึงชื่อเสียงสถาบัน ระยะทางในการเดินทาง ส่วนใหญ่จะมีอายุ 18 ปีมากกว่าช่วงอายุ 16-17 ปี รายได้ส่วนใหญ่ของผู้ปกครอง 25,001-30,000 บาทต่อเดือน อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เศกสิทธิ์ ทองใบ (2555) ศึกษาถึงการรับรู้คุณภาพบริการ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาทัศนคติความเข้าใจ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา พบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายทั้งโรงเรียนรัฐบาลและ โรงเรียนเอกชนมี โดยส่วนใหญ่นักเรียนตัดสินใจเรียนต่อสถาบันกวดวิชาด้วยตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สันติมาศ รัชมาศ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาโรงเรียนเบ็ญจะมะมหาราช จังหวัดอุบลราชธานี นักเรียนตัดสินใจเรียนต่อที่สถาบันกวดวิชาด้วยตนเอง นักเรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนกวดวิชา เนื่องจากมีโอกาสประสบผลสำเร็จในการสอบคัดเลือก

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์พบว่า หลักสูตรมีระยะเวลาเรียนที่เหมาะสม หลักสูตรมีความเป็นมาตรฐาน มีเอกสาร ตำราเรียนน่าอ่าน เหมาะแก่การเรียนรู้ มีการปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับนโยบายการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ควรมีคุณภาพของเอกสารประกอบการเรียน หลักสูตรมีการสรุปเนื้อหาสั้น ๆ ขัดแย้งกับผลงานวิจัยของ กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2556) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการ และแรงจูงใจในการศึกษาต่อพบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของระยะเวลาการศึกษาตลอดหลักสูตรมากที่สุดหลักสูตรที่เปิดสอนอาจารย์มาจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงและมีความ

ด้านราคาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้สนใจในเรื่องราคาที่เหมาะสม กับคุณภาพของหลักสูตร ส่วนลดค่าเล่าเรียนสำหรับสมาชิกเก่า อัตราค่าเรียนถูกกว่าสถาบันกวดวิชาอื่น และไม่มีค่าใช้จ่ายแฝง ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ ประภาส สุพรรณดี (2553) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้ปกครองให้ความสำคัญ กับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก เช่น มีการแบ่งจ่ายชำระเป็นงวดๆ ค่าใช้จ่ายในการเรียนมีความเหมาะสม

ด้านสถานที่พบว่า การที่สถาบันกวดวิชามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีการตั้งรวมเป็นศูนย์กวดวิชา มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม จากการศึกษาของผู้วิจัยในครั้ง บ่งบอกว่าปัจจัยเหล่านี้ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ ณธเดช อภิวุฒิกาญจนาภา (2555) ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับงานด้านความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่อย่างมาก

ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ การจัดบรรยายพิเศษตามสถานศึกษา การแนะนำผู้เรียนที่ประสบความสำเร็จและการได้รับคำแนะนำด้านการเรียนจากเจ้าหน้าสถาบันกวดวิชาไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ ชนิดาภา บรรลือสินและคณะ (2560) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจให้นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเลือกเรียนสถาบันกวดวิชาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าจะมีการให้ส่วนลดกับนักเรียนที่แนะนำให้เพื่อนมาเรียน มีการแนะนำผู้เรียนที่ประสบความสำเร็จ เป็นการส่งเสริมการตลาดที่ดีและส่งผลให้นักเรียนตัดสินใจที่จะเรียนต่อในสถาบันกวดวิชา ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ขัดแย้งกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านบุคลากร จากผลการวิจัยครั้งนี้นักเรียนให้ความสนใจในหลักสูตรที่สอน เลือกสถาบันการเรียนด้วยตนเอง ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ สันติมาศ รัชมาศ (2559) ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของชั้นมัธยมศึกษาจังหวัดอุบลราชธานี ด้วยวิธีการสอนที่ทันสมัย และเข้าใจง่ายของครูผู้สอน ทำให้นักเรียนสมัครเรียนต่อในสถาบันกวดวิชาด้วยตนเอง

ด้านกระบวนการ จากผลงานวิจัยครั้งนี้สื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย การเตรียมเอกสารประกอบการเรียนการสอนเป็นอย่างดี ความสะดวกในการสมัครเรียนต้องปรับวิธีการเพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้นเช่นเดียวกับงานวิจัยของ ณธเดช อภิวุฒิกาญจนาภา (2555) ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยพบว่า กระบวนการในการให้บริการนักเรียนและผู้ปกครองที่ได้รับจากสถาบันกวดวิชา การให้บริการอย่างสุภาพ การให้คำอธิบายรายละเอียดหลักสูตร ความรวดเร็วในการให้บริการ ปัจจัยเหล่านี้ต้องนำมาปรับปรุงและทำให้มีความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าการมีห้องเรียนที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยเหมาะกับกลุ่มผู้เรียน มีเว็บไซต์ของสถาบันกวดวิชาที่ออกแบบสวยงาม ไม่เพียงพอต่อความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา ซึ่งงานวิจัยของ กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2556) ให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้ง การเดินทางไปเรียนสะดวก สถาบันกวดวิชาตั้งใกล้ห้างสรรพสินค้า มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย

ส่วนที่ 4 ประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับความพึงพอใจต่อการเรียน ในสถาบันกวดวิชา ซึ่งงานวิจัยของวาริน รัตนเพียร (2556) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกตัดสินใจนำบุตรเข้าเรียน พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจที่ต่างกันโดยจะ

คำนึงถึงระยะทางในการเดินทางไปโรงเรียน เป็นเกณฑ์ในการนำบุตรหลานเข้าเรียน ในด้านอายุ แผนการศึกษา และระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการ กับความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวด นอกจากนี้ ส่วนมากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ให้ความสำคัญต่อหลักสูตรว่ามีระยะเวลาเรียนที่เหมาะสม มีความเป็นมาตรฐาน หลักสูตรการเรียนมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับนโยบายการศึกษา

ส่วนที่ 5 ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจต่อการเรียน ในสถาบันกวดวิชา ซึ่งงานวิจัยของ วาริน รัตนเพียร (2556) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจนำบุตรเข้าเรียน ผลการวิจัยพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจที่ต่างกัน โดยจะคำนึงทัศนคติความเข้าใจถึงชื่อเสียงของโรงเรียนทำให้เกิดความพึงพอใจ ที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการนำบุตรหลานเข้าเรียนในสถาบันกวดวิชา ในด้านของแผนการศึกษาที่แตกต่างได้แก่ แผนการศึกษาวิทย์-คณิต ศิลป์-ภาษา ไม่มีความแตกต่างกันต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจ ต่อการเรียนในสถาบันกวด จากหลายงานวิจัยจะพบว่าระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันนั้นมีผลต่อความพึงพอใจ การรับรู้ การตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัย วัฒนะศิริ (2553) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจ เลือกศึกษาต่อที่ประเทศไทย ซึ่งผู้ปกครองนักเรียนส่วนมาก มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรี ปริญญาโท ให้ความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ซึ่งตรงข้ามกับงานวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ ระหว่างทัศนคติความเข้าใจกับความพึงพอใจนั้น ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติความเข้าใจ กับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในด้านของรายได้และอาชีพที่แตกต่าง จากงานวิจัยพบว่า อาชีพของผู้ปกครองส่วนมาก เป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน และเจ้าของกิจการ ซึ่งอาชีพที่แตกต่างกันนั้นมีการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่แตกต่างกัน การเลือกและการตัดสินใจต่างกัน

ส่วนที่ 6 จากการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนในโรงเรียนเอกชน และโรงเรียนรัฐบาลมีความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชาเนื่องมาจากมีสื่อการเรียนการสอนที่ดี หลักสูตรตรงกับความต้องการของนักเรียน มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี ครูมีความเชี่ยวชาญในการสอนให้เด็กมีความรู้ความเข้าใจในบทเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิศ เหมะประสิทธิ์ (2557) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนต่อในสถานกวดวิชาแห่งเดิม ซึ่งครูมีเทคนิคการสอนที่ดี นักเรียนมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด มีข้อมูลข่าวสารทันสมัยตรงกับความพึงพอใจต่อการเรียนในสถาบันกวดวิชา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้นประถมปลายและมัธยมศึกษาตอนต้น เปรียบเทียบระหว่างโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชน

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยใคร่เสนอแนะว่า การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรใช้เครื่องมือในการศึกษาประเภทอื่น หรือทำควบคู่กันไป เช่น การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อส่งผลให้งานวิจัยออกมาสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสถาบันกวดวิชาในเชิงคุณภาพ เกี่ยวกับหลักสูตรการสอน และวิธีการสอนของผู้สอน

References

Apiwutkanjanapa, N. (2012). The factors affect decision to attend English language center in primary school at Bangkok Area. *Finance Investment Marketing and Business Management Journal, 5*(2), 38-53. (in Thai)

Bunluesin, C., Kithong, P., Kimnuen, P., Nooboon, R., Rakwong, W.,Barasan, A., & Sansompron, N. (2017) Factors Influencing High School Students in Their Selection of a Tutoring School in Muang Surat Thani. *Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University, 36*(3), 56-66 (in Thai)

Choapraserth, C. (2004). *Marketing Planing*. Bangkok: Se-education. (in Thai)

Hemaprasith, C. (2014). To Study Behavior Trend on Continuing to study at the same tutorial school of upper elementary school students in Bangkok Metropolis. *Journal of Industrial Education, 8*(1), 27-40. (in Thai)

Hoyer, W.D., & Micinnis, D. J. (2010). *Consumer Behavior.* (5th ed.). Ohio: South-Western Cengage Learning.

Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.

Pongvichai, S. (2009). *Statistical Analysis* . (20th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. (in Thai)

Prakrogjai, P. (2016). The Study of Satisfaction of Student on the use of instructional media of Professor at Faculty of Communication Arts. *Journal of Humanities and Social Sciences Pibulsongkram Rajabhat University, 10*(2), 55-65. (in Thai)

Ratanapern, V. (2013). Determination of Factors that Attract Parents to Enroll their Children to Government Pratom School (Primary School) at Nonghong Prefecture Bu-Reerum Province. *Journal of Marketing and Communicaton, 1*(2), 392-406. (in Thai)

Sane-Namahod, K. (2013). The study of marketing mix and factors affecting need and motive to continue study MBA. *BEC Journal of Naresuan University, 8*(11), 78-84. (in Thai)

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior.* (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Smithikrai, C. (2010). *Consumer Behavior.* Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. (in Thai)

Somboonthave, K. (2015). *International Marketing*. Petchburi: Faculty of Management Science Silpakorn University. (in Thai)

Thongbai, S. (2012). Perception on Service Quality A Case Stury the English Tutorial Institutes at Nakornsawan and Pisanulok Province. *Journal of Kasem Bundit, 13*(2), 54-69. (in Thai)

การศึกษาความสามารถในการฟัง – การพูดภาษาไทยและความสนใจต่อการเรียนภาษาไทย ของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยวิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบภาพ

A study of Thai Language Listening - Speaking Abilities and Interest to Wards Thai Language Learning of Kindergarten ii Students at Banchombueng (Wapeeprompprachasuksa) School by Experiencefable Story Telling with Picture

ศิริพร หลิวประเสริฐ และกิตติคม คาวีรัตน์
Siriporn Liwprasert and Kittikom Kaveerat
หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
Master of Education , Muban Chombueng Rajabhat University
Received: September 13, 2018
Revised: October 22, 2019
Accepted: October 22, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสามารถในการฟัง - การพูดภาษาไทย ของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยวิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ การเล่านิทานประกอบภาพหลังการทดลอง และ (2) ศึกษาความสนใจต่อการเรียนภาษาไทย ของนักเรียนระดับชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีประชาศึกษา) โดยวิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทาน ประกอบภาพหลังการทดลอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักเรียนระดับชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) ที่เรียนวิชาภาษาไทยในระดับเตรียมความพร้อม ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 จำนวน 1 ห้อง รวม 35 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยสุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แผนการจัดการประสบการณ์โดยวิธีการจัดประสบการณ์ การเล่านิทานประกอบภาพ แบบทดสอบวัดความสามารถในการฟัง - การพูด และแบบสังเกตพฤติกรรมความสนใจต่อการเรียนภาษาไทย มี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการศึกษาความสามารถในการฟัง - การพูดภาษาไทยของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยวิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบภาพ หลังการทดลองอยู่ในระดับดีมาก (2) ความสนใจต่อการเรียนภาษาไทยของนักเรียนระดับชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยวิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบภาพ หลังการทดลองอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ความสามารถในการฟัง - การพูด, ความสนใจ, การจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบ

Abstract

The purposes of this research were: (1) to study Thai Language listening-speaking abilities of Kindergarten II students at Banchombueng (Wapeeprompprachasuksa) school by experience fable story telling with picture after the experiment; and (2) to study the interest towards Thai Language learning of Kindergarten II students Banchombueng (Wapeeprompprachasuksa) school by experience fable story telling with picture after the experiment. Samples used in the research were 35 kindergarten II students who studied Thai Language (Preparatory level) in the second semester of the 2017 academic year at Banchombueng (Wapeeprompprachasuksa) school. They were selected by cluster random sampling. The instruments used in this research were lesson plans by experience fable story telling with picture, Thai Language listening-speaking abilities test and Thai Language observation forms and a questionnaire of interest towards Thai Language learning. Statistics used for data analysis were percentage, mean and standard deviation. The results of the research indicated that: (1) thai Language listening-speaking abilities of Kindergarten II students at Banchombueng (Wapeeprompprachasuksa) school by experience fable story telling with picture after the experiment were at the highest (2) interest towards Thai Language learning of Kindergarten II students at Banchombueng (Wapeeprompprachasuksa) school by experience fable story telling with picture after the experiment were at the highest.

Keywords: Thai language listening-speaking abilities, interest, experience fable story telling with picture

บทนำ

ปัจจุบันเป็นยุคที่โลกมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว อันสืบเนื่องมาจากการใช้เทคโนโลยีเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ของทุกภูมิภาคของโลกเข้าด้วยกัน กระแสการปรับเปลี่ยนทางสังคมที่เกิดขึ้นในศตวรรษที่ 21 ส่งผลต่อวิถีการดำรงชีพของสังคมอย่างทั่วถึง ครูจึงต้องมีความตื่นตัวและเตรียมพร้อมในการจัดการเรียนรู้เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักเรียนมีทักษะสำหรับการออกไปดำรงชีวิตในโลกในศตวรรษที่ 21 ที่เปลี่ยนไปจากศตวรรษที่ 20 และ 19 โดยทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ที่สำคัญที่สุด คือ ทักษะการเรียนรู้ (Learning Skill) ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงการจัดการเรียนรู้เพื่อให้เด็กในศตวรรษที่ 21 นี้ มีความรู้ ความสามารถ และ ทักษะจำเป็น ซึ่งเป็นผลจากการปฏิรูปเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการเรียนการสอน ตลอดจนการเตรียมความพร้อมด้านต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัย สนับสนุนที่จะทำให้เกิดการเรียนรู้ (Panich, 2012) ปัจจุบันการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีสารสนเทศได้สร้างสภาพโลกที่ไร้พรมแดนทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศสามารถดำเนินไปได้อย่างรวดเร็ว ในการติดต่อสื่อสารภาษาถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญยิ่งในการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสารและการเรียนรู้วิทยาการอื่นๆตลอดจนการประกอบอาชีพ การที่นักเรียนจะสามารถใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารได้นั้น นักเรียนจำเป็น ต้องฝึกฝน ทักษะทั้งสี่ คือ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนไปพร้อมๆกัน อีกทั้งยังสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ ประโยชน์อย่างแท้จริง (Uengsakul, 2002) ซึ่งในบรรดาทักษะการใช้ภาษาทักษะการฟังและการพูดเป็นทักษะที่สำคัญยิ่งของมนุษย์

หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2546 ได้กำหนดจุดมุ่งหมายในการจัดการศึกษากับเด็กอายุ 3-5 ปี โดยมุ่งเน้นให้เด็กมีพัฒนาการทั้งทางร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญาที่เหมาะสมกับวัย ตามความสามารถ และ ความแตกต่างระหว่างบุคคลซึ่งเป็นมาตรฐานคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในมาตรฐานที่ 4 เด็กมีพัฒนาการ

ด้านสติปัญญา ข้อ 4.3 มีทักษะทางภาษาที่เหมาะสมกับวัย ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ สิริมา ภิญโญนันตพงษ์ (2007) กล่าวว่า การเสริมสร้างทักษะทางภาษาของเด็กปฐมวัย ด้วยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามหลักพัฒนาการ และหลักการเรียนรู้ดังกล่าวควรเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เด็กได้รับประสบการณ์ทางภาษาอย่างเป็นธรรมชาติรวมทั้งเป็นกิจกรรมที่สามารถกระทำร่วมกันได้ทั้งในรูปแบบ ระหว่างเด็กกับเด็กและเด็กกับครูกิจกรรมการพูดได้แก่การท่องคำคล้องจองการเล่าเรื่องการสนทนาและการวางแผนร่วมกัน (Thummaborworn, 2001) ดังคำกล่าวของ กุศยา แสงเดช (2545) ได้กล่าวไว้ว่า ทักษะการฟังเป็นทักษะที่สำคัญ ที่จะนำไปสู่การเรียนรู้ทักษะการพูด การอ่าน และการเขียนและ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ จารุพรรณ เพ็งศรีทอง (2001) ได้กล่าวไว้ว่า การฟังและการพูดเป็นทักษะที่นักเรียนรู้สึกว่ายาก เพราะคำพูดที่ได้ยินจะผ่านหูผู้ฟังในช่วงเวลาสั้น คำและประโยคต่าง ๆ ติดตามกันมาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องถ้าผู้ฟังไม่สามารถตามได้ทันก็จะฟังไม่เข้าใจและคิดว่าผู้พูดพูดเร็วจึงจับใจความสำคัญไม่ทัน จำแนกเนื้อหาไม่ได้ทั้งๆ ที่ผู้พูดพูดอย่างเป็นธรรมชาติ ด้วยความเร็วปกติที่เจ้าของภาษาเข้าใจอีกทั้งผู้ฟังต้องการฟังทุกคำให้ เข้าใจเหมือนการอ่านหนังสือซึ่งสามารถเห็นได้ทุกตัวอักษร จึงมัวแต่คิดถึงข้อความที่ยังไม่เข้าใจทำให้สับสนและไม่เข้าใจเมื่อฟังข้อความต่อไป ดังคำกล่าวของ อันเดอร์วูด (Underwood, 1990) และ เออร์ (Ur, 1994) กล่าวว่า นักเรียนส่วนมากไม่สามารถจำเนื้อหาโดยเฉพาะข้อความยาว ๆ และบางครั้งไม่เข้าใจความหมายของเนื้อหาที่ได้ยินปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยๆมาจากการที่ผู้ฟังต้องการฟังทุกคำให้เข้าใจ และ แยกไม่ออกว่าข้อความใดเป็นเนื้อหาสำคัญ แม้ว่าทักษะการฟังจะมีความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของเตือนใจ เฉลิมกิจ (2000) ได้กล่าวถึงกิจกรรมการเล่าเรื่องว่า สามารถนำมาใช้ได้อย่างได้ผลดียิ่งในการเรียนภาษา เนื่องจากการเล่าเรื่องเป็นเทคนิคหนึ่งของทุกๆวัฒนธรรม ที่ดึงดูดใจคนทุกชาติ ทุกภาษา อันเนื่องจากผู้เล่าจะใช้ท่าทาง และภาษากายประกอบทำให้ผู้ฟังสนใจ และติดตามเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบ นอกจากนี้ ซิมสัน (Simpson, 1995, p. 1) ได้กล่าวว่า ธรรมชาติของเด็กมีความชื่นชอบกับการฟังเรื่องเล่าอยู่แล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องที่มีเวทย์มนต์คาถา หรือพลังวิเศษเหนือธรรมชาติ อีกทั้งเรื่องเล่า สามารถสอนเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของตนเองและของผู้อื่นด้วย นอกจากนี้การเล่าเรื่องถือได้ว่าเป็นวิธีการหนึ่งที่พิเศษซึ่งสามารถช่วยให้ผู้ฟังเข้าใจวัฒนธรรมในแต่ละชาติได้เป็นอย่างดีนอกจากนี้ มานิตา ลีโทชวลิต (2544) ยังให้แนวคิดเกี่ยวกับนิทานเพื่อเล่าเรื่องให้เข้าถึงจิตใจของเด็ก โดยใช้ภาษาที่สละสลวยและสามารถให้ภาพในจินตนาการจากเรื่องราวในนิทานไปสู่การสร้างโยงใยของสมอง และพัฒนาการขึ้นด้วยการนำจินตนาการของตนมาสร้างสรรค์เป็นเรื่องราว

จากการศึกษาสมุดบันทึกพัฒนาการของเด็กปฐมวัย โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) พบว่าความสามารถด้านภาษา ทั้งการฟังและการพูดอยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุงแก้ไข จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า นักเรียนส่วนใหญ่ยังขาดทักษะความสามารถในการฟัง-การพูด ภาษาไทย ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากสื่อนิทานหุ่นมือ สื่อนิทานภาพมีค่อนข้างน้อย ที่มีอยู่ส่วนใหญ่จะชำรุดทรุดโทรม ไม่มีประสิทธิภาพ และความสามารถด้านภาษาไม่ได้นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน จึงทำให้พัฒนาการของนักเรียนปฐมวัยต่ำกว่าเกณฑ์ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำวิธีการจัดประสบการณ์การเล่านิทาน ประกอบภาพมาใช้เพื่อพัฒนาความสามารถการฟัง-การพูด ภาษาไทยของนักเรียนปฐมวัยดังที่ จรรจา สุวรรณทัต (2547) กล่าวว่า ความสามารถทางภาษา มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นโดดเดี่ยวตามลำพังจะต้องอาศัยความรู้คิดอย่างเป็นเหตุเป็นผล การรับรู้ และการเรียนรู้ ผสมผสานด้วยกัน ความรู้คิดจะพัฒนาได้ถึงที่สุดจะต้องอาศัยประสบการณ์ ความรู้ และ ทักษะทางด้านภาษา เป็นเครื่องช่วยที่สำคัญ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางสำหรับครู พ่อแม่ ผู้ปกครอง ในการจัดและพัฒนารูปแบบเลือกใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาด้านภาษาให้กับนักเรียนปฐมวัยได้อย่างเหมาะสมต่อไป ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะครูผู้สอนการศึกษาปฐมวัย จึงสนใจที่จะพัฒนาทักษะความสามารถด้านภาษาการฟัง และ การพูดภาษาไทย จึงทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับวิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ภาษาไทยของเด็กปฐมวัย พบว่า วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ภาษาไทย ด้วยการเล่านิทานประกอบภาพเป็นวิธีการเรียนรู้วิธีการหนึ่งที่สามารถพัฒนาความสามารถในการฟัง - การพูดภาษาไทยได้ โดยมีลำดับขั้นตอนการสอน 3 ขั้นดังนี้คือ (1) ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน จัดประสบการณ์การ

เล่านิทานประกอบภาพที่เน้นกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ โดยใช้วิธีการและสื่อที่หลากหลายประกอบการใช้ (2) ขั้นดำเนินการสอน ลักษณะกิจกรรมมุ่งให้ผู้เรียนมีบทบาทและมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้มากที่สุด (3) ขั้นสรุป ร่วมกันลงข้อสรุป พฤติกรรมและเหตุการณ์ที่ดี และที่ควรแก้ไขจากเรื่องในนิทาน ดังเช่นผลงานวิจัยในต่างประเทศของ ดิกสัน จอห์นสัน และซอลซ์ (Dixon, Johnson & Salts, 1977) ได้วิจัยเกี่ยวกับเรื่องการจัดกิจกรรม การเล่านิทานให้นักเรียนจำนวน 46 คน โดยเล่านิทานให้ฟัง พร้อมกับพานักเรียนไปดูของจริงนอกสถานที่นักเรียนที่ ได้แสดงบทบาทประกอบตามเนื้อเรื่องสามารถพัฒนาจิตใจลักษณะด้านต่าง ๆ ได้ดีที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมดินา (Medina, 2000) ได้ศึกษาความสามารถ ด้านการฟังและความสามารถด้านคำศัพท์ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนเกรด3 จำนวน 48 คน ผู้วิจัยเปรียบเทียบวิธีการเล่าเรื่องโดยใช้ประกอบภาพ และการเล่าเรื่องเป็นบทเพลง และมีรูปภาพประกอบผลการทดลอง พบว่า การเล่าเรื่องเป็นบทเพลง และมีรูปภาพประกอบสามารถเพิ่มความสามารถด้านการฟัง และความสามารถด้านคำศัพท์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของมาณวิกา บุญรินทร์ (2552) ได้ศึกษาผลการจัดกิจกรรมการเล่านิทาน ประกอบรูปภาพที่มีต่อ ความสามารถในการจับใจความของเด็กปฐมวัย ผลการวิจัยพบว่าเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรม การเล่านิทานประกอบภาพมีความสามารถในการจับใจ ความหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองและเด็กปฐมวัยมีความสนใจต่อการจัดกิจกรรมการเล่านิทาน ประกอบรูปภาพทั้งในภาพรวม และรายพฤติกรรมอยู่ในระดับสนใจมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องงานวิจัยของอุบล เวียงสมุทร (2540) ได้ศึกษาความพร้อมทางภาษาของเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดประสบการณ์ การเล่าเรื่องประกอบหุ่นมือโดยใช้ภาษากลางควบคู่กับภาษาถิ่น ผลการศึกษาพบว่า เด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเล่าเรื่องประกอบหุ่นมือโดยใช้ภาษากลางควบคู่กับภาษาถิ่น มีความพร้อมทางภาษา แตกต่างจากเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดประสบการณ์การเล่าเรื่องประกอบหุ่นมือโดยใช้ภาษากลาง

นอกจากนี้ สมศักดิ์ ปริปุรณะ (2542) กล่าวว่า นิทานช่วยเปลี่ยนบรรยากาศ และ สร้างสมาธิ หรือนิทานช่วยเสริมสร้างบรรยากาศ การเล่านิทานจะช่วยเปลี่ยนบรรยากาศ ทำให้เด็กกระฉับกระเฉง ว่องไว และสามารถใช้นิทานในการสร้างสมาธิให้กับเด็กได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมนวิภา เสนีย์วงศ์ ณ อยุธยา (2545) ได้ศึกษาการพัฒนาบทเรียนนิทาน เพื่อเพิ่มความสามารถด้านการเขียนภาษาอังกฤษของนักเรียน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกรุงเทพ คริสเตียนวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของบทเรียนนิทานมีค่าเท่ากับ 93.10/82.24 ซึ่งถือว่ามีประสิทธิภาพดีมาก ความสามารถทางการเขียนภาอังกฤษของนักเรียน หลังการใช้บทเรียนนิทานสูงกว่าก่อนการใช้บทเรียนนิทาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ นักเรียนมีความคิดเห็นที่ดีต่อบทเรียนนิทานที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

จากความสำคัญของ ปัญหาความสามารถการฟัง - การพูด ภาษาไทย ข้อค้นพบของผลการวิจัยและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ วิธีการจัดประสบการณ์นิทานประกอบภาพดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำวิธีวิธีการจัดประสบการณ์นิทานประกอบภาพ มาทำการทดลองกับนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) ตำบลจอมบึง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี เพื่อแก้ปัญหา และ พัฒนาความสามารถด้านการฟัง-การพูดภาษาไทย ของนักเรียนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและพร้อมจะเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสามารถในการฟัง-การพูดภาษาไทยของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบภาพ

2. เพื่อศึกษาความสนใจต่อการเรียนภาษาไทยของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบภาพ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

หลักการจัดประสบการณ์ และ กิจกรรมสำหรับเด็กไว้ดังนี้ กิจกรรมที่จัดควรคำนึงถึงตัวเด็กเป็นสำคัญ เด็กแต่ละคนมีความสนใจแตกต่างกันจึงควรจัดให้มีกิจกรรมหลายประเภทที่เหมาะสมกับวัยตรงกับความสนใจและความต้องการ ของเด็กเพื่อให้เด็กได้มีโอกาส และ

ความสามารถกิจกรรมที่จัดควรมีทั้งกิจกรรมที่ให้เด็กทำเป็นรายบุคคลกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่ และควรมีความสมดุลคือให้ทั้งกิจกรรมในห้องเรียน และ นอกห้องเรียนกิจกรรมที่ต้องเคลื่อนไหวและสงบ กิจกรรมที่เด็กริเริ่ม และ ครูริเริ่ม เวลาในการจัดกิจกรรมควรเหมาะสมกับวัยมีการยืดหยุ่นได้ตามความต้องการและความสนใจของเด็ก เช่น วัย 3 ขวบ มีช่วงความสนใจสั้นประมาณ 8 นาที วัย 4 ขวบ มีช่วงความสนใจอยู่ประมาณ 12 นาที วัย 5 ขวบ มีช่วงความสนใจอยู่ประมาณ15 นาที กิจกรรมที่จัดควรเน้นให้มีสื่อของจริงให้เด็กได้มีโอกาสสังเกต สำรวจ ค้นคว้า ทดลองแก้ปัญหาด้วยตนเอง มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับเด็กคนอื่น ๆ และผู้ใหญ่

การใช้นิทานเป็นสื่อการสอนสำหรับนักเรียนในระดับปฐมวัย ถือเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง นิทานนอกจากให้ผู้เรียนเกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้ว เนื้อหาในนิทานช่วยส่งเสริมประสบการณ์ชีวิต นักเรียนสามารถตีความจากเนื้อเรื่อง ทำให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีความหมาย นอกจากนี้ยังเสริมสร้างจินตนาการและสร้างสัมพันธภาพที่ดี ระหว่างครูกับผู้เรียน ในการนำนิทานไปใช้ในการเรียนการสอน ควรคำนึงถึงจุดมุ่งหมายรวมทั้งกิจกรรมการใช้นิทานในการเรียนการสอน เพื่อพัฒนาทักษะทางภาษาของนักเรียน นิทานมีประโยชน์และความสำคัญต่อเด็กอย่างยิ่ง นิทานจะช่วยชักจูงให้เด็กเกิดความเข้าใจเกิดความซาบซึ้งในพฤติกรรมที่ต้องการปลูกฝัง นิทานเป็นสื่อ ในการเรียนการสอนที่สำคัญอย่างหนึ่ง เนื้อหาในนิทานนอกจากจะทำให้เด็กเกิดความเพลิดเพลินแล้วยังสามารถสอดแทรกคุณธรรมที่หลากหลาย ซึ่งมีส่วนในการเสริมสร้างบุคลิกภาพ เจตคติ และพฤติกรรมให้กับเด็กอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้นนิทานยังสามารถช่วยกระตุ้นแรงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของเด็ก ทำให้เกิดความมานะพยายามในการทำงาน มีความมุ่งมั่นที่จะแก้ปัญหาต่างๆจนบรรลุผลสำเร็จ ตลอดจนช่วยส่งเสริมความคิดจินตนาการ อันนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ จึงมีผู้นำนิทาน มาเป็นเครื่องมือในการสอนจริยศึกษา การศึกษา และสังคมวิทยา และวิชาอื่น ๆ อีกหลายวิชา

ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่ง ของการจัดการเรียนการสอนในปัจจุบันคือ นักเรียนไม่ค่อยสนใจในการสอนของครู เกิดความเบื่อหน่าย และไม่ตั้งใจเรียนเท่าที่ควรเช่นนั้น จึงเป็นสาเหตุ ที่สำคัญก็คือ เด็กเบื่อหน่ายในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ซึ่งอาจเป็นเพราะการสอนของครูไม่มีสื่อการสอนที่แปลกใหม่ หรือน่าสนใจเลย โดยเฉพาะเด็กระดับประถมศึกษา ซึ่งมีช่วงเวลาของความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ความสามารถในการกระตุ้นให้นักเรียนเกิดความอยากรู้อยากเห็น สนใจเกิดอยากเรียนรู้ หรือติดตามการเรียนการสอนตลอดเวลา ทักษะการเร้าความสนใจ จึงจำเป็นและสำคัญยิ่งสำหรับผู้สอนสามารถปรับปรุงกลวิธี ในการสอนของตนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น กล่าวคือช่วยให้นักเรียนไม่เบื่อหน่ายในการเรียน มีความกระตือรือร้นในการเรียนอยู่ตลอดเวลา

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ หลักการ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถด้านภาษา ของศรียา นิยมธรรม และปภัสสร นิยมธรรม (2519) และศึกษารูปแบบการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ ซึ่งสามารถสรุปแนวคิดเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้

ตัวแปรต้น (independent variable) → ตัวแปรตาม (dependent variables)

วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบภาพมีขั้นตอนดังนี้
1) ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน
2) ขั้นดำเนินการสอน
3) ขั้นสรุป

1. ความสามารถในการฟัง-การพูด ภาษาไทย
2. ความสนใจต่อการเรียนภาษาไทย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ความสามารถในการฟัง-การพูด ภาษาไทยของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การการเรียนรู้เล่านิทานประกอบภาพหลังการทดลองดีมาก

2. ความสนใจต่อการเรียนภาษาไทยของนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การการเรียนรู้เล่านิทานประกอบภาพหลังการทดลองมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถด้านภาษา ของศรียา นิยมธรรม และปภัสสร นิยมธรรม (2519) และ ศึกษารูปแบบการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพของ กุลยา ตันติผลาชีวะ (2540) ซึ่งสามารถสรุปแนวคิดเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการหาคุณภาพเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Pre Experimental Research) ซึ่งผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยแบบ One-group Post-test Only design (Saiyod, 1995) ดังตาราง

ตาราง 1

แบบแผนการทดลอง

กลุ่มทดลอง	การทดลอง	สอบหลังการทดสอบ
E	X	T

ความหมายของสัญลักษณ์

E แทน กลุ่มทดลอง (Experimental Group)

X แทน ทดลองโดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบภาพ

T แทน สอบหลังการทดลอง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งเป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นอนุบาลปีที่2ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 โรงเรียนบ้านจอมบึง(วาปีพร้อมประชาศึกษา) จำนวน 4 ห้องเรียน มีนักเรียนทั้งหมดจำนวน 140 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นอนุบาลปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) จำนวน 1 ห้อง ทั้งหมด 35 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random) โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยสุ่ม เนื่องจากโรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) จัดนักเรียนเข้าชั้นเรียน โดยคละความสามารถทางด้านการเรียน ซึ่งมีนักเรียนเก่ง ปานกลาง และอ่อน ห้องละ 35 คน เท่าๆกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลองครั้งนี้คือ แผนการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ หน่วยการเรียนรู้ 16 แผน รวมเวลา 20 ชั่วโมง โดยมีค่า IOC เท่ากับ .94

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

แบบทดสอบ เป็นแบบวัดตรงที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 10 ข้อ โดยผู้วิจัยอ่านคำถามให้ผู้เข้ารับการทดสอบฟังทีละข้อ ข้อละ 2 ครั้ง แล้วให้ผู้เข้ารับการทดสอบทำเครื่องหมายกากบาทลงในช่องที่เลือก ซึ่งเลือกได้เพียง 1 ตัวเลือก ซึ่งผ่านการพัฒนาหาคุณภาพแล้วโดยมีค่า IOC เท่ากับ .93 , ค่าความยากง่ายเท่ากับ .59, ค่าอำนาจจำแนกเท่ากับ .40 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .85

แบบวัดความสนใจต่อการเรียนภาษาไทย ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (check-list) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน 1 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดความสนใจจำนวน 10 ข้อ ซึ่งผ่านการพัฒนาหาคุณภาพแล้วโดยมีค่า IOC เท่ากับ .93 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .90

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. จัดปฐมนิเทศเพื่อทำความเข้าใจกับนักเรียนถึงวิธีการเรียน จุดประสงค์การเรียนรู้และวิธีการประเมินผลการเรียนโดยใช้การจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพของนักเรียนระดับอนุบาลชั้นปีที่ 2

2. ดำเนินการทดลองโดยผู้วิจัยดำเนินการสอน จำนวน 16 ชั่วโมง โดยใช้จัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

จัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพที่เน้นกระตุ้นให้นักเรียนเกิดความสนใจ โดยใช้วิธีการและสื่อที่หลากหลายประกอบการใช้คำถาม กระตุ้นซักถามให้นักเรียนมีความคิดกว้างขวางขึ้น โดยใช้คำถามให้คิดย้อนคนละทางกับเหตุการณ์ในนิทาน เช่น กำหนดให้เหตุการณ์หรือพฤติกรรมของตัวละคร ต่างไปจากที่ปรากฏในนิทาน ให้นักเรียนร่วมกันคิด และให้เหตุผล ทบทวนหรือแสดงความคิดเห็นให้ นักเรียนนำประสบการณ์เดิมมาเชื่อมโยงกับประสบการณ์ใหม่

2.2 ขั้นดำเนินการสอน

ลักษณะกิจกรรมมุ่งให้นักเรียนมีบทบาท และมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้มากที่สุดให้นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันร่วมแสดงออกด้วยการตั้งคำถามตอบคำถามโดยออกแบบกรอบของความคิด จนกระทั่งได้คำตอบหรือองค์ความรู้ ในเรื่องที่เรียนอย่างชัดเจน ในขั้นตอนนี้จึงจำเป็นต้องมีการร่วมกันวิเคราะห์ เพื่อให้ได้ความจริงข้อเท็จจริง หรือคำตอบที่ต้องการ

2.3 ขั้นสรุป

ครูและนักเรียนร่วมกันลงข้อสรุป พฤติกรรมและเหตุการณ์ที่ดีและที่ควรแก้ไขจากเรื่องในนิทานตลอดจนลงข้อสรุป สิ่งที่ควรนำไปปฏิบัติ สิ่งที่สนับสนุนให้มีกระบวนการคิดคือ การผูกเรื่อง และการใช้คำถามในการให้คิด คิดแก้ปัญหา คิดหาเหตุผลตามเหตุการณ์ และเหตุผลถ้าเหตุการณ์ไม่เป็นไปตามท้องเรื่องเป็นการสรุปผลการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ครูมีโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วม โดยร่วมกันสรุปความรู้ ภาพรวมของเรื่องที่เรียนหรือสรุปสารสำคัญของนิทาน โดยนำความรู้ที่ได้มาทั้งหมดมา นำเสนอแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันสรุปข้อค้นพบ หรือสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ใหม่ ความสามารถในการฟัง - พูด ภาษาไทย หมายถึง ความสามารถในการฟังพูดหรือบอกสิ่งที่ได้รับฟัง ถ่ายทอดออกมาด้วยความเข้าใจของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 ในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบภาพ แล้วสามารถปฏิบัติตามคำสั่งง่าย ๆ สามารถพูดอธิบายภาพที่ใช้สื่อความหมายได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับวัย

3. ทดสอบหลังเรียน (Post test) โดยใช้แบบทดสอบความสามารถทางการฟัง - การพูดภาษาไทย ใช้เวลาในการทดสอบ 4 ชั่วโมง

4. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยหาค่าเฉลี่ยร้อยละ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 คำนวณค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ คะแนนเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.2 ความสามารถในการฟัง–พูดภาษาไทยของกลุ่มตัวอย่างหลังการทดลอง โดยการหาค่าเฉลี่ยร้อยละ

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่

1. ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแผนการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพเท่ากับ .94 ของแบบประเมินเท่ากับ .93 และแบบวัดความสนใจเท่ากับ .93

2. ค่าความยากง่าย (p) ของแบบประเมินเท่ากับ .59

3. ค่าอำนาจจำแนก (r) ของแบบประเมินเท่ากับ .40

4. ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดความสามารถทางการฟัง - การพูดภาษาไทย

5. ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดความสนใจต่อการเรียนภาษาไทย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาความสามารถในการฟัง - การพูดภาษาไทยและความสนใจต่อการเรียนภาษาไทย ของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบภาพ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความสามารถในการฟัง - การพูดภาษาไทยของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยวิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบภาพหลังการทดลอง ค่าร้อยละ 84.8, ค่าเฉลี่ย 8.48 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .78

2. ความสนใจต่อการเรียนภาษาไทย ของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยวิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้การเล่านิทานประกอบภาพหลังการทดลองค่าร้อยละ 80, ค่าเฉลี่ย 8 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .80

การอภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความสามารถในการฟัง-การพูดภาษาไทย และ ความสนใจต่อการเรียนภาษาไทยของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ การเล่านิทานประกอบภาพ ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถอภิปรายผลตามลำดับสมมติฐานของการวิจัยดังนี้

1. จากการศึกษาความสามารถในการฟัง-พูดภาษาไทยของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ หลังการทดลองอยู่ในระดับดีมากค่าเฉลี่ยร้อยละ 84.8 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากวิธีการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ เป็นวิธีการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การเล่านิทานประกอบภาพ เพื่อให้เกิดการสื่อความหมาย และความเพลิดเพลิน ดังคำกล่าวของ สัณหพัฒน์ อรุณธารี (2540) กล่าวว่า นิทาน คือเรื่องที่มีผู้แต่งขึ้นใหม่ หรือเป็นการเล่าสืบต่อกันมาเพื่อให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน แก่ผู้ฟังเป็นสำคัญและสอดแทรกคติธรรมสอนใจ การฟังนิทานยังช่วยส่งเสริมให้เด็กเกิดการพัฒนาทางด้านภาษาทั้งการพูด และการอ่าน อีกทั้งช่วยสร้างสัมพันธภาพที่ดีของผู้ฟังและผู้เล่าให้มีพัฒนาการทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาดีขึ้น โดยมีขั้นตอนการสอน 3 ขั้น ดังนี้ คือ 1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน 2. ขั้นดำเนินการสอน 3. ขั้นสรุป ซึ่งขั้นตอนการสอนแต่ละขั้นจะช่วยทำให้นักเรียนอยากเรียนรู้ เพราะนิทานเป็นสื่อการสอนช่วยเสริมแรงการสอนภาษาให้นักเรียนสนใจในการเรียนรู้ภาษาดีขึ้นทำให้เกิดความสนุกสนาน กระตือรือร้นที่จะทำกิจกรรมเพลิดเพลินไม่เบื่อหน่ายมีการจดจำที่ดีการส่งเสริมทักษะทางด้านพัฒนาการนักเรียนให้มีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ภาษา ดังคำกล่าวของสมศักดิ์ ปริปุรณะ (2542) กล่าวไว้ว่า นิทานเป็นเรื่องที่ผูกขึ้นโดยการใช้วาจาเป็นสื่อในการถ่ายทอด หรือใช้รูปแบบการเขียนทำนองการเล่าด้วยปากเปล่า จุดประสงค์หลักของนิทานเพื่อความบันเทิงใจ และสอดแทรกคำสั่งสอนไว้เป็นจุดประสงค์จากข้างต้นสรุปได้ว่านิทานเป็นเรื่องราวที่เล่าต่อกันมาโดยมีเนื้อเรื่องที่อ้างอิงจากความจริงหรือเป็นเรื่องที่แต่งขึ้นมาโดยมีจุดประสงค์เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินและสอดแทรกคติธรรมสอนใจทั้งยังส่งเสริมพัฒนาการด้านภาษาด้านการฟัง - การพูด และการอ่าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาณวิกา บุญรินทร์ (2552) ได้ศึกษาผลการจัดกิจกรรมการเล่านิทานประกอบรูปภาพที่มีต่อความสามารถในการจับใจความของเด็กปฐมวัย โรงเรียนบ้านโนนไหล่หนองเลิง จังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากเด็กนักเรียนชาย-หญิง อายุ 5-6 ปี จำนวน 20 คนที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นอนุบาลปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2552 ผลการวิจัยพบว่าเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเล่านิทานประกอบภาพมีความสามารถในการจับใจความหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเด็กปฐมวัยมีความสนใจต่อการจัดกิจกรรมการเล่านิทานประกอบรูปภาพทั้งในภาพรวมและรายพฤติกรรมอยู่ในระดับสนใจมากจากการศึกษาขั้นตอนการสอนทั้ง 3 ขั้นนี้ คือ

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

เป็นขั้นการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ ที่เน้นกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ โดยใช้วิธีการและ สื่อที่หลากหลายประกอบการใช้คำถาม กระตุ้นซักถามให้นักเรียนมีความคิดกว้างขวางขึ้น โดยใช้คำถามให้คิดย้อนคนละทาง กับเหตุการณ์ในนิทาน เช่น กำหนดให้เหตุการณ์หรือพฤติกรรมของตัวละครต่างไปจากที่ปรากฏในนิทาน ให้นักเรียนร่วมกันคิดและให้เหตุผล ทบทวนหรือแสดงความคิดเห็นให้ ผู้เรียนนำประสบการณ์เดิมมาเชื่อมโยงกับประสบการณ์ใหม่ ซึ่งเป็นขั้นกระตุ้นก่อนนำเข้าสู่การเรียน ดังคำกล่าวของเสริมศรี ลักษณศิริ (2540) ได้กล่าวไว้ว่า กิจกรรมการนำเข้าสู่บทเรียน เป็นกิจกรรมที่ครูทำเมื่อเริ่มต้นของการสอน มีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดความสนใจของนักเรียน มาอยู่ที่การสอนของครู และเป็นการเตรียมนักเรียนให้มีสมาธิในการฟังเรื่องที่ครูจะสอน เป็นการทำให้นักเรียนเข้าใจความหมายของบทเรียนชัดเจนขึ้น นักเรียนรู้ว่าต่อไปจะเรียนเรื่องอะไร และสามารถนำเอาความรู้และเทคนิคที่นักเรียนมีอยู่เดิมมาสัมพันธ์กับบทเรียนที่ครูจะสอนต่อไปได้ ซึ่งเทคนิคการนำเข้าสู่ บทเรียน มีหลากหลายเทคนิค เช่น ใช้อุปกรณ์ที่สัมพันธ์กับบทเรียน เช่น

ใช้ของจริง หุ่น รูปภาพ การเล่านิทาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องงานวิจัยของ รสสุคนธ์ แนวบุตร (2553) ได้ศึกษาการพัฒนาทักษะการฟังและการพูดของเด็กปฐมวัย โดยใช้กิจกรรมการเล่านิทานพื้นบ้าน ผลการวิจัยพบว่า เด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเล่านิทานพื้นบ้านมีความสามารถทางภาษา ด้านการฟัง และ การพูด ทั้งโดยภาพรวม และ รายด้าน ด้านการฟัง โดยภาพรวมหลังการจัดกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.28 ด้านการพูด โดยภาพรวมหลังการจัดกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.06 ความสามารถทางภาษาของเด็กปฐมวัยหลังการจัดกิจกรรม โดยใช้นิทานพื้นบ้านด้านการฟังและการพูดสูงกว่า ความสามารถทางภาษาก่อนการจัดกิจกรรมโดยใช้นิทานพื้นบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกด้าน

ขั้นดำเนินการสอน

เป็นขั้นที่มุ่งให้ผู้เรียน มีบทบาท และ มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้มากที่สุด ให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันร่วมแสดงออก ด้วยการแสดงบทบาท สมมติหรือตั้งคำถามจากนิทาน ที่ได้ฟังและตอบคำถามโดยออกแบบกรอบของความคิดจนกระทั่งได้คำตอบหรือองค์ความรู้ในเรื่องที่เรียนอย่างชัดเจน ในขั้นตอนนี้จึงจำเป็นต้องมีการร่วมกันวิเคราะห์ เพื่อให้ได้ความจริงข้อเท็จจริงหรือคำตอบที่ต้องการ ดังคำกล่าวของ Taylor (2000) กล่าวว่า นิทานสามารถใช้ในการจัดการเรียนการสอน และพัฒนาทักษะทางภาษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะนำมาสอนแบบบูรณาการทักษะทั้งสี่หรือแยกสอนแต่ละทักษะก็ตาม รวมทั้งการฝึกการออกเสียงทั้งนี้ เพราะเนื้อเรื่องในนิทานมีการเรียงลำดับเหตุการณ์ ซึ่งผู้เรียนสามารถคาดเดาเหตุการณ์การใช้คำเหตุการณ์ที่คล้ายกันช่วยให้ผู้เรียนจำคำศัพท์ประโยครวม อีกทั้งภาพที่ใช้ประกอบนิทาน สามารถสื่อความหมายได้ในทำนองเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวดี ศิลากรณ์ (2556) ได้ศึกษาความสามารถทางการพูดของเด็กปฐมวัย ที่ได้รับการจัดกิจกรรมเล่านิทานประกอบหุ่น ผลการวิจัยพบว่า หลังการทดลองระดับความสามารถทางการพูดของเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมเล่านิทาน ประกอบหุ่นโดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับสูง และความสามารถด้านการพูดของเด็กปฐมวัย หลังการจัดกิจกรรมเล่านิทาน ประกอบหุ่นมีค่าสูงกว่าก่อนการจัดกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งแสดงว่าแผนการจัดกิจกรรมเล่านิทานประกอบหุ่น สามารถพัฒนาให้เด็กปฐมวัยมีความสามารถทางการพูดสูงขึ้นอย่างชัดเจน

ขั้นสรุป

เป็นขั้นที่นักเรียนร่วมกันลงข้อสรุป พฤติกรรมและเหตุการณ์ที่ดี และ ที่ควรแก้ไขจากเรื่องในนิทานตลอดจนลงข้อสรุป สิ่งที่ควรนำไปปฏิบัติ สิ่งที่สนับสนุนให้มีกระบวนการคิดคือ การผูกเรื่องและการใช้คำถามในการให้คิด คิดแก้ปัญหา คิดหาเหตุผลตามเหตุการณ์ และเหตุผลถ้าเหตุการณ์ไม่เป็นไปตามท้องเรื่องเป็นการสรุปผลการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้สอนมีโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม โดยร่วมกันสรุปความรู้ ภาพรวมของเรื่องที่เรียนหรือสรุปสารสำคัญของนิทาน โดยนำความรู้ที่ได้มาทั้งหมดมานำเสนอแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันสรุปข้อค้นพบหรือสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ใหม่ความสามารถในการฟัง - พูด ภาษาไทย หมายถึง ความสามารถในการฟังพูดหรือบอกสิ่งที่ได้รับฟังถ่ายทอดออกมา ด้วยความเข้าใจของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 1 ในการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ แล้วสามารถปฏิบัติตามคำสั่งง่าย ๆ สามารถพูดอธิบายภาพที่ใช้สื่อความหมายได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับวัย ดังคำกล่าวของ ไรท์ (Wright, 2000) กล่าวว่า การนำนิทานมาจัดกิจกรรม การเรียนการสอนนั้นควรนำมาสอนให้ครอบคลุมทักษะทั้งสี่โดยเน้นความคล่องมากกว่าความถูกต้อง กล่าวคือนักเรียนควรได้มี โอกาสฝึกทักษะการฟังและการอ่าน โดยมุ่งเน้นให้นักเรียนค้นหาความหมายของเนื้อเรื่อง โดยการทำนายหรือการเดาเรื่อง ส่วนทักษะการพูดและการเขียน ควรให้นักเรียนได้ฝึกการเล่าเรื่อง หรือเขียนเรื่องเพื่อสื่อความหมายจากที่ได้อ่านหรือฟัง โดยไม่ต้องกังวลกับการพูดผิด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาณวิกา บุญรินทร์ (2552) ได้ศึกษาผลการจัดกิจกรรมการเล่านิทาน ประกอบรูปภาพที่มีต่อความสามารถในการจับใจความของเด็กปฐมวัย ผลการวิจัยพบว่า เด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเล่านิทาน ประกอบภาพมีความสามารถในการจับใจความหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง และเด็กปฐมวัยมีความสนใจต่อการจัดกิจกรรมการเล่านิทานประกอบรูปภาพทั้งในภาพรวมและ รายพฤติกรรมอยู่ในระดับสนใจมาก

2. จากการศึกษา ความสนใจต่อการเรียนภาษาไทย ของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 2 โรงเรียนบ้านจอมบึง (วาปีพร้อมประชาศึกษา) โดยวิธีการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพหลังการทดลอง ค่าเฉลี่ยร้อยละ

80 ซึ่งเป็นไปตามสมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งนี้เนื่องจากวิธีการจัดประสบการณ์ การเล่านิทานประกอบภาพ เป็นวิธีการจัดการเรียนการสอน โดยใช้การเล่านิทานประกอบภาพ เพราะนิทานมีอิทธิพลต่อเด็กมากในระดับปฐมวัย การที่ผู้ใหญ่และครู ได้รู้จักใกล้ชิดกับเด็กโดยการเล่านิทานจะเป็นเครื่องช่วยให้เข้าใจเด็กมากยิ่งขึ้น และเด็กมีความสนใจที่จะเรียนรู้ ดังคำกล่าวของสมศักดิ์ ปริปุรณะ (2542) กล่าวว่า การเล่านิทาน เป็นวิธีการให้เกิดความรู้วิธีหนึ่ง ที่ทำให้เด็กสนใจในการเรียนรู้ สามารถจดจำ กล้าแสดงออก และ มีแรงจูงใจที่จะเปิดรับพฤติกรรมที่พึงปรารถนา นอกนั้นยังช่วยตอบสนองความต้องการของเด็ก เช่น ความอยากรู้อยากเห็น ความต้องการเป็นที่ยอมรับ นอกจากนั้นเนื้อหาของนิทานที่มีความสัมพันธ์ กับความต้องการดังกล่าวจะช่วยให้เด็กสมความปรารถนา และ มีความสุข กระตือรือร้น ที่จะเรียนรู้โดยมีขั้นตอนการสอน 3 ขั้น ดังนี้ คือ (1) ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน (2) ขั้นดำเนินการสอน (3) ขั้นสรุป ซึ่งขั้นตอนการสอนแต่ละขั้น จะช่วยทำให้นักเรียนอยากเรียนรู้ เพราะนิทานเป็นสื่อการสอนช่วยเสริมแรงการสอนภาษาให้นักเรียนสนใจในการเรียนรู้ภาษาดีขึ้น ทำให้เกิดความสนุกสนาน กระตือรือร้นที่จะทำกิจกรรมเพลิดเพลินไม่เบื่อหน่าย มีการจดจำที่ดีการส่งเสริมทักษะ ทางด้านพัฒนาการนักเรียน ให้มีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ภาษา ดังคำกล่าวของสมศักดิ์ ปริปุรณะ (2542) กล่าวไว้ว่า นิทานเป็นเรื่องที่ผูกขึ้นโดยการใช้วาจาเป็นสื่อในการถ่ายทอดหรือใช้รูปแบบการเขียนทำนองการเล่าด้วยปากเปล่า จุดประสงค์หลักของนิทานเพื่อความบันเทิงใจ และสอดแทรกคำสั่งสอนไว้เป็นจุดประสงค์ จากข้างต้นสรุปได้ว่านิทานเป็นเรื่องราว ที่เล่าต่อกันมาโดยมีเนื้อเรื่องที่อ้างอิงจากความจริงหรือเป็นเรื่องที่แต่งขึ้นมาโดยมีจุดประสงค์เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินและสอดแทรกคติธรรมสอนใจทั้งยังส่งเสริมพัฒนาการด้านภาษาด้านการฟัง - การพูดและการอ่าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาณวิกา บุญรินทร์ (2552) ได้ศึกษาผลการจัดกิจกรรมการเล่านิทานประกอบรูปภาพ ที่มีต่อความสามารถในการจับใจความของเด็กปฐมวัย โรงเรียนบ้านโนนไหล่หนองเลิง จังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากเด็กนักเรียนชาย-หญิง อายุ 5-6 ปี จำนวน 20 คนที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นอนุบาลปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2552 ผลการวิจัยพบว่าเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเล่านิทานประกอบภาพ มีความสามารถในการจับใจความหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเด็กปฐมวัยมีความสนใจต่อการจัดกิจกรรมการเล่านิทานประกอบรูปภาพ ทั้งในภาพรวมและรายพฤติกรรมอยู่ในระดับสนใจมากจากการศึกษาขั้นตอนการสอนทั้ง 3 ขั้นนี้ คือ

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

เป็นขั้นการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ ที่เน้นกระตุ้น ให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ โดยใช้วิธีการและสื่อที่หลากหลาย ประกอบการใช้คำถาม กระตุ้นซักถามให้นักเรียนมีความคิดกว้างขวางขึ้นโดยใช้คำถามให้คิดย้อนคนละทาง กับเหตุการณ์ในนิทาน เช่น กำหนดให้เหตุการณ์หรือพฤติกรรมของตัวละครต่างไปจากที่ปรากฏในนิทาน ให้นักเรียนร่วมกันคิด และ ให้เหตุผล ทบทวนหรือแสดงความคิดเห็นให้ ผู้เรียนนำประสบการณ์เดิมมาเชื่อมโยงกับประสบการณ์ใหม่ ซึ่งเป็นขั้นกระตุ้นก่อนนำเข้าสู่การเรียน ดังคำกล่าวของเสริมศรี ลักษณศิริ (2540) ได้กล่าวไว้ว่า กิจกรรมการนำเข้าสู่บทเรียนเป็นกิจกรรมที่ครูทำเมื่อเริ่มต้นของการสอน มีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดความสนใจของนักเรียน มาอยู่ที่การสอนของครู และเป็นการเตรียมนักเรียนให้มีสมาธิในการฟังเรื่องที่ครูจะสอน เป็นการทำให้นักเรียนเข้าใจความหมาย ของบทเรียนชัดเจนขึ้น นักเรียนรู้ว่าต่อไปจะเรียนเรื่องอะไร และสามารถนำเอาความรู้ และเทคนิคที่นักเรียนมีอยู่เดิมมาสัมพันธ์กับบทเรียน ที่ครูจะสอนต่อไปได้ ซึ่งเทคนิคการนำเข้าสู่บทเรียน มีหลากหลายเทคนิค เช่น ใช้อุปกรณ์ที่สัมพันธ์กับบทเรียน เช่น ใช้ของจริง หุ่น รูปภาพ การเล่านิทาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องงานวิจัยของ (Johnson and Salts, 1977) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม ให้กับเด็กอนุบาลอายุ 3-4 ปี ที่โรงเรียนในเมืองดีทรอยด์ เด็กในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 146 คน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มแรกเล่านิทานให้ฟังแล้วให้เด็กแสดงบทบาทประกอบตามเรื่องกลุ่มที่สองเล่านิทานให้ฟังพร้อมพาไปดูของจริงนอกสถานที่ เช่น ไปซื้อของไปสวนสัตว์ กลุ่มที่สามสนทนากับเด็กเกี่ยวกับเรื่องที่เล่าให้ฟัง กลุ่มที่สี่ เป็นกลุ่มควบคุมผลการทดลองปรากฏว่าเด็กที่ได้แสดงบทบาทเลียนแบบตัวละครในเรื่องไปด้วยพัฒนาจิตลักษณะต่างๆได้ดีที่สุด แสดงว่าเมื่อเด็กฟังนิทานแล้วเด็กย่อมมีความต้องการที่จะเลียนแบบตัวละครตัวที่ชอบ หรือตัวละครที่ได้รับความสำเร็จจากพฤติกรรมนั้น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่าเนื้อหานิทานที่เป็นเรื่องไกลความจริง

เช่น เทพนิยาย ให้ผลดีต่อจิตลักษณะของเด็กดีกว่านิทานที่มีเนื้อหาใกล้ชีวิตเด็กจริง

ขั้นดำเนินการสอน

เป็นขั้นที่มุ่งให้ผู้เรียนมีบทบาทและมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้มากที่สุดให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ร่วมแสดงออกด้วยการแสดงบทบาทสมมติหรือตั้งคำถามจากนิทานที่ได้ฟังและตอบคำถามโดยออกแบบกรอบของความคิดจนกระทั่งได้คำตอบหรือองค์ความรู้ในเรื่องที่เรียนอย่างชัดเจน ในขั้นตอนนี้จึงจำเป็นต้องมีการร่วมกันวิเคราะห์ เพื่อให้ได้ความจริงข้อเท็จจริง หรือคำตอบที่ต้องการ ดังคำกล่าวของ Taylor (2000) กล่าวว่า นิทานสามารถใช้ในการจัดการเรียนการสอนและพัฒนาทักษะทางภาษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะนำมาสอนแบบบูรณาการทักษะทั้งสี่หรือแยกสอนแต่ละทักษะก็ตาม รวมทั้งการฝึกการออกเสียงทั้งนี้ เพราะเนื้อเรื่องในนิทานมีการเรียงลำดับเหตุการณ์ ซึ่งผู้เรียนสามารถคาดเดาเหตุการณ์ การใช้คำเหตุการณ์ที่คล้ายกันช่วยให้ผู้เรียนจำคำศัพท์ประโยครวม อีกทั้งภาพที่ใช้ประกอบนิทานสามารถสื่อความหมายได้ในทำนองเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมนวิภา เสนีย์วงศ์ ณ อยุธยา (2545) ได้ศึกษาการพัฒนาบทเรียนนิทานเพื่อเพิ่มความสามารถด้านการเขียนภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกรุงเทพ คริสเตียนวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของบทเรียนนิทานมีค่าเท่ากับ 93.10/82.24 ซึ่งถือว่ามีประสิทธิภาพดีมาก ความสามารถทางการเขียนภาอังกฤษของนักเรียนหลังการใช้บทเรียนนิทานสูงกว่าก่อนการใช้บทเรียนนิทาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักเรียนมีความคิดเห็นที่ดีต่อบทเรียนนิทานที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ขั้นสรุป

เป็นขั้นที่นักเรียนร่วมกันลงข้อสรุป พฤติกรรมและเหตุการณ์ที่ดีและที่ควรแก้ไขจากเรื่องในนิทานตลอดจนลงข้อสรุปสิ่งที่ควรนำไปปฏิบัติ สิ่งที่สนับสนุนให้มีกระบวนการคิด คือ การผูกเรื่องและการใช้คำถามในการให้คิด คิดแก้ปัญหา คิดหาเหตุผลตามเหตุการณ์และเหตุผลถ้าเหตุการณ์ไม่เป็นไปตามท้องเรื่องเป็นการสรุปผลการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้สอนมีโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม โดยร่วมกันสรุปความรู้ ภาพรวมของเรื่องที่เรียนหรือสรุปสารสำคัญของนิทาน โดยนำความรู้ที่ได้มาทั้งหมดมานำเสนอแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันสรุปข้อค้นพบ หรือสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ใหม่ความสามารถในการฟัง - พูด ภาษาไทย หมายถึง ความสามารถในการฟังพูดหรือบอกสิ่งที่ได้รับฟังถ่ายทอดออกมาด้วยความเข้าใจของนักเรียนอนุบาลชั้นปีที่ 1 ในการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ แล้วสามารถปฏิบัติตามคำสั่งง่าย ๆ สามารถพูดอธิบายภาพที่ใช้สื่อความหมายได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับวัย ดังคำกล่าวของ Wright (2000) กล่าวว่า การนำนิทานมาจัดกิจกรรมการเรียนการสอนนั้นควรนำมาสอนให้ครอบคลุมทักษะทั้งสี่โดยเน้นความคล่องมากกว่าความถูกต้อง กล่าวคือนักเรียนควรได้มีโอกาสฝึกทักษะการฟังและการอ่าน โดยมุ่งเน้นให้นักเรียนค้นหาความหมายของเนื้อเรื่อง โดยการทำนายหรือการเดาเรื่อง ส่วนทักษะการพูดและการเขียน ควรให้นักเรียนได้ฝึกการเล่าเรื่อง หรือเขียนเรื่องเพื่อสื่อความหมายจากที่ได้อ่านหรือฟังโดยไม่ต้องกังวลกับการพูดผิด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภศิริ บุญประเวศ (2542) ได้ศึกษาการพัฒนาหนังสือนิทาน เพื่อเพิ่มทักษะการเขียนสะกดคำที่ไม่ตรงตามมาตรา สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนเซนต์คาเบรียล กรุงเทพฯ ผลการวิจัยพบว่า หนังสือนิทานเพื่อเพิ่มทักษะการเขียนสะกดคำที่ไม่ตรงตามมาตราที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ เท่ากับ 88.31/84.89 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยหนังสือนิทานเพื่อเพิ่มทักษะการเขียนสะกดคำที่ไม่ตรงตามมาตราหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนแตกต่างกันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และระดับความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการใช้หนังสือนิทานเพื่อเพิ่มทักษะการเขียนสะกดคำที่ไม่ตรงตามมาตรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อนำเสนอที่ไปใช้เป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนและการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อการจัดการเรียนรู้

1.1การจัดการเรียนรู้โดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ ที่นำมาใช้สอนควรเป็นนิทานที่มีเนื้อเรื่องสั้น ๆ และเข้าใจง่าย มีประโยชน์ มีความเหมาะสมกับเนื้อหาวิชา เหมาะสมกับวัย และความสนใจของนักเรียนที่เป็นสิ่งแวดล้อมในสถานการณ์จริง

1.2 ภาษาที่ใช้สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ นักเรียนต้องมีโอกาสฝึกฝนการใช้ภาษาได้มากที่สุด จึงจะทำให้นักเรียนมีความสุขในการเรียนภาษาไทย ซึ่งจะส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนดีขึ้น

1.3 ครูควรนำสื่อที่หลากหลายและเป็นสื่อเอกสารจริงเข้ามาเสริมเพื่อให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะนักเรียนได้เข้าถึงเอกสารจริงด้วยตนเองจะทำให้เกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น

1.4 การจัดการเรียนรู้โดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ ในการสอนภาษาไทย สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับนักเรียนได้ทุกระดับชั้น ซึ่งครูผู้สอนควรเลือกนำไปใช้ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับวัยของนักเรียนในแต่ละระดับ จึงจะมีความหมายสำหรับนักเรียนในชีวิตจริง เพราะนักเรียนต้องการใช้ภาษาในการสื่อสารอย่างมีความหมาย และควรคำนึงถึงเวลา สถานที่ และอุปกรณ์ที่ใช้ต้องสะดวกและพอเหมาะ

1.5 การจัดการเรียนรู้โดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ ครูควรจัดให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดเตรียมหาสื่ออุปกรณ์ หรือร่วมกันประดิษฐ์เพื่อให้นักเรียนเกิดความภาคภูมิใจและเป็นการกระตุ้นให้นักเรียนสนใจและอยากเรียนรู้ในกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเองเพื่อเป็นการส่งเสริมแรงจูงใจในการเรียนภาษาไทย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบวิธีการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ กับวิธีการสอนอื่น ๆ ได้แก่ วิธีการสอนแบบแสดงบทบาทสมมติ การทัศนศึกษา การอภิปรายกลุ่ม ฯลฯ

2.2 ควรมีการศึกษาความสามารถในการฟัง - พูดภาษาไทยโดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ กับนักเรียนระดับชั้นอื่น ๆ เช่น ระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษาตอนต้น

2.3 ควรมีการศึกษาโดยใช้วิธีการจัดประสบการณ์การเล่านิทานประกอบภาพ โดยนำไปบูรณาการกับวิชาอื่น ๆ ได้แก่ วิชาภาษาอังกฤษ วิชาคณิตศาสตร์ ฯลฯ

References

A-runtanee, S. (1997). *Fable for early childhood.* Phuket: Phuket Rajabhat University. (in Thai)

Boonprawate, S. (2009). *A development of children tales as learning materials for teaching words writing skill of Prathomsuksa 2 at ST. Gabriel School Bangkok*. Master of Education Department of Curriculum and Instruction Graduate School, Silapakorn University. (in Thai)

Bpribpuna, S. (1999). *Fable Important and benefit.* Ratchaburi: Muban Chom Bueng Rajabhat University. (in Thai)

Bunyarin, M. (2009). *The Effect of fable story telling with picture reading for main idea abilities of early childhood Bannonlai-nonglerng school Srisaket province.* Master of Education degree program in curriculum and instruction, Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)

Cha-lermgit, T. (2002). *English games for child.* Bangkok: DK Today. (in Thai)

Dixon, D., Johnson, J., & Saltz, Eli. (1977). Training disadvantaged preschoolers on various fantasy activities effects on cognitive functioning and Impules control. *Child Development, 48*(2), 367-80

Laksiri, S. (1997). *Teaching Principle*. Bangkok: Phranakhon Rajabhat University. (in Thai)

Leetrochowalit, M. (2001). *Jataka tales which promoted peace dhama for the young children.* Master of Education degree program in early childhood education, Chulalongkorn University. (in Thai)

Medina, S.L. (2000). *Acquiring vocabulary through story-songs. November 19, 2017,* Retrieved from http://www.forefrontpublishers.com/eslmusic/articles/05.htm.

Naewbout, R. (2010). *The development of listening and speaking skills for early childhood by using folk tale-telling activities.* Master of Education degree program in Curriculum and Instruction, Mahasarakham University. (in Thai)

Niyomtum, S., & Niyomtum, P. (1976). *Inclusion for early childhood.* Bangkok: Love & Lipplace. (in Thai)

Panit, W. (2012). *21st Century Learning for disciple.* Bangkok: Sotsee-Saleadwong Foundation. (in Thai)

Pengseetong, J. (2001). A study of problems in English listening of Ramkhamhaeng University students. *Journal of research, 4*(1), 173-175 (in Thai)

Pinyoh-anuntapomg, S. (2007). *Early childhood education.* Bangkok: Suan Dusit Rajabhat University. (in Thai)

Saiyod, L.A. (1995). *Educational research technique.* Bangkok: Suweeriyasarn. (in Thai)

Seneewong Na Ayuthaya, M. (2002). *The development of storytelling incorporated lessons to improve writing ability of grade five students at Bangkok Christlan College.* Master of Education Department of Curriculum and Instruction Graduate School, Silapakorn University. (in Thai)

Silakorn, N. (2013). *Speeking ability of early childhood using fable story telling with puppets.* Master degree of Education in Early Childhood, Srinakharinwirot University. (in Thai)

Simpson, M. (1995). *Language arts in the early childhood classroom*. California: Division of International Thomson.

Suwantat, J. (2004). S*ynthesis research of Thailand about support child.* Bangkok: Srinakharinwirot University. (in Thai)

Taylor, D. (2000). *Reading difficulties: Instruction and Assessment.* New York: McGraw-Hill.

Thummaborworn, N. (2001). *Evaluation of development early childhood.* Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)

Tontiparacheewa, K. (1997). Technique intelligence early childhood. *Journal of Higher Education, 1*(1), 36-40. (in Thai)

Underwood, E.M. (1990). Multiple use of pebble and ball mills. *Industrial and Engineering Chemistry, 30*(8), 905-908.

Ungsagun, B. (2002). Planning research for development learning. *Journal academic, 5*(12), 48-53. (in Thai)

Ur, P. (1994). *Discussion That work : Task Centered Fluency Practice.* Cambridge: Cambridge University.

Wiangsamtu, A. (1997). *The Effect of fable story telling with big book by whole language approach on interest reading and writing abilities of early childhood.* Master of Education degree program in early childhood education, Faculty of Education, Loei Rajabhat University. (in Thai)

Wright, P.L. (2000). How to develop a teacher rating instrument. *Journal of Higher Education, 46*(6), 653-660.

การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือด้วยเทคนิคการสอนแบบกลุ่มช่วยรายบุคคล (TAI)

A Study of Prathom Sueksa III Students Learning Achievement and Interest towards Computer Learning at Anubansamutsongkhram School by Using Co-Operative Learning with TAI Technique

ธิษณามดี พุกประเสริฐ และกิตติคม คาวีรัตน์
Tisanamadee Pukprasert and Kittikom Kaveerat
หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
Master of Education Program, Muban Chom Bueng Rajabhat University
Received: July 9, 2018
Revised: September 3, 2018
Accepted: September 3, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI ก่อนการทดลองและหลังการทดลอง (2) ศึกษาความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI หลังการทดลอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงครามที่เรียนวิชาคอมพิวเตอร์ (13101) ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 จำนวน 1 ห้องเรียน จำนวน 40 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้คอมพิวเตอร์ โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ เป็นแบบปรนัยชนิด 4 ตัวเลือก แบบสังเกตพฤติกรรมความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบหาค่าทีแบบกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (2) ความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI หลังการทดลองอยู่ในระดับดีมาก

คำสำคัญ: ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์, ความสนใจ, การสอนโดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI

Abstract

The purpose of this research was (1) to study the computer learning achievement of Prathom Sueksa III students at Anubansamutsongkhram school using Team Assisted Individualization (TAI) learning techniques before the experiment and after the experiment and (2) to study the Prathom Sueksa III students' interest towards computer learning of at Anubansamutsongkhram school using team assisted individualization after the experiment. The samples used in the research were 40 Prathom Sueksa III students who studied Computers (13101) in the second semester of the 2017 academic year at Anubansamutsongkhram school. They were selected by cluster random sampling. The instruments used in the data collection were lesson plans using Team Assisted Individualization instruction, computer learning, and questionnaires of interest towards computer learning. Statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation and t-test for dependent samples. The results of the research indicated that (1) computer learning achievement of Prathom Sueksa III students at Anubansamutsongkhram school using team assisted individualization learning techniques after the experiment significantly increased their knowledge more than before the experiment at the .01 level. (2) interest towards computer learning of Prathom Sueksa III students at Anubansamutsongkhram school using team assisted individualization instruction techniques after the experiment was at the highest level.

Keywords: computer learning achievement, interest, team assisted individualization

บทนำ

ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในสังคมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเพศใด วัยไหน หรือแม้แต่การประกอบอาชีพในด้านต่าง ๆ ส่วนใหญ่ก็ล้วนที่จะต้องทำงานที่มี คอมพิวเตอร์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยกันทั้งนั้น โดยเฉพาะในด้านการศึกษาที่คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ ร่วมกับการเรียนของนักเรียนและการสอนของครูผู้สอน ทั้งนี้ ทำให้ในแต่ละโรงเรียนได้มีรายวิชาที่เปิดสอนเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ขึ้นมา จึงส่งผลให้การเรียนการสอนมีการพัฒนายิ่งขึ้นไป นักเรียนมีการเรียนรู้ที่หลากหลาย มีการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งนักเรียนยังได้รับความรู้อย่างกว้างขวางและทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน (วศิน เพิ่มทรัพย์, 2548)

ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2546 ยังได้กำหนดกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี เป็นกลุ่มสาระที่ช่วยพัฒนาให้ผู้เรียน มีความรู้ ความเข้าใจ มีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง สามารถนำความรู้เกี่ยวกับการดำรงชีวิต การอาชีพ และเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการทำงานอย่างมีความคิดสร้างสรรค์และแข่งขันในสังคมไทยและสากล เห็นแนวทางในการประกอบอาชีพ รักการทำงาน และมีเจตคติที่ดีต่อการทำงาน สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างพอเพียง และมีความสุข กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี มุ่งพัฒนาผู้เรียนแบบองค์รวม เพื่อให้มีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการทำงาน เห็นแนวทางในการประกอบอาชีพและการศึกษาต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีสาระสำคัญดังนี้การดำรงชีวิตและครอบครัว เป็นสาระเกี่ยวกับการทำงานในชีวิตประจำวัน ช่วยเหลือตนเอง ครอบครัว และสังคมได้ในสภาพเศรษฐกิจที่พอเพียง ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เน้นการปฏิบัติจริงจนเกิดความมั่นใจและภูมิใจในผลสำเร็จของงาน เพื่อให้ค้นพบความสามารถ ความถนัด และความสนใจของตนเองการออกแบบและเทคโนโลยี เป็นสาระการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถของมนุษย์อย่าง

สร้างสรรค์ โดยนำความรู้มาใช้กับกระบวนการเทคโนโลยี สร้างสิ่งของ เครื่องใช้วิธีการ หรือเพิ่มประสิทธิภาพในการดำรงชีวิตเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นสาระเกี่ยวกับกระบวนการเทคโนโลยีสารสนเทศ การติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูล การใช้ข้อมูลและสารสนเทศ การแก้ปัญหาหรือการสร้างงาน คุณค่าและผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การอาชีพ เป็นสาระที่เกี่ยวข้องกับทักษะที่จำเป็นต่ออาชีพ เห็นความสำคัญของคุณธรรม จริยธรรม และเจตคติที่ดีต่ออาชีพ ใช้เทคโนโลยีได้เหมาะสม เห็นคุณค่าของอาชีพสุจริตและเห็นแนวทางในการประกอบอาชีพ (กรมวิชาการ, 2551)

จากผลการทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (Ordinary National Educational Test-O-NET) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ในปีการศึกษา 2556 - 2558กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่า ปีการศึกษา 2556 ในรายวิชาการงานอาชีพและเทคโนโลยี นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ย 57.74 ปีการศึกษา 2557 นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ย 57.99 ปีการศึกษา 2558 นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ย 57.76 จากข้อมูลดังกล่าวพบว่า การจัดการเรียนการสอนของวิชาคอมพิวเตอร์ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ดังนั้นการเรียนการสอนคอมพิวเตอร์ จึงมุ่งเน้นให้ นักเรียนได้เป็นผู้เรียนรู้ และค้นพบด้วยตนเองมากที่สุด การเรียนรู้โดยจัดเนื้อหาสาระให้มีความเหมาะสมกับนักเรียน ได้ตามศักยภาพและความต้องการของตัวนักเรียนเองนอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้นักเรียนมีทักษะการคิดสร้างสรรค์การทำงานอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อสร้างสรรค์ผลงาน ตลอดจนพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ให้กับนักเรียนซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานของหลักสูตรแกนกลาง

จากความสำคัญของวิชาการงานอาชีพและเทคโนโลยีและสภาพปัญหาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการงานอาชีพและเทคโนโลยีของนักเรียนดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะครูผู้สอนคอมพิวเตอร์จึงได้ทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีสอน ซึ่งมีนักการศึกษาหลายคนได้เสนอแนวคิดในการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI ซึ่งพบว่าวิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่จัดให้นักเรียนได้ร่วมมือและช่วยเหลือกันในการเรียนรู้โดยแบ่งกลุ่มนักเรียนที่มีความสามารถต่างกันออกเป็นกลุ่มเล็กๆ ซึ่งเป็นลักษณะการรวมกลุ่มอย่างมีโครงสร้างที่ชัดเจน มีการทำงานร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีการช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน มีความรับผิดชอบร่วมกันทั้งในส่วนตนและส่วนรวม เพื่อให้ตนเองและสมาชิกทุกคนในกลุ่มประสบความสำเร็จร่วมกัน (สุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ, 2547) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจงจิตร์ คุณสา (2556) ที่ได้ศึกษาผลของการเรียนแบบร่วมมือด้วยเทคนิค TAI ผ่านเว็บไซต์โดยใช้การจัดการเรียนการสอนแบบโครงงาน ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสามารถในการทำงานเป็นทีมในรายวิชาการงานอาชีพและเทคโนโลยี 1 ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พบว่า ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่มีระดับผลการเรียนแตกต่างกันที่เรียนด้วยการเรียนแบบร่วมมือด้วยเทคนิค TAI ผ่านเว็บไซต์โดยใช้การจัดการเรียนการสอนแบบโครงงาน ในรายวิชาการงานอาชีพและเทคโนโลยี 1 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 และผลการเปรียบเทียบความสามารถในการทำงานเป็นทีมของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่มีระดับความสามารถในการทำงานเป็นทีมแตกต่างกันที่เรียนด้วยการเรียนแบบร่วมมือด้วยเทคนิค TAI ผ่านเว็บไซต์โดยใช้การจัดการเรียนการสอนแบบโครงงาน ในรายวิชาการงานอาชีพและเทคโนโลยี 1 มีความสามารถในการทำงานเป็นทีมหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะครูผู้สอนวิชาคอมพิวเตอร์จึงสนใจที่จะนำวิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI มาทำการวิจัยกับนักเรียนโดยทำการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์และความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI มาใช้ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

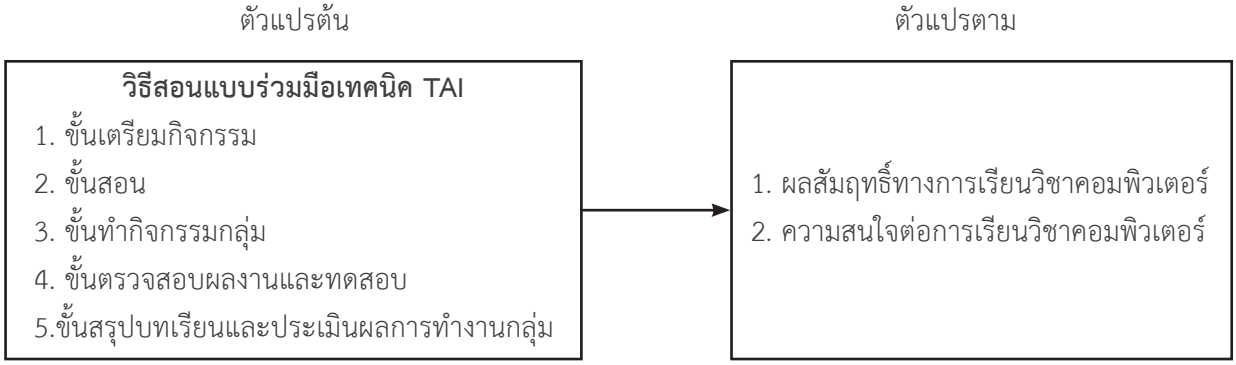
1. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียน

อนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI ก่อนและหลังการทดลอง

2. เพื่อศึกษาความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนระดับของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI หลังการทดลอง

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีสอนแบบร่วมมือของ วัฒนาพร ระงับทุกข์ (2543) โดยมีขั้นตอนของการสอนแบบร่วมมือ 5 ขั้นตอน ดังนี้ (1) ขั้นเตรียมกิจกรรม (2) ขั้นสอน (3) ขั้นทำกิจกรรมกลุ่ม (4) ขั้นตรวจสอบผลงานและทดสอบ (5) ขั้นสรุปบทเรียนและประเมินผลการทำงานกลุ่ม ตามแนวคิดของ พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543) โดยมุ่งวัดพฤติกรรม 4 ด้าน คือ ด้านความรู้ความจำ ด้านความเข้าใจ ด้านการนำไปใช้และด้านทักษะกระบวนการ ซึ่งสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้



สมมติฐานการวิจัย

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือด้วยเทคนิคการสอนแบบกลุ่มช่วยรายบุคคล (TAI) หลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง

2. ความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่3 โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือด้วยเทคนิคการสอนแบบกลุ่มช่วยรายบุคคล (TAI) หลังการทดลองอยู่ในระดับมากที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือด้วยเทคนิคการสอนแบบกลุ่มช่วยรายบุคคล (TAI) ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการหาคุณภาพเครื่องมือ
4.การเก็บรวบรวมข้อมูล
5.การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (pre experimental research) ซึ่งเป็นการทดลองโดยมีกลุ่มทดลองเพียงกลุ่มเดียว ทำการทดสอบก่อนการทดลองและหลังการทดลอง (one group pretest posttest design) ตามรูปแบบของมาเรียม นิลพันธุ์ (2549) ซึ่งมีแบบแผนการทดลองดังนี้

ตาราง 1

แบบแผนการทดลอง

กลุ่มทดลอง	การทดสอบก่อนการทดลอง	วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI	การทดสอบหลังการทดลอง
E	T_1	X	T_2

สัญลักษณ์ที่ใช้ในแบบแผนการทดลอง

E แทน กลุ่มทดลอง

T_1 แทน การทดสอบก่อนการทดลอง

X แทน วิธีสอนแบบร่วมมือด้วยเทคนิคการสอนแบบกลุ่มช่วยรายบุคคล (TAI)

T_2 แทน การทดสอบหลังการทดลอง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา 2560 วิชาคอมพิวเตอร์ (13101) จำนวน 5 ห้องเรียน มีนักเรียนทั้งหมดรวม 199 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม ที่เรียนวิชาคอมพิวเตอร์ (13101) ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560จำนวน 1 ห้องเรียน 40 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบกลุ่ม (cluster random sampling) โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยสุ่ม เนื่องจากโรงเรียนสมุทรสงครามจัดนักเรียนเข้าชั้นเรียนโดยคละความสามารถทางด้านการเรียน ห้องละ 40 คนเท่าๆ กัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง แผนการจัดการเรียนรู้วิชาคอมพิวเตอร์ โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAIจำนวน 16 แผน รวมเวลา 16 ชั่วโมง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 เรื่องโปรแกรมสร้างงานเอกสาร ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบทดสอบชนิดปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นซึ่งผ่านการพัฒนาหาคุณภาพแล้วโดยมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับ .87 และมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC--Index of Item Objective Congruence) .88

2.2 แบบวัดความสนใจต่อการเรียนคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (check list) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน 2 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดความสนใจจำนวน 10 ข้อ ซึ่งผ่านการพัฒนาหาคุณภาพแล้วโดยมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่า .89 และมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC--Index of Item Objective Congruence) .87

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. จัดปฐมนิเทศเพื่อทำความเข้าใจกับนักเรียนถึงวิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI จุดประสงค์การเรียนรู้ บทบาทของนักเรียนและวิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้

2. ทำการทดสอบก่อนการทดลอง (pre - test) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ใช้เวลา 2 ชั่วโมง

3. ดำเนินการทดลองด้วยแผนการสอนโดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI เป็นเวลา 16 ชั่วโมง

4. ทำการทดสอบหลังการทดลอง (post - test) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์และแบบวัดความสนใจต่อการเรียนคอมพิวเตอร์ทำการทดสอบหลังการทดลองใช้เวลา 2 ชั่วโมง

5. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบหาค่าทีแบบกลุ่มที่ไม่อิสระต่อกัน (t-test for dependent samples)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 คำนวณค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ คะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.2 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของนักเรียนก่อนทดลองและหลังทดลอง โดยใช้สถิติการหาค่าทีแบบกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test for dependent samples)

1.3 ความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างหลังการทดลอง โดยการหาค่าเฉลี่ย

2. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

2.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่

2.1.1 ค่าเฉลี่ย (mean)

2.2.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่

2.2.1 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

2.2.2 ค่าความยากง่าย (p) ของแบบประเมิน

2.2.3 ค่าอำนาจจำแนก (r) ของแบบประเมิน

2.2.4 ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัย

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI หลังการทดลงสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ผลการศึกษาความสนใจต่อการเรียนคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม หลังการทดลองอยู่ในระดับดีมาก

การอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI ก่อนการทดลองและหลังการทดลองผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลตามลำดับสมมติฐานของการวิจัยดังนี้

1. จากศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI หลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากแนวทฤษฎีวิธีการสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI ที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการทดลองเป็นการสอนตามขั้นตอนวิธีสอน 5 ขั้น ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของวัฒนาพร ระงับทุกข์ (2000) โดยมีขั้นตอนของการสอนแบบร่วมมือ 5 ขั้นตอน ดังนี้ (1) ขั้นเตรียมกิจกรรม (2) ขั้นสอน (3) ขั้นทำกิจกรรมกลุ่ม (4) ขั้นตรวจสอบผลงานและทดสอบ (5) ขั้นสรุปบทเรียนและประเมินผลการทำงานกลุ่ม มีดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมกิจกรรม ครูแนะนำทักษะในการเรียนรู้ร่วมกันและจัดเป็นกลุ่มย่อย ๆ 4-5 คน ครูชี้แนะเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่การทำงานกลุ่ม แจ้งวัตถุประสงค์ของบทเรียนและการทำกิจกรรมร่วมกัน ทำให้นักเรียนเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน นักเรียนในกลุ่มมีการปฏิสัมพันธ์ (interaction) ร่วมกัน เกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน

ขั้นที่ 2 ขั้นสอน ครูทบทวนความรู้เดิม และนำเข้าสู่บทเรียนใหม่ ครูแนะนำเนื้อหา ให้ความรู้แก่นักเรียน ใช้สื่อในการจัดการเรียนการสอน ให้นักเรียนสัมผัสกับแหล่งเรียนรู้จริง (authentic material) มีการมอบหมายงานให้นักเรียนแต่ละกลุ่มทำงานร่วมกัน

ขั้นที่ 3 ขั้นทำกิจกรรมกลุ่ม นักเรียนเรียนรู้การทำงานกลุ่มร่วมกัน ช่วยเหลือกันภายในกลุ่ม นักเรียนรู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเอง นักเรียนช่วยกันเรียนรู้ แสวงหาคำตอบด้วยตนเอง รู้จักทักษะการสื่อสารกันภายในกลุ่ม เป็นการทำกิจกรรมที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (child centered) ครูเป็นเพียงผู้คอยให้คำแนะนำ

ขั้นที่ 4 ขั้นตรวจสอบผลงานและทดสอบ ในขั้นนี้เป็นการตรวจสอบว่านักเรียนสามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนเองได้อย่างครบถ้วนหรือไม่ ยังมีข้อผิดพลาดตรงไหนที่ต้องปรับปรุงแก้ไข เน้นพิจารณาที่ผลงานกลุ่มก่อน แล้วค่อยเป็นผลงานรายบุคคล จากนั้นจึงทดสอบความรู้ วัดและประเมินผลตามสภาพจริง (authentic assessment) เพื่อดูพัฒนาการของนักเรียนแต่ละคน

ขั้นที่ 5 ขั้นสรุปบทเรียนและประเมินผลการทำงานกลุ่ม ครูและนักเรียนช่วยกันสรุปบทเรียน และช่วยกันเพิ่มเติมในสิ่งที่นักเรียนยังไม่รู้ นักเรียนร่วมกันประเมินผลงานกลุ่มของตนเองและกลุ่มของเพื่อน เพื่อพิจารณาหาจุดเด่นจุดด้อยทำให้นักเรียนเกิดความรู้เชิงประจักษ์ สามารถวัดและประเมินผลตามสภาพจริง (authentic assessment) ได้

จากการวิจัย เรื่องการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI จึงสรุปได้ว่า วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI สามารถพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม ให้มีประสิทธิภาพและสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนวิชาคอมพิวเตอร์ในชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ในเนื้อหาเรื่องอื่นและระดับชั้นอื่นๆ ต่อไป ทั้งนี้เนื่องจากวิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI เป็นวิธีสอนโดยแบ่งกลุ่มผู้เรียนออกเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ซึ่งแต่ละกลุ่มจะประกอบด้วยสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถแตกต่างกัน คือ คนเก่ง ปานกลาง และคนอ่อน มีการทำงานร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นการแสดงออกซึ่งทางพฤติกรรมในการร่วมมือกันทำงานโดยมีเป้าหมายร่วมกันแล้วกระทำให้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ความสำเร็จของทุกคนคือความสำเร็จของกลุ่ม ดังคำกล่าวของชนาธิป พรกุล (2554) ได้กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเป็นวิธีให้นักเรียนทำงานด้วยกันในกลุ่มย่อย ได้เรียนรู้และรับผลตอบแทนร่วมกัน โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ มีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนทุกระดับความสามารถส่งเสริมการช่วยเหลือร่วมมือระหว่างนักเรียนที่มีความสามารถต่างกัน และนักเรียนได้รับประสบการณ์การเป็นผู้ชนะและมีความสำเร็จร่วมกัน ซึ่งการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมืออาศัยแนวคิดที่ว่า เด็กอ่อนได้เรียนรู้และปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนที่เก่งกว่า ในขณะเดียวกันเด็กเก่งได้เรียนรู้ถึงความอดทนและเข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเป็นการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับชีวิตจริงที่ต้องการความร่วมมือกันทำงานไปสู่เป้าหมายเดียวกันมากกว่าการแข่งขัน ซึ่งการแข่งขันจะทำนักเรียนอ่อนหมดกำลังใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของจงจิตร์ คุณสา (2556) ที่ได้ศึกษาผลของการเรียนแบบร่วมมือด้วยเทคนิค TAI ผ่านเว็บโดยใช้การจัดการเรียนการสอนแบบโครงงาน ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสามารถในการทำงานเป็นทีมในรายวิชาการงานอาชีพและเทคโนโลยี 1 ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พบว่า ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่มีระดับผลการเรียนแตกต่างกันที่เรียนด้วยการเรียนแบบร่วมมือด้วยเทคนิค TAI ผ่านเว็บโดยใช้การจัดการเรียนการสอนแบบโครงงาน ในรายวิชาการงานอาชีพและเทคโนโลยี 1 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .01 และผลการเปรียบเทียบความสามารถในการทำงานเป็นทีมของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่มีระดับความสามารถในการทำงานเป็นทีมแตกต่างกันที่เรียนด้วยการเรียนแบบร่วมมือด้วยเทคนิค TAI ผ่านเว็บโดยใช้การจัดการเรียนการสอนแบบโครงงาน ในรายวิชาการงานอาชีพและเทคโนโลยี 1 มีความสามารถในการทำงานเป็นทีมหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกนกภรณ์ ทองระย้า (2557) ได้ศึกษาผลของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบกลุ่มร่วมมือ STAD เพื่อส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาคอมพิวเตอร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ เรื่อง Microsoft Excel ด้วยเทคนิคการจัดการเรียนรู้แบบกลุ่มร่วมมือแบบ STAD ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. จากการศึกษาความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ พบว่า ความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI หลังการทดลองอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 85.25 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อ 2 ทั้งนี้เนื่องจากแนวทฤษฎีวิธีการสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI ที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการทดลองเป็นการสอนตามขั้นตอนวิธีสอน 5 ขั้น ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ วัฒนาพร ระงับทุกข์ (2543) โดยมีขั้นตอนของการสอนแบบร่วมมือ 5 ขั้นตอน ดังนี้ (1) ขั้นเตรียมกิจกรรม (2) ขั้นสอน (3) ขั้นทำกิจกรรมกลุ่ม (4) ขั้นตรวจสอบผลงานและทดสอบ (5) ขั้นสรุปบทเรียนและประเมินผลการทำงานกลุ่ม มีดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมกิจกรรม ครูแนะนำทักษะในการเรียนรู้ร่วมกันและจัดเป็นกลุ่มย่อยๆ 4-5 คน ครูชี้แนะเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่การทำงานกลุ่ม แจ้งวัตถุประสงค์ของบทเรียนและการทำกิจกรรมร่วมกัน ทำให้นักเรียนเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน นักเรียนในกลุ่มมีการปฏิสัมพันธ์ (interaction) ร่วมกัน เกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน

ขั้นที่ 2 ขั้นสอน ครูทบทวนความรู้เดิม และนำเข้าสู่บทเรียนใหม่ ครูแนะนำเนื้อหา ให้ความรู้แก่นักเรียน ใช้สื่อในการจัดการเรียนการสอน ให้นักเรียนสัมผัสกับแหล่งเรียนรู้จริง (authentic material) มีการมอบหมายงานให้นักเรียนแต่ละกลุ่มทำงานร่วมกัน

ขั้นที่ 3 ขั้นทำกิจกรรมกลุ่ม นักเรียนเรียนรู้การทำงานกลุ่มร่วมกัน ช่วยเหลือกันภายในกลุ่ม นักเรียนรู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเอง นักเรียนช่วยกันเรียนรู้ แสวงหาคำตอบด้วยตนเอง รู้จักทักษะการสื่อสารกันภายในกลุ่ม เป็นการทำกิจกรรมที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (child centered) ครูเป็นเพียงผู้คอยให้คำแนะนำ

ขั้นที่ 4 ขั้นตรวจสอบผลงานและทดสอบ ในขั้นนี้เป็นการตรวจสอบว่านักเรียนสามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนเองได้อย่างครบถ้วนหรือไม่ ยังมีข้อผิดพลาดตรงไหนที่ต้องปรับปรุงแก้ไข เน้นพิจารณาที่ผลงานกลุ่มก่อน แล้วค่อยเป็นผลงานรายบุคคล จากนั้นจึงทดสอบความรู้ วัดและประเมินผลตามสภาพจริง (authentic assessment) เพื่อดูพัฒนาการของนักเรียนแต่ละคน

ขั้นที่ 5 ขั้นสรุปบทเรียนและประเมินผลการทำงานกลุ่ม ครูและนักเรียนช่วยกันสรุปบทเรียน และช่วยกันเพิ่มเติมในสิ่งที่นักเรียนยังไม่รู้ นักเรียนร่วมกันประเมินผลงานกลุ่มของตนเองและกลุ่มของเพื่อน เพื่อพิจารณาหาจุดเด่นจุดด้อยทำให้นักเรียนเกิดความรู้เชิงประจักษ์ สามารถวัดและประเมินผลตามสภาพจริง (authentic assessment) ได้

จากการวิจัย เรื่องความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI จึงสรุปได้ว่า วิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI พบว่าความสนใจต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุบาลสมุทรสงครามหลังการทดลองอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้เนื่องจากวิธีสอนแบบร่วมมือเทคนิค TAI ทำให้นักเรียนแสดงออกถึงความกระตือรือร้น ตั้งใจมุ่งมั่น ชื่นชอบ มีความสุข สนุกสนาน พึงพอใจ มีความเอาใจใส่ มีความพยายามและให้ความร่วมมือในกิจกรรมการเรียน ที่มีต่อการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ ดังคำกล่าวของประทีป เมธาคุณวุฒิ (2544) ได้กล่าวไว้ว่า การเรียนการสอนแบบร่วมมือเป็นการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ผู้เรียนเป็นกลุ่มละ 3-5 คน สมาชิกอาจมีความสามารถแตกต่างกันผู้เรียนแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับผิดชอบการทำงานของแต่ละคนในกลุ่มร่วมกัน เพื่อให้งานของกลุ่ม ประสบผลสำเร็จ โดยสมาชิกในกลุ่มต้องกระตุ้นสมาชิกและช่วยเหลือกัน ผู้เรียนทำงานร่วมกันเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในตนเองและของกลุ่มให้มากที่สุด เน้นความร่วมมือและการสนับสนุนร่วมกันระหว่างผู้เรียนมากกว่าการแข่งขัน โดยออกแบบสภาพการเรียนรู้และกิจกรรมที่กระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้อย่างกระตือรือร้น เป็นวิธีการเรียนที่ใช้ทักษะกระบวนการกลุ่มผู้เรียนทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยมีหลักการว่าผลสำเร็จของกลุ่มคือผลสำเร็จของตนเองซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิราภรณ์ แป้นสุข (2557) ได้ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค STAD ร่วมกับบทเรียนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีทุ่งสง พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการสอนแบบร่วมมือเทคนิค STAD ร่วมกับบทเรียนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีความพึงพอใจต่อการสอนแบบร่วมมือเทคนิค STAD ร่วมกับบทเรียนบน เครือข่ายอินเทอร์เน็ตรายวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ ในระดับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระพน ภานุรักษ์ (2557) ได้ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิธีการสอนแบบร่วมมือโดยใช้เทคนิคแบบจิ๊กซอว์ ในรายวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 2 พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนที่เรียนด้วยวิธีการแบบร่วมมือโดยใช้เทคนิคแบบจิ๊กซอว์ ในรายวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 2 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อวิธีการแบบร่วมมือโดยใช้เทคนิคแบบจิ๊กซอว์ ในรายวิชาการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่อาจจะเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนและการศึกษาค้นคว้าในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน

1.1 การจัดการเรียนการสอนโดยใช้วิธีสอน

แบบร่วมมือ ครูควรหาตัวอย่างที่หลากหลาย ๆ ตัวอย่างให้นักเรียนได้ฝึกฝน และให้นักเรียนออกมาอภิปรายเสนอแนะ จะช่วยทำให้นักเรียนเกิดความเข้าใจและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 การจัดการเรียนการสอนโดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือ ควรใช้สื่อเอกสารจริง ที่ได้มาจากการสืบค้นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัยและตรงกับเนื้อหาที่จะสอน เป็นการช่วยให้นักเรียนเกิดความกระตือรือร้นอยากที่จะเรียนมากขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ โดยใช้วิธีสอนแบบร่วมมือ ในเนื้อหาสาระอื่น ๆ และในระดับชั้นอื่น ๆ

2. ควรทำการศึกษาตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียน โดยใช้วิธีการสอนแบบร่วมมือด้วยเทคนิคอื่น ๆ เช่น วิธีสอนแบบจิ๊กซอว์ (jigsaw) วิธีสอนแบบการแบ่งกลุ่มสัมฤทธิ์ (STAD) วิธีสอนแบบกลุ่มเกมส์แข่งขัน (TGT) เป็นต้น

References

Department of Education. (2008). *Basic education core curriculum 2551*. Bangkok: Agricultural Cooperative Federation of Thailand. (in Thai)

Koonsa, J. (2013). *The effects of web-based using project based learning management with cooperative learning with team accelerated instruction in career and technology 1 subject upon learning achievement and team working ability of seventh grade students*. Master of Education, Mahasarakham University. (in Thai)

Mathakhunnawut, P. (2001). *Child-centered learning*. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)

Muhlkhom, S., & Muhlkhom, A. (2004). *19 learning method: Development of knowledge and skil*l. Bangkok: Parbpim. (in Thai)

Nillapun, M. (2000). *Education research methodology*. Nakhon Pathom: Silpakorn University.(in Thai)

Pansook, J. (2014). *Effects of cooperative learning STAD and web based instruction on learningachievement of information technology subject for Mattayom 1 Students*. Master of Education, Thaksin University. (in Thai)

Panurag, W. (2014). *The learning method of teaching cooperative technique jigsaw courses in computer programming II*. Mahasarakham: Mahasarakham University. (in Thai)

Phermsup, W. (2005). *Basic concepts of computer and information technology*. Bangkok: Provision. (in Thai)

Phornkul, Ch. (2011). *Instructional model child-centered learning*. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)

Ra-Ngubtook, W. (2000). *Child-centered learning lesson plans* . Bangkok: L. T. (in Thai)

Tawirat, P. (2000). *Research methods in behavioral and social sciences*. Bangkok: Srinakharinwirot University. (in Thai)

Thongraya, K. (2014). *The organizing learning activities in collaborative instructional model by student teams achievement divisions cooperation in groups to promote the computer learning achievement of students in grade 6*. Master of Education, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (in Thai)

การพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

The Development of Educational Quality Management Capabilities in the Child Development Center Under the Bueng Ka Sam Sub-district Administration Organization, Bueng Ka Sam Sub-district, Nong Suea District, Pathum Thani Province

วิจิตร วิชัยสาร, ประภัสสร ทองยินดี, กรีฑา ไขแสง, สุภาภรณ์ งามวัน และฐิติพงศ์ วิชัยสาร
Vichit Vichaisan, Prapatsorn Thongyindee, Greta Kaisang,
Supaporn Ngamwan and Thitipong Vichaisarn
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
Faculty of Management Science, Eastern Asia University
Received: August 1, 2019
Revised: September 4, 2019
Accepted: September 4, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี รวมถึงศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการพัฒนาการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรจำนวนทั้งสิ้น 117 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ด้านการบริหาร และด้านวิชาการ และกิจกรรมตามหลักสูตร มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัย และน้อยที่สุดคือ ด้านการมีส่วนร่วม และสนับสนุนทุกภาคส่วน ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการดำเนินงานบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลคลองสี่ (1) ควรมีการป้องกันอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้นในสถานศึกษาอันตราย เช่น ตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องเล่นต่าง ๆ ให้อยู่ในสภาพดีไม่ชำรุดเสียหายอย่างสม่ำเสมอ (2) ดูแลรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้า สวิทซ์ไฟฟ้า ปลั๊กไฟให้อยู่ในสภาพดี และห่างจากมือเด็กนักเรียน (3) ควรมีบทบาทในการส่งเสริม สนับสนุนการศึกษา โดยองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสามเป็นศูนย์กลางในการบูรณาการด้านการศึกษาร่วมกับสถานศึกษาอื่นภายในตำบล (4) ส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาร่วมกับศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เช่น การเชิญผู้ปกครองมาประชุมชี้แจง และให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เป็นต้น

คำสำคัญ: การบริหารจัดการคุณภาพการศึกษา, ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

Abstract

This research is aimed to study the condition of educational quality management of the Child Development Center under Bueng Ka Sam Sub-district Administration Organization, Bueng Ka Sam Sub-district, Nong Suea District, Pathum Thani Province including the study of problems, obstacles and suggestions for the development of educational quality management. This research is a survey research collecting data from a total of 117 population using questionnaires as a tool for data collection. Statistics used in this research were percentage, mean and standard deviation. The research found that the samples had at least some level of satisfaction towards the operation of educational quality management at the Child Development Center. Overall, satisfaction is at a high level. When considering in details on each area, it was found that the samples were satisfied most with the management of the Child Development Center in area of administration, academic and activities, followed by place, environment and safety, followed by the personnel and the early childhood development networks promotion. And the least are participation and supporting all sectors, the satisfaction with the management of the Child Development Center is respectively still at a high level. Suggestions from the samples about the educational quality management of the Child Development Center under the Bueng Ka Sam Sub-district Administration Organization are as follow (1) there should be protection from all accidents that will occur in educational centers, such as checking regularly on various playground devices in good condition (2) maintain electrical appliances, switches, outlets to be in a good condition and away from children (3) should have a vital role in promoting and supporting education The Bueng Ka Sam Sub-district Administration Organization should act as a center of educational integration with other educational institutions within the sub-district (4) encourage people in the community to participate in educational management together with the Child Development Center such as inviting parents to attend the meeting and provide information about all activities of the Child Development Center, etc.

Keywords: Management in Quality of Education, Child Development Centers

บทนำ

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้า

โดยเฉพาะการจัดการศึกษาแก่เด็กเล็กในช่วงวัย 3-5 ปี เพื่อให้มีความพร้อมในด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ถือเป็นสิ่งที่สำคัญเนื่องจากเด็กในวัยนี้เป็นช่วงวัยที่สำคัญต่อการวางรากฐานทางบุคลิกภาพและการพัฒนาการทางสมอง (เยาวพา เดชะคุปต์, 2542, น. 14) เด็กที่อยู่ในช่วงปฐมวัยจึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอย่างถูกวิธี เพื่อให้เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าต่อไปในอนาคต พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๔๕ มาตรา 9 ได้กำหนดให้มีการกระจายอำนาจไปสู่เขตพื้นที่การศึกษา สถานศึกษา และองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น และมีการกำหนดมาตรฐานการศึกษา และจัดระบบประกันคุณภาพการศึกษาทุกระดับและ ประเภทการศึกษา รวมถึงการมีส่วนร่วมของบุคคล

ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2546) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะองค์กรที่มีหน้าที่ในการรับผิดชอบในการจัดการศึกษาและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากร รวมถึงการจัดบริการสาธารณะด้านการศึกษาแก่ประชาชน โดยการจัดบริการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เพื่อจัดการศึกษาปฐมวัยให้เด็กได้รับการพัฒนาในด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา อย่างทั่วถึง และมีคุณภาพ

การจัดการศึกษาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และส่งเสริมพัฒนาการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย อารมณ์-จิตใจ สังคม สติปัญญา และเพื่อให้เด็กเล็กมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ สอดคล้องกับช่วงวัย โดยผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่เหมาะสมตามวัย รวมไปถึงเพื่อให้เด็กมีความพร้อมที่จะเข้ารับการศึกษาในระดับสูงขึ้นต่อไป (สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ, 2544, น. 25) กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย จึงได้มีการจัดทำมาตรฐานและดำเนินการปรับปรุงมาตรฐานการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2553 โดยแบ่งมาตรฐาน ออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ มาตรฐานที่ 1 ด้านการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก มาตรฐานที่ 2 ด้านบุคลากร มาตรฐานที่ 3 ด้านอาคาร สถานที่ สิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย มาตรฐานที่ 4 ด้านวิชาการและกิจกรรมตามหลักสูตร มาตรฐานที่ 5 ด้านการมีส่วนร่วม และการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน มาตรฐานที่ 6 ด้านส่งเสริมเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัย โดยการจัดการศึกษาให้เป็นไปตามมาตรฐานการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการศึกษาของทุกภาคส่วน เพื่อวางแผนในการปรับปรุง พัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้เจริญก้าวหน้า และเป็นไปตามมาตรฐานการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก รวมไปถึงเพื่อจัดการศึกษาแก่เด็กเล็กให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2553, น. 1 - 5)

องค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ได้ตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาการศึกษาของท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้า และมีคุณภาพตามหลักวิชาการ และเป็นไปตามมาตรฐานการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี จึงได้มอบหมายให้คณะผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี เพื่อกำหนดแผนงานในการพัฒนาการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม และศึกษาข้อเสนอแนะในการพัฒนาการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพสอดคล้องตามเกณฑ์มาตรฐานการศึกษาของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และเพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนา และปรับปรุงการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษา ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ให้ได้มาตรฐานมีคุณภาพ และประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

2. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการพัฒนาการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาเรื่อง การพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ตามขอบข่ายของตามมาตรฐานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย พ.ศ.2553 ใน 6 ด้าน ดังต่อไปนี้

การดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี 6 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
2. ด้านบุคลากร
3. ด้านอาคาร สถานที่ สิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย
4. ด้านวิชาการและกิจกรรมตามหลักสูตร
5. ด้านการมีส่วนร่วมและการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน
6. ด้านส่งเสริมเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัย

⇨

การพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีแนวทางในการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เรื่อง “การพัฒนาการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี” ได้แก่ เด็ก คณะครู และครูผู้ดูแลเด็ก รวมถึงผู้ปกครองนักเรียนในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี จำนวน 117 คน โดยได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) จำนวนทั้งสิ้น 117 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิดทฤษฎี รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามสำหรับประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณในประเด็นที่เกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสภาพการดำเนินงานการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

ตอนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยง

ตรงของเนื้อหา (Content Validity) และนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การใช้จริงในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งต่อไป

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ที่ได้ปรับปรุงแล้วนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างพื้นที่ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดของเทศบาลเมืองบึงยี่โถ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เนื่องจากมีองค์ประกอบที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างในการทดสอบเครื่องมือจำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้มาหาความเชื่อมั่นรวม โดยใช้วิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha coefficient) ซึ่งผลการวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.920

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. คณะผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลไปยังองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม

2. คณะผู้วิจัยศึกษาการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี จากการนำข้อมูลที่ได้ สภาพปัญหาและจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อศึกษาเงื่อนไขที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษา เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

3. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหาร คณะครู และผู้ดูแลเด็ก รวมถึงผู้ปกครองนักเรียนสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

4. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยศึกษาจาก หนังสือ เอกสาร บทความทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ระบบสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงแหล่งข้อมูลจากห้องสมุดในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เช่นมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย เป็นต้น

5. ผู้วิจัยได้ใช้หลักการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (participant observation) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี โดยเฝ้าดูสิ่งที่เกิดขึ้นและกำหนดไว้อย่างมีระเบียบวิธีวิเคราะห์หรือหาความสัมพันธ์ของสิ่งที่เกิดขึ้น โดยการตั้งคำถามในลักษณะทั่วไปคือ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร และทำไม

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ ต่อจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

2. ทำการเรียบเรียงข้อมูลตามประเด็นและหัวข้อที่ได้กำหนดไว้ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาโดยใช้แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำการสรุปผลและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงทุติยภูมิ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากงานเอกสารต่าง ๆ อาทิเช่น บทสรุปผู้บริหาร งานวิจัย แนวคิด เป็นต้น และได้จากการสังเกตของผู้วิจัยนั้น สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการจำแนกประเภทข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยจัดระบบข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่แยกประเภทของการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะถูกนำมาลงรหัสและวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์(SPSS) สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับ

ความพึงพอใจต่อสภาพการดำเนินงานการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ใน 7 ด้าน ได้แก่ มาตรฐานที่ 1 ด้านการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก มาตรฐานที่ 2 ด้านบุคลากร มาตรฐานที่ 3 ด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย มาตรฐานที่ 4 ด้านวิชาการ และกิจกรรมตามหลักสูตร มาตรฐานที่ 5 ด้านการมีส่วนร่วม และการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน มาตรฐานที่ 6 ด้านส่งเสริมเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัย

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลการแจกแจงความถี่และร้อยละ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ สรุปได้ดังนี้

1. เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 57.26 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 42.74

2. อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คือ อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 48.55 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 41.69 รองลงมา คือ อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.97 และน้อยที่สุด คือ อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.79

3. รายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คือ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 60.69 รองลงมา คือ รายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.53 รองลงมา คือ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40 และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40 และน้อยที่สุด คือไม่ประสงค์จะเปิดเผยรายได้ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.98

4. ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 52.99 รองลงมา คือ สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาตรีและปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 35.04 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.84 และน้อยที่สุด คือ ประถมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.13

5. อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คือ อาชีพเกษตรกรรม จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 40.17 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 32.49 รองลงมาคือ อาชีพค้าขาย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.38 รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/เจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.84 และน้อยที่สุด คือ อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ รับเลี้ยงเด็ก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.12

ส่วนที่ 2 ข้อมูลสภาพปัจจุบันด้านความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ จะแสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ดังต่อไปนี้

ด้านการบริหารงาน กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านการบริหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คำถามที่กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านการบริหารมากที่สุดคือ ข้อ 5 การให้บริการดูแล อบรมเลี้ยงดู และจัดประสบการณ์ส่งเสริมพัฒนาการเรียนรู้ให้เด็กเล็กอายุ 2 - 5 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมาคือ ข้อ 6 การให้บริการอบรมเลี้ยงดูเด็กเล็กที่อยู่ในเขตพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสามและพื้นที่ใกล้เคียง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือ ข้อ 2 ผู้บริหาร คณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และ ผู้ปกครองร่วมกันวางแผนในการบริหารและจัดการด้านการศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาคือ ข้อ 3 ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กส่งเสริมสนับสนุนอาหารกลางวัน อาหารว่าง เครื่องนอน และอาหารเสริม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 รองลงมาคือ ข้อ 4 การแจ้งและจัดทำเป็นประกาศกำหนดการเปิด - ปิดภาคเรียนที่ 1 และภาคเรียนที่ 2 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และน้อยที่สุด ข้อ 1 การจัดเวทีประชาคมเพื่อสำรวจความต้องการของชุมชนเพื่อที่จะจัดตั้งศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านบุคลากร มากที่สุดคือ ข้อ 11 ผู้ประกอบอาหารแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย และจัดเก็บขยะถูกสุขลักษณะ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 รองลงมาคือ ข้อ 8 บุคลากรศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งที่เหมาะสมกับงาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รองลงมาคือ 7.บุคลากรศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีศักยภาพ ในการจัดการศึกษาและส่งเสริมพัฒนาการการเรียนรู้แก่เด็กอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามหลักวิชาการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือ ข้อ 9 หัวหน้าศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีการจัดทำและพัฒนาหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย การพัฒนาสื่อ และเทคโนโลยี รวมไปถึงการวัดผลอย่างสม่ำเสมอ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 รองลงมาคือ ข้อ 12 ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดมทรัพยากรเพื่อการบริหารและพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กโดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และน้อยที่สุด คือ ข้อ 10 ผู้ประกอบอาหารได้ประกอบอาหารอย่างถูกสุขลักษณะ ถูกหลักอนามัย และเป็นไปตามหลักโภชนาการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย ด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คำถามที่กลุ่มกลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย ด้านบุคลากร มากที่สุดคือ ข้อ 15 ที่ตั้งอาคารไม่อยู่ใกล้ถนน และทางรถไฟจนเกินไป โดยอยู่ห่างจากแนวถนนไม่น้อยกว่า 20 เมตร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 รองลงมาคือ ข้อ 16 ทางเข้า-ออกจากตัวอาคารมีความกว้างที่สามารถเคลื่อนย้ายเด็กออกจากตัวอาคารได้หากเกิดอุบัติภัย หรือเหตุฉุกเฉินอื่น ๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 รองลงมาคือ ข้อ 17 ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีรั้วป้องกันอันตราย และไม่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงอันตราย และเป็นพื้นที่ ๆ น้ำท่วมไม่ถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ข้อรองลงมาคือ ข้อ 14 โรงอาหาร ห้องน้ำ และห้องพยาบาล มีความเหมาะสมต่อจำนวนเด็ก มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเวชภัณฑ์ที่จำเป็น และแยกเป็นสัดส่วน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 รองลงมาคือ ข้อ 13 พื้นที่ใช้สอยภายในอาคาร สะอาด อากาศถ่ายเท สะดวก ปลอดภัย มีความแข็งแรง และเพียงพอต่อจำนวนเด็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และน้อยที่สุด คือ ข้อ 18 ติดตั้งระบบและอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัย หรือเครื่องตัดไฟภายในอาคาร และมีแสงสว่างเพียงพอต่อการทำกิจกรรมของเด็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

ด้านวิชาการ และกิจกรรมตามหลักสูตร กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านวิชาการ และกิจกรรมตามหลักสูตร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คำถามที่กลุ่มกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านวิชาการ และกิจกรรมตามหลักสูตร มากที่สุดคือ ข้อ 20 การดูแลสุขภาพอนามัย และเลี้ยงดูเด็กให้มีสุขภาพที่ดี และปลอดภัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมาคือ ข้อ 23 ครอบครัว ชุมชน และสถานศึกษามีส่วนร่วมในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับเด็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมาคือ ข้อ 22 ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีสื่อการเรียนการสอนที่มีความเหมาะสมกับวัยและพัฒนาการของเด็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 รองลงมาคือ ข้อ 21 การจัดประสบการณ์ที่เหมาะสมต่อพัฒนาการด้านสติปัญญา ร่างกาย และอารมณ์-จิตใจ ที่สอดคล้องกับพัฒนาการของเด็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และน้อยที่สุด คือ ข้อ 19 สื่อที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอนมีความปลอดภัย และเพียงพอต่อจำนวนเด็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ด้านการมีส่วนร่วม และสนับสนุนจากทุกภาคส่วน กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านการมีส่วนร่วม และสนับสนุนจากทุกภาคส่วน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านการมีส่วนร่วม และสนับสนุนจากทุกภาคส่วนมากที่สุด คือ ข้อ 26 ชุมชนมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงสื่อการเรียนการสอน วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมาคือ ข้อ 25 ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเชิญผู้ปกครองมาประชุมชี้แจง และให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และน้อยที่สุด คือ ข้อ 24 ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีการจัดกิจกรรมให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96

ด้านการส่งเสริมเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัย กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านการส่งเสริมเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คำถามที่กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านการส่งเสริมเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัยมากที่สุด คือ คำถามข้อ 28 การเผยแพร่งานประชาสัมพันธ์งานพัฒนาเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัยของศูนย์พัฒนาเด็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 รองลงมาคือ คำถามข้อ 27 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างศูนย์พัฒนาเด็ก เพื่อให้มีศักยภาพในการพัฒนาเด็กปฐมวัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และน้อยที่สุดคือ คำถามข้อ 29 การส่งเสริมการประชุมหัวหน้าศูนย์ ครูผู้ดูแลเด็ก ผู้ช่วยครูผู้ดูแลเด็ก ผู้ปกครองนักเรียน ระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อกำหนดแผนความร่วมมือในการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี มีการอภิปรายผลดังนี้

ด้านการบริหารงาน กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านการบริหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เนื่องจาก การเปิดโอกาส สนับสนุน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมและบูรณาการระหว่าง ผู้บริหาร กรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ครูผู้ดูแลเด็ก และ ผู้ปกครองให้เข้ามาร่วมกันวางแผนในการบริหารและจัดการด้านการศึกษา เช่น การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เป็นต้น สอดคล้องกับสมุทร ชำนาญ (2546) ที่ได้กล่าวว่า หลักการของการบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานเป็นการกระจายอำนาจ ในการตัดสินใจมายังสถานศึกษาและความร่วมมือของบุคคลในสถานศึกษา เพื่อพัฒนาสู่ประสิทธิภาพการดำเนินกิจกรรมทางการศึกษา

ด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เนื่องจากทางองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสามมีการส่งบุคลากรไปอบรมทักษะที่เกี่ยวกับการจัดการศึกษา รวมถึงผู้บริหารยังมีการจัดสรรงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการจัดการศึกษาให้แก่ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสามอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติรัตน์ แหย่งบุดดา และถนอมวรรณ ประเสริฐเจริญสุข (2549) ที่ได้ทำการศึกษา การบริหารจัดการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจและความคาดหวังด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก

ด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เนื่องจาก องค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสามมีมาตรการ ป้องกันอุบัติภัย และที่ตั้งอาคารไม่อยู่ใกล้

ถนน และทางรถไฟจนเกินไป พื้นที่ใช้สอยภายในอาคารสะอาด อากาศถ่ายเทสะดวก ปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับ สุนิสา อรัญมิตร (2552) ที่ได้ศึกษา การดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยยาง อำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น พบว่า การดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยขวาง อำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น ด้านอาคารและสถานที่ สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านวิชาการ และกิจกรรมตามหลักสูตร กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านวิชาการ และกิจกรรมตามหลักสูตร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก องค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม มีสื่อการเรียนการสอนที่มีความเหมาะสมกับวัย และพัฒนาการของเด็ก รวมถึงให้ครอบครัว ชุมชน และสถานศึกษามีส่วนร่วมในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับเด็ก ซึ่งสอดคล้องกับเขมิกา นุ่มพุ่ม (2553) ที่ได้ศึกษา การดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดเทศบาลนคร อุดรธานี พบว่า การดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กสังกัดเทศบาลนคร ด้านวิชาการและกิจกรรมตามหลักสูตรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการมีส่วนร่วม และสนับสนุนจากทุกภาคส่วน กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านการมีส่วนร่วม และสนับสนุนจากทุกภาคส่วน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เนื่องจาก ชุมชนมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงสื่อการเรียนการสอน วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเชิญผู้ปกครองมาประชุมชี้แจง และให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับอรพรรณ พรสีมา (2546) ที่ได้กล่าวว่า แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน กับการจัดการศึกษาเป็นแนวคิดที่ส่งเสริมการบริหารการศึกษาเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาโดยความร่วมมือของชุมชน ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จ และความยั่งยืน

ด้านการส่งเสริมเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัย กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านการส่งเสริมเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 เนื่องจาก องค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างศูนย์พัฒนาเด็ก เพื่อให้มีศักยภาพในการพัฒนาเด็กปฐมวัย รวมถึงการเผยแพร่งานประชาสัมพันธ์งานพัฒนาเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัยของศูนย์พัฒนาเด็กอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักประสานและพัฒนาการจัดการศึกษาท้องถิ่น (2553) ที่ได้กล่าวว่า การพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน ควรมีส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการพัฒนาเด็กปฐมวัยทั้งในระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ยังมีระดับค่าเฉลี่ยในบางข้อคำถามที่ต่ำกว่าข้อคำถามอื่น ๆ ดังนั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1.ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กควรจัดระบบโครงสร้างการบริหารคุณภาพ (PDCA) เป็นเครื่องมือในการบริหารสถานศึกษาในแต่ละขั้นตอน

2.ควรจัดกิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่หลากหลาย รวมถึงเชื่อมโยงกับแหล่งเรียนรู้ตามธรรมชาติในชุมชน

3.การส่งเสริมการมีร่วมระหว่างคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็ก ผู้ปกครอง และชุมชน เพื่อวางแผนในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายในสถานศึกษา รวมถึงร่วมกันตัดสินใจ วางแผนการดำเนินงาน และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ร่วมกัน

4.ควรส่งเสริมการจัดทำ เครือข่ายของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาการจัดการเรียนการสอน รวมถึงเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

5.การส่งบุคลากรของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กไปอบรมสัมมนา เพิ่มเติมเกี่ยวกับทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน เช่น การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน สื่อการเรียนการสอน เป็นต้น เพื่อนำมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

References

Dechakupt, Y. (2012). *Early Childhood Education*. Bangkok: AB graphics design. (in Thai)

Department of Local Administration. (2010). *Operating Standard of child development centers of local government (Advanced).* Bangkok: Department of Local Administration. (in Thai)

Jantima, J. (2007). *Parent's Satisfaction on the administration of the Child Development Center of Tambon Klong Preng, Muaeng District, Chachoengsao.* Master of Education in Educational Administration, Burapa University. (in Thai)

Numpum, K. (2010). *Operation of Child Development Center, Udonthani city Municipal*. Master of Social Science (Public Policy), Mahasarakham University. (in Thai)

Office of The Education Council. (2003). T*he National Education Act of B.E. 2542 (1999) and Additional Amenment* (2nd ed) *B.E. 2545 (2002).* Retrieved from www.onec.go.th/onec_web/page.phooocatdateb/page.p.pdf (in Thai)

Office of the National Primary Education. (2001). *Development of quality Elementary students and Evaluation*. Bangkok: National Buddhist Department Printing. (in Thai)

Phasorn, J. (2007). *The Role of the Sub - district Administrative Organization in Support to Child Development Center, Case Study: Tambon Sumran Child Development Center, Muaeng District, Khon Kaen.* Master of Social Science in Public Administration, North Eastern University. (in Thai)

Yaengbudda, J. & Prasertcharoensuk, T. (2006). *Administration of Child Development Center of Local Government in Srichombu District*. Master of Education in Educational Administration, Khon Kaen University. (in Thai)

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

Transformational Leadership of School Administrators Affecting Effectiveness of Secondary School Administration in Bangkok Metropolis Under the Office of Private Education Commission

ผกาวรรณ ภูพื้น และสุรชัย สิกขาบัณฑิต
Pakawan Poopuen and Surachai Sikhabandit
หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย อีสเทิร์นเอเชีย
Master of Education, Eastern Asia University
Received: October 10, 2018
Revised: December 17, 2018
Accepted: December 17, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียน (2) ศึกษาประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลการบริหารโรงเรียนมัธยม และ (4) ศึกษาปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นผู้บริหารและครูจำนวน 310 คน ในโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผลการวิจัยพบว่า (1)โดยภาพรวมและรายด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนอยู่ในระดับมาก (2) ประสิทธิผลในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้านของการบริหารโรงเรียนมัธยมอยู่ในระดับมาก (3) ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนและประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยม มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับค่อนข้างสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (4) ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนส่งผลต่อประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสามารถในการพยากรณ์ ร้อยละ 22

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง, ประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียน

Abstract

The purposes of this research were : (1) to study transformational leadership of school administrators (2) to study effectiveness of secondary school administration in Bangkok Metropolis under the Office of Private Education Commission, (3) to study relationship between transformational leadership and effectiveness of secondary school administration, and (4) to study transformational leadership of secondary school administration affecting effectiveness of secondary school. The samples used in this study were 310 secondary school administration and teachers in Bangkok Metropolis under the Office of Private Education Commission. The research instrument used for collecting data was at .05 level. The results of this research were as follows: (1) the transformational leadership of secondary school administrators were at high levels (2) the effectiveness in overall and each aspect of secondary school administration were at high level (3) the relationship between leadership transformational of school administrators and the effectiveness of secondary school administration in Bangkok Metropolis under the Office of Private Education Commission were positively correlated in a rather high level with statistical significance at .01 level (4) transformation leadership of school administrators affecting the effectiveness of secondary school was a statistical significance at .05 level and had the forecast capacity of 22 percentages.

Keywords: Transformational Leadership, Effectiveness of School Administration

บทนำ

จากสภาวการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลกและการก้าวหน้าของนวัตกรรมต่าง ๆ เป็นทั้งโอกาสและภัยคุกคามต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านของระบบเศรษฐกิจ ด้านการเมืองและสังคมโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นลำดับขั้นอย่างสลับซับซ้อนทำให้เกิดความเชื่อมโยงกันมากขึ้นตลอดจนความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ การสื่อสารต่าง ๆ ที่แพร่ขยายและก้าวกระโดดอย่างรวดเร็ว เข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตของทุกคนอย่างแยกไม่ออก ซึ่งนับวันจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ภายใต้กระแสสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์การต่าง ๆ ต้องเน้นพัฒนาองค์การให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ในส่วนของการศึกษา ถือว่าเป็นกลไกหลักที่สำคัญในการพัฒนาสังคมและประเทศ ให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และสังคมที่เข้มแข็ง ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนาเยาวชนของชาติให้เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และพัฒนาศักยภาพให้เต็มกำลังเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงทั่วโลก ทำให้สังคมเป็นสังคมวัตถุนิยม เกิดการแข่งขัน เห็นแก่ตัว ขาดความสามัคคี ขาดสติ และมีค่านิยมแบบใหม่แพร่ขยายทั่วโลก จึงต้องมีการปฏิรูปการศึกษา เพื่อนำไปสู่การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนการแข่งขันในระดับเวทีโลก (ชฎิล นิ่มนวล, 2552, น. 8) ซึ่งประเทศไทยก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว จึงเกิดประเด็นที่น่าสนใจว่า ในสถานการณ์เช่นนี้สังคมไทยควรจะมีการปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงนี้อย่างไร เพื่อที่จะให้เกิดการพัฒนาในทุก ๆ ด้านอย่างมีคุณภาพ และสามารถเอาชนะวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่กำลังแพร่เข้ามาและพร้อมที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวข้องกับอิทธิพลของผู้นำที่มีต่อผู้ตาม แต่อิทธิพลนั้นเป็นการให้อำนาจ

แก่ผู้ตามให้กลับกลายมาเป็นผู้นำ และผู้ที่เปลี่ยนแปลงหน่วยงานในกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงองค์กร ดังนั้นภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงได้รับการมองว่าเป็นกระบวนการที่เป็นองค์รวม และเกี่ยวข้องกับการดำเนินการของผู้นำในระดับต่าง ๆ ในหน่วยงานย่อยขององค์กร จากการวิจัยพฤติกรรมภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงพบว่า "ผู้นำจะมีการถ่ายโอนหน้าที่ความรับผิดชอบและอำนาจที่สำคัญ และขจัดข้อจำกัดการทำงานที่ไม่จำเป็นออกไป ผู้นำมีการดูแลสอนทักษะให้แก่ผู้ตามที่มีความจำเป็นต้องแก้ปัญหา ต้องการการริเริ่ม การกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่สำคัญ การกระตุ้นการแข่งขันความคิด การตระหนักในข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมความร่วมมือ และการทำงานเป็นทีม รวมทั้งส่งเสริมการแก้ปัญหาแบบสร้างสรรค์ในการบริหารความขัดแย้งต่าง ๆ ผู้นำจะทำการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร และระบบการบริหารเพื่อเน้นและสร้างค่านิยมและวัตถุประสงค์หลักขององค์กร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

4. เพื่อศึกษาปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

องค์กรแต่ละแห่งหรือหน่วยงานต่าง ๆ ย่อมมีผู้นำในการปฏิบัติงาน ผู้นำเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญเพราะองค์การใด ๆ จะเจริญก้าวหน้ามากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับผู้นำ และผู้นำก็มีความสำคัญที่สุดต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะสภาพการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและอย่างรอบด้านในปัจจุบัน หน่วยงานยิ่งต้องการผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่จะนำพาองค์การไปสู่เป้าหมายได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เพราะฉะนั้นในทุกองค์การผู้นำจึงมีบทบาทและมีความสำคัญอย่างยิ่ง นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไว้หลากหลายและเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันผู้วิจัยขอเสนอความหมายของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของแต่ละบุคคลดังนี้

Bass and Avolio (1990, p.245 อ้างถึงใน สัมมา รธนิธย์, 2556, น. 113) ได้กล่าวว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานและผู้ตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้น ทำให้เกิดความตระหนักในภารกิจวิสัยทัศน์ของทีมและขององค์กร จูงใจให้ผู้ร่วมงานและผู้ตามให้ไกลเกินกว่าความสนใจของพวกเขาไปสู่ผลประโยชน์ของกลุ่ม องค์กร หรือสังคม

Hoy and Miskel (1991, p. 389) ได้กล่าวว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้รับการคาดหวังว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะดังนี้

1. สามารถกำหนดชี้แจงในเรื่องความต้องการจำเป็นสำหรับการเปลี่ยนแปลงให้ชัดเจน

2. สร้างวิสัยทัศน์ใหม่และรวบรวมความผูกพันต่อวิสัยทัศน์นั้น

3. ดลใจผู้ตามให้มุ่งคำนึงถึงประโยชน์ขององค์การมากกว่าประโยชน์ของตนเอง

4. เปลี่ยนแปลงองค์การให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่ได้ร่วมวางไว้มากกว่าที่จะทำงานภายในบริบทเดิม

5. เป็นที่ปรึกษาหรือเป็นพี่เลี้ยงแก่ผู้ตาม เพื่อที่จะให้ผู้ตามมีความรับผิดชอบที่มากขึ้นในเรื่องการพัฒนาตนเองและผู้อื่นทั้งนี้ ผู้ตามจะกลายเป็นผู้นำและผู้นำจะกลายเป็นผู้กระตุ้นให้เกิด การเปลี่ยนแปลงหรือผู้นำใน

การเปลี่ยนแปลง (Change agent) และในที่สุดจะสามารถเปลี่ยนแปลงองค์การได้

Bass and Avolio (1994, p.2) กล่าวว่า ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมาทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้พัฒนาเป็นรูปร่างขึ้น โดยการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูลพัฒนาและฝึกอบรมจากทุกระดับในองค์การและในสังคมทั้งกับผู้นำทุกระดับ และผู้นำที่ไม่มีประสิทธิภาพไม่มีกิจกรรม จนถึงผู้นำที่มีประสิทธิภาพสูง มีความกระตือรือร้นทั้งในวงการธุรกิจ อุตสาหกรรม ราชการทหาร โรงพยาบาล สถาบันการศึกษา ในต่างเชื้อชาติ และต่างวัฒนธรรม ผลการศึกษาแสดงให้เป็นว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่วัดโดยเครื่องมือวัดภาวะผู้นำ (Multifactor Leadership Questionnaire : MLQ) ที่สร้างและพัฒนาโดย Bass and Avolio เป็นภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพและให้ความพึงพอใจมากกว่าภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน และมีงานวิจัยเชิงประจักษ์และการศึกษาทฤษฎีจำนวนมาก แสดงให้เห็นว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการเพิ่มผลการปฏิบัติงานของบุคคลและขององค์การ หลังมีการศึกษาทฤษฎีและการวิจัยเกี่ยวกับทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นระยะเวลาหนึ่ง คือตั้งแต่ Bass เสนอทฤษฎีนี้ในปี ค.ศ.1985 ได้มีการพัฒนาทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นโมเดลภาวะผู้นำแบบเต็มรูปแบบ โมเดลนี้จะประกอบด้วย 4 องค์ประกอบพฤติกรรม (4I's) ของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมของภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยนรวมทั้งภาวะผู้นำแบบปล่อยตามสบาย (Laissez-faire leadership) หรือพฤติกรรมการไม่มีภาวะผู้นำ (Non leadership behaviour)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียน

ประสิทธิผลเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กร ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายของประสิทธิผลของโรงเรียนไว้ดังนี้

Mott (1972, p. 188) ได้กล่าวว่า ประสิทธิผล คือ คุณภาพที่เกิดกับผู้เรียนนอกจากจะเป็นผู้ที่ตั้งใจศึกษาเล่าเรียน มีความรู้ความสามารถทางวิชาการอย่างยอดเยี่ยม มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงเป็นที่น่าพึงพอใจแล้วยังมีการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะ เจตคติค่านิยมและคุณธรรมต่าง ๆ แล้ว การเสริมสร้างประสิทธิผล ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพของผู้เรียนนั้น นอกจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ อาคารสถานที่ที่เหมาะสมเพียงพอต่อความต้องการของผู้เรียน บรรยากาศร่มรื่น สะอาด สวยงาม วัสดุอุปกรณ์เพียงพอ และทันสมัยต่อการเรียนการสอนแล้ว บุคคลที่สำคัญได้แก่ผู้บริหารและครู เป็นผู้ที่มีความสำคัญยิ่งต่อประสิทธิผลของโรงเรียนอย่างแท้จริง

Campbell (1977, pp. 108-111) ได้กล่าวว่า ประสิทธิผลการจัดการศึกษา หมายถึง การที่ผู้นำทางการศึกษาสามารถบริหารจัดการโรงเรียน โดยอาศัยหลัก 4 ประการ คือการปรับตัว (Adaptation) การบรรลุเป้าหมาย (Goal Achievement) การบูรณาการ (Integration) การคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบค่านิยมจนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้

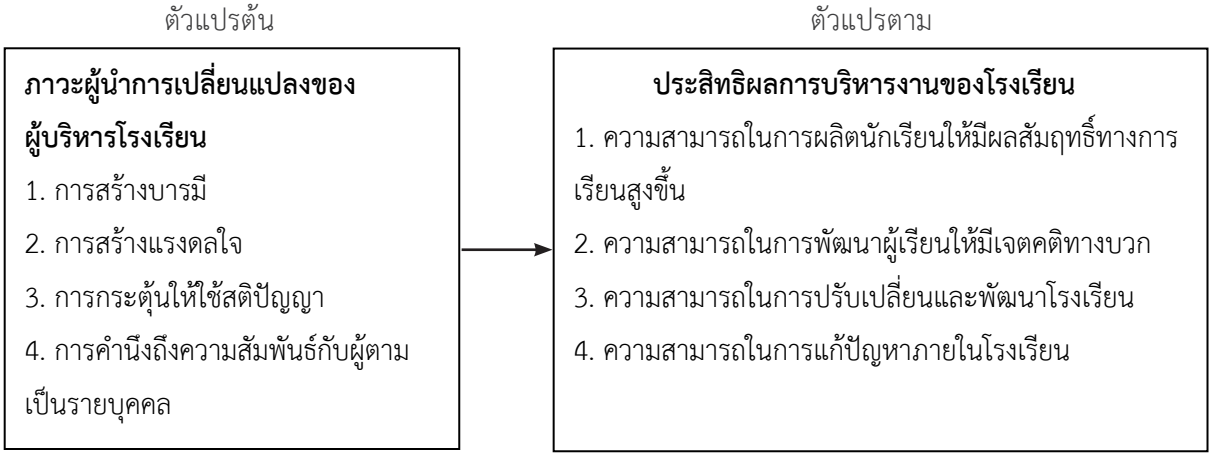
เสาวลักษณ์ โสมะทัต(2553, น. 25) ให้ความหมายของ ประสิทธิผลของโรงเรียน หมายถึงการบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษา โดยพิจารณาตัวชี้วัดจากความสามารถของโรงเรียนในการพัฒนานักเรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง พัฒนานักเรียนให้มีทัศนคติทางบวกตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทั้งภายใน ภายนอกและรวมทั้งสามารถแก้ปัญหาภายในโรงเรียน จนทำให้เกิดความพอใจในการทำงาน และสามารถใช้ทรัพยากรทีมีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งเป็นการมองประสิทธิผลในภาพรวมทั้งระบบ

เรียม สุขกล่ำ (2553, น. 28) ได้ให้แนวคิดว่า ประสิทธิผลโรงเรียน คือ ความสำเร็จของโรงเรียนที่สามารถทำหน้าที่ให้บรรลุ ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เกิดจากประสิทธิภาพของผู้บริหารครู ที่สามารถใช้ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการบริหารจัดการเพื่อแสดงให้เห็นว่ามีความสามารถในการปฏิบัติงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คือ ความสามารถในการผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงความสามารถพัฒนานักเรียนให้มีทัศนคติทางบวก ความสามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนาโรงเรียนให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม และความสามารถแก้ปัญหาภายในโรงเรียน

การศึกษาภาวะผู้นำที่เกี่ยวข้องหรือภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของโรงเรียน ซึ่งเป็นการศึกษาพฤติกรรมของผู้นำเริ่มตั้งแต่ในสมัยอดีตจนถึงสมัยที่เกิดแนวความคิด และทฤษฎีภาวะผู้นำขึ้นหลากหลายแนวคิดและหลากหลายทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะ

ผู้นำซึ่งทฤษฎีหรือแนวคิดต่าง ๆ เหล่านั้น ต่างก็มีจุดเน้นที่แตกต่างกัน ในส่วนของการศึกษาภาวะผู้นำ โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีการศึกษาพฤติกรรมภาวะผู้นำใน 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมแบบมิตรสัมพันธ์ (แบบมุ่งคน) และพฤติกรรมแบบกิจสัมพันธ์ (แบบมุ่งงาน) ซึ่งในองค์ประกอบทั้งสองอย่างนี้มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลขององค์การในรูปแบบตามสถานการณ์ ซึ่งผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะต้องมีลักษณะในการมองการณ์ไกล ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การรู้ถึงภารกิจที่จะต้องปฏิบัติ การดลใจ เป็นผู้กล้าเผชิญปัญหา กระตุ้นทำให้เกิดปัญญาโน้มน้าวจิตใจลูกน้อง ทำให้คนและงานทั้งระบบดีขึ้น รวมทั้งการยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งมีทฤษฎีภาวะผู้นำในกลุ่มนี้ เช่น ภาวะผู้นำศรัทธาบารมี(Charismatic Leadership) ภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์(Strategic Leadership) และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นภาวะผู้นำจากจิตวิญญาณ และส่งผลในการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้บริหารควรมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง(Transformational Leadership) ดังนั้นในการบริหารทุก ๆ องค์กรนั้น ถ้าต้องการที่จะให้เกิดประสิทธิผลได้นั้น ต้องขึ้นอยู่กับหลาย ๆ ปัจจัย แต่ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดสำคัญที่สุดของประสิทธิผลทางการบริหารของผู้บริหาร 3 ด้าน คือปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของผู้บริหาร ได้แก่ ความสามารถในการบริหาร ปัจจัยแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของผู้บริหาร ประสบการณ์การบริหาร ปัจจัยด้านพฤติกรรมการบริหาร ได้แก่ ภาวะผู้นำ ปัจจัยสถานการณ์ของโรงเรียน และด้านบรรยากาศของโรงเรียน ได้แก่ การสนับสนุนของครูขนาดของโรงเรียน และสถานะทางเศรษฐกิจทางสังคม ภายนอกที่ทำให้ครูมีความพึงพอใจ มีความสำเร็จในการผลิตนักเรียนและโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพ (พณพร เกษตรเวทิน, 2554, น. 1) ทั้งนี้ Bass and Avolio (1990, p. 231) กล่าวว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง(Transformational Leadership) เป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงาน และผู้ตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้น ทำให้เกิดความตระหนักในวิสัยทัศน์ และภารกิจของทีมและขององค์การ จูงใจให้ผู้ร่วมงานและผู้ตามไปให้ไกลเกินกว่าความสนใจของพวกเขาไปสู่ผลประโยชน์ของกลุ่มองค์การหรือสังคม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1.ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

2.ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนส่งผลต่อประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้ง ได้แก่ ผู้บริหารและครูในโรงเรียนมัธยม ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนปีการศึกษา 2561 จำนวน 1,629 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ผู้บริหารและครูในโรงเรียนมัธยมที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนปีการศึกษา 2561 จำนวน 310 คน ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (1970, p. 608) และใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนของครูและผู้บริหารในแต่ละเขต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนและประสิทธิผลของโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถามของครูโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนตามแนวความคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ Bass and Avolio (1990, p.245) โดยมีข้อคำถามถึงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 4ด้าน จำนวน 28 ข้อ ตอนที่3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลของโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนตามแนวคิดของ Mott (1972 as cited in Hoy and Miskel 1991, p. 389) โดยมีข้อคำถามถึงประสิทธิผลของโรงเรียน 4 ด้าน จำนวน 24 ข้อ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยขอหนังสือนำจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียถึงผู้อำนวยการโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากครูที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามคืนด้วยตัวผู้วิจัยเองทุกโรงเรียน จากนั้นทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนแล้วจึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้ (1) ผู้วิจัยขอหนังสือนำจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียไปยังผู้อำนวยการโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากครูที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม (2) ผู้วิจัยนำหนังสือพร้อมแบบสอบถามจำนวน 310 ฉบับ ไปเก็บข้อมูลกับผู้บริหารและครูโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างและเก็บแบบสอบถามคืนจากผู้บริหารและครู ตามเวลาที่กำหนด (3) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 310 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 และนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้สถิติตามหัวข้อการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียน และประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

2) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลของโรงเรียน โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson’s product moment correlation coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน โดยรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างแรงดลใจ ด้านการสร้างบารมี ด้านการคำนึงถึงความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล และด้านการกระตุ้นให้ใช้สติปัญญา

2. ประสิทธิผลของโรงเรียนโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน โดยรวม และรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความสามารถในการผลิตนักเรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น ความสามารถในการแก้ปัญหาภายในโรงเรียน ความสามารถในการพัฒนานักเรียนให้มีเจตคติทางบวก และความสามารถในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาโรงเรียนตามลำดับ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลของโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนโดยรวมมีความสัมพันธ์กันทางบวกอยู่ในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์รายด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กันทางบวกอยู่ในระดับค่อนข้างสูง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างบารมี ด้านการสร้างแรงดลใจ ด้านการคำนึงถึงความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล ด้านการกระตุ้นให้ใช้สติปัญญา

4. ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ทั้ง 4 สามารถร่วมกันส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสามารถในการพยากรณ์ร้อยละ 22 โดยปัจจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการคำนึงถึงความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล ด้านการสร้างบารมีด้านการสร้างแรงดลใจ และด้านการกระตุ้นให้ใช้สติปัญญา

การอภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนโดยรวม ($\overline{X}$ = 4.12, SD = 0.55) และรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างแรงดลใจ ด้านการสร้างบารมี ด้านการคำนึงถึงความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล และด้านการกระตุ้นให้ใช้สติปัญญา ตามลำดับทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน มีภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงานของครูมีความเชื่อแรงจูงใจ ให้ความเอาใจใส่ต่อการทำงานของครูรวมทั้งมีพฤติกรรมที่ทำให้ผู้ร่วมงานเกิดการยอมรับ ศรัทธา เป็นผู้ที่มีความสามารถในการชักนำโน้มน้าวจิตใจให้คนอื่น มีความคิดที่คล้อยตามเพื่อให้ครูมีความเต็มใจและกระตือรือร้นที่จะทำให้บรรลุผล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ที่เป็นผู้บริหารเป็นผู้ที่ได้รับการพัฒนาตนเองมาอย่างต่อเนื่อง เช่น มีการจัดอบรมการใช้หลักสูตร การวิจัยในชั้นเรียน หรือเทคนิคการจัดการเรียนการสอนให้แก่ครูทุกภาคเรียน ผู้บริหารเข้ารับการประชุมสัมมนาหรือศึกษาค้นคว้าตนเองเกี่ยวกับภาวะความเป็นผู้นำของผู้บริหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมโชค โพธิ์งาม (2550) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระแก้ว เขต 2 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระแก้ว เขต 2 ตามการรับรู้ของครูปฏิบัติการสอน โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. ประสิทธิผลของโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน โดยรวม ($\overline{X}$ = 4.04, SD = 0.61) และรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความสามารถในการผลิตนักเรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น ความสามารถในการแก้ปัญหาภายในโรงเรียน ความสามารถในการพัฒนานักเรียนให้มีเจตคติทางบวก และความสามารถในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาโรงเรียน ตามลำดับทั้งนี้อาจเป็นเพราะโรงเรียนมัธยม สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่ง

เสริมการศึกษาเอกชนกรุงเทพมหานครผลิตนักเรียนที่มีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษาของชาติ นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในเกณฑ์ดี และพัฒนาผู้เรียนเต็มตามศักยภาพ มีคุณธรรมจริยธรรม ปฏิบัติตนอย่างเหมาะสมกับวัย สอดคล้องกับ Mott (1972, p. 188) กล่าวว่า ประสิทธิผล คือ คุณภาพที่เกิดกับผู้เรียนนอกจากจะเป็นผู้ที่ตั้งใจศึกษาเล่าเรียน มีความรู้ความสามารถทางวิชาการอย่างยอดเยี่ยม มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงเป็นที่น่าพึงพอใจแล้วยังมีการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะ เจตคติ ค่านิยมและคุณธรรมต่าง ๆ แล้ว การเสริมสร้างประสิทธิผล ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพของผู้เรียนนั้น นอกจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ บรรยากาศร่มรื่น สะอาด สวยงาม วัสดุอุปกรณ์เพียงพออาคารสถานที่ที่เหมาะสมเพียงพอต่อความต้องการของผู้เรียน และมีความทันสมัยต่อการเรียนการสอนแล้ว บุคคลที่สำคัญได้แก่ผู้บริหารและครู เป็นผู้ที่มีความสำคัญยิ่งต่อประสิทธิผลของโรงเรียนอย่างแท้จริง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลของโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนโดยรวม (.77**) และรายด้านมีความสัมพันธ์กันทางบวกอยู่ในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์รายด้าน พบว่ามีความสัมพันธ์กันทางบวกอยู่ในระดับค่อนข้างสูง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการคำนึงถึงความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล ด้านการกระตุ้นให้ใช้สติปัญญาด้านการสร้างบารมี ด้านการสร้างแรงดลใจ ตามลำดับทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการดำเนินกิจการของโรงเรียนให้พัฒนาไปอย่างมีประสิทธิภาพในทุกด้านทั้งครู และบุคลากรทางการศึกษาได้รับการพัฒนาเต็มตามศักยภาพ นักเรียนมีความรู้คู่คุณธรรม สามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข และโรงเรียนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจชรา วรีฤทธิ์ (2553) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเลย เขต 1-3 พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลของโรงเรียนพบว่ามีความสัมพันธ์กันทางบวก ที่ระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ทั้ง 4 สามารถร่วมกันส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสามารถในการพยากรณ์ร้อยละ 22 โดยปัจจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการคำนึงถึงความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคลด้านการสร้างบารมี ด้านการสร้างแรงดลใจ และด้านการกระตุ้นให้ใช้สติปัญญา ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้บริหารโรงเรียนมัธยม สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนกรุงเทพมหานครเป็นผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์สูง สามารถมองภาพองค์กรในอนาคตตนเองได้ และนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จซึ่งได้มีการพัฒนาอย่างเป็นระบบ การกำหนดเป้าหมายของโรงเรียนที่เด่นชัด และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพสามารถวางแผนกำหนดแนวทางในการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร มีทักษะในการบริหารจัดการศึกษาให้มีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้นยังพบว่า ความสามารถของผู้บริหารและครูในโรงเรียนที่ร่วมกันพัฒนาทั้งด้านวิชาการ การจัดการเรียนการสอน การส่งเสริมบรรยากาศการเรียนรู้ เพื่อให้โรงเรียนมีความเจริญก้าวหน้า โดยพิจารณาจากลักษณะการยอมรับของครูต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการบริหารและการเรียนการสอน ความรวดเร็วของครูต่อการพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนวิธีดำเนินงาน ความกระตือรือร้น ผู้บริหารสถานศึกษาจึงจำเป็นต้องมีภาวะผู้นำทางวิชาการ ดังนั้นภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาจึงสามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของโรงเรียนมัธยม สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนกรุงเทพมหานครได้ และสอดคล้องกบงานวิจัยของณัฐพงศ์ บุญยารมย์ (2553) ได้ศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนที่เปิดสอนช่วงชั้นที่ 3-4 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดนครพนม พบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนสามารถพยากรณ์ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนกับประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียนมัธยมในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้บริหารโรงเรียน ที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงควรที่จะรักษาและพัฒนาระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของตนเองให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และควรมีการฝึกอบรมผู้บริหารโดยเน้นให้ผู้บริหารมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลให้โรงเรียนสามารถจัดการศึกษาได้บรรลุเป้าหมายและเกิดประสิทธิผลตามที่ได้กำหนดไว้

1.2 จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านการคำนึงถึงความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคลด้านการสร้างบารมี ด้านการสร้างแรงดลใจและด้านการกระตุ้นให้ใช้สติปัญญา สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของโรงเรียนได้ ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา สนับสนุน ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่อยู่ในระดับมากที่สุด เพื่อให้เกิดประสิทธิผลของโรงเรียน ครู และนักเรียนมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการสร้างแรงดลใจของผู้บริหารโรงเรียน

2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนด้านความสามารถในการผลิตนักเรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น

2.3 ควรศึกษาความสัมพันธ์ในด้านการคำนึงถึงความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคลของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน

References

Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving Organizational Effectiveness through Transformational Leadership. Thousand Oaks.* CA: Sage Publications.

Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1990). The four Is Transformational Leadership. *Journal Of European Industrial Training, 15* (2), 231.

Boonyarom, N. (2010). *Leadership of school administrators affecting the effectiveness of academic management of schools provided instruction at levels 3 - 4 under the Office of Nakhon Phanom Educational Service Area.* Master of Education. Educational Administration, Faculty of Education, Sakon Nakhon Rajabhat University. (in Thai)

Kasetwethin, P. (2011). Transformational leadership of management affecting effectiveness of schools in Satuk group under Buriram Primary Education Service Area Office 2. Master of Education, Educational Administration, Faculty of Education, Burapha University. (in Thai)

Nimnuan, C. (2009). *Structural relationship between management virtues and organizational loyalty*. Ph.D. Educational Administration, Graduate School, Silpakorn University. (in Thai)

Rathanit, S. (2013). *Leadership of management.* (3rd ed). Bangkok: Khaofang.

Somathat, S. (2010). *The relationship between transformational leadership of female administrators and effectiveness of schools under Chonburi Education Service Area Office 1.* Master of Education, Educational Administration, Faculty of Education, Burapha University. (in Thai)

Sukkla, R. (2010). *The relationship between quality of work life of government teachers and effectiveness of schools under Sakaeo Education Service Area Office 1.* Master of Education, Educational Administration, Faculty of Education, Burapha University. (in Thai)

Waririt, A. (2010). *The relationship between transformational leadership of school administrators and effectiveness of schools under Loei Education Service Area Office 1-3.* Master of Education, Educational Administration, Faculty of Education, Loei Rajabhat University. (in Thai)

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก

Transformational Leadership of School Administrators as Perceived by Teachers under the Office of Nakhon Nayok Primary Educational Service's Area

ปิยวัฒน์ บุตรน้ำเพ็ชร์ และสุรชัย สิกขาบัณฑิต
Piyawat Bootnampet and Surachai Sikhabandit
หลักสูตรศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
Doctor of Education Program, Eastern Asia University
Received: November 8, 2018
Revised: September 16, 2019
Accepted: November 26, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก (2) เพื่อเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก จำแนกตามเพศ ประสบการณ์ในการทำงานของครู และขนาดของโรงเรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกจำนวน 108 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย คะแนนเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว กรณีที่พบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธีของ Scheffe's ผลการวิจัยพบว่า (1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกโดยรวม (=2.96, SD=0.45) และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง (2) ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกจำแนกตาม เพศ ประสบการณ์การทำงาน และขนาดของโรงเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง, ผู้บริหารโรงเรียน

Abstract

This research aimed to (1) study transformational leadership of the public primary school administrators as perceived by teachers under the Office of Nakhon Nayok Primary Educational Service's area (2) compare the teachers' opinion on transformational leadership as classified by gender, teaching experience and school size. The samples were 108 teachers selected by simple random sampling. The instrument was a 5-level rating scale questionnaire with 0.93 reliability coefficient. The statistics used for data analysis were: Mean, standard deviation, t- test and one-way ANOVA, in case of differences were found, Scheffe's method would be applied. Research results were as follows (1) transformational (= 2.96, SD = 0.45) and in each aspect were at a moderate level, they were as follows: Idealized influence of charisma (= 2.92, SD = 0.52), inspiration motivation (= 2.93, SD = 0.50), intellectual stimulation (=2.92, SD=0.52), and individualized consideration (= 2.83, SD = 0.51) respectively (2) when comparing teachers' opinions related to transformational leadership by gender, teaching experience and school size, they were significantly different at 05 level.

Keywords: transformational leadership, school administrator

บทนำ

ปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นที่แต่ละประเทศต้องเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยปัจจัยสำคัญที่จะเผชิญการเปลี่ยนแปลงและความท้าทาย ได้แก่ คุณภาพของคน การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคนให้มีคุณภาพจึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยจะต้องเป็นการศึกษาที่ทำให้ศักยภาพที่มีอยู่ในตัวคนได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ ดังนั้น การจัดการศึกษาในยุคปัจจุบัน จึงต้องคำนึงถึงการสร้างคนไทยให้เป็นคนดี มีปัญญา มีความสุข และมีขีดความสามารถในการแข่งขันภายใต้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารการศึกษา ผู้บริหารโรงเรียนหรือครูผู้สอน เพื่อจะได้ปฏิบัติต่อเพื่อนร่วมงานและบุคลากรในโรงเรียนให้เหมาะสมกับภารกิจในส่วนรับผิดชอบ และต้องเป็นผู้ที่เลือกใช้พฤติกรรมหรือวิธีดำเนินการที่เหมาะสมกับตนเอง ผู้ใต้บังคับบัญชาและสภาพแวดล้อมของหน่วยงาน จึงจะสามารถพัฒนาหน่วยงานให้มีความเจริญก้าวหน้าได้ ดังนั้นผู้บริหารโรงเรียนที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงจะเป็นผู้นำที่สามารถพัฒนาโรงเรียนให้ไปสู่ทิศทางใหม่ที่ดีกว่าเดิมและเป็นผู้ที่มีความสามารถทำให้ข้าราชการครูตระหนักถึงเป้าหมายทั้งหมดของโรงเรียน มีวิสัยทัศน์กว้างไกล กล้าเผชิญกับปัญหาและการเปลี่ยนแปลง (คุณวุฒิ คนฉลาด, 2540, น. 170 อ้างถึงใน สุกิจ บุญขาว, 2560, น. 3)

ผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นกระบวนการที่ทั้งผู้นำและผู้ตามต่างยกระดับคุณธรรมและจูงใจซึ่งกันและกัน ผู้นำพยายามยกระดับจิตสำนึกของผู้ตาม โดยให้มีอุดมคติสูงขึ้น มีคุณธรรมจริยธรรมสูงขึ้น ซึ่งเป็นที่ต้องการอย่างมากในปัจจุบัน (ชรัตน์ จีนขาวขำ, 2547, น. 1-2 อ้างถึงใน สุกิจ บุญขาว, 2560, น. 2) สำหรับองค์ประกอบสำคัญของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงนี้ จะสามารถเป็นแรงจูงใจให้ ครู อาจารย์ ให้ความร่วมมือในการทำงานด้วยความเต็มใจ เพราะว่าภาวะผู้นำนี้ มีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 4 ด้าน คือ ด้านการสร้างบารมี (Charisma) เป็นลักษณะเฉพาะตัว ที่ผู้ตามจะเกิดความเชื่อถือศรัทธาย่อมปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ ด้านการคำนึงถึงความแตกต่างระหว่าง

บุคคล (Individualized Consideration) คือผู้นำจะคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ทำให้การมอบหมายงานตามความถนัดที่ผู้ตามสนใจให้ทำงานมีประสิทธิภาพ ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา (Intellectual Stimulation) คือการที่ผู้นำพยายามที่จะกระตุ้นให้ผู้ตามใช้ปัญญาในการแก้ไขปัญหาโดยรอบคอบ และด้านการสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation) คือการที่ผู้นำใช้วิธีการต่างๆ เพื่อชักนำให้ผู้ตามเห็นคุณค่าของงานและปฏิบัติงานโดยไม่เห็นประโยชน์ส่วนตัว (Bums, 1978, p. 20)

ผู้บริหารโรงเรียนมีความสำคัญอย่างยิ่ง ต่อผลสำเร็จของโรงเรียน พฤติกรรมของผู้นำจำเป็นต้องคำนึงถึงเพื่อจะได้ปฏิบัติต่อเพื่อนร่วมงานและบุคลากรในโรงเรียนให้เหมาะสมกับภารกิจในส่วนรับผิดชอบ (จำรัส นองมาก, 2531, อ้างถึงใน กัมพล แช่มสา, 2550) และต้องเป็นผู้ที่เลือกใช้พฤติกรรมหรือวิธีดำเนินการที่เหมาะสมกับตนเอง ผู้ใต้บังคับบัญชาและสภาพแวดล้อมของหน่วยงาน จึงจะสามารถพัฒนาหน่วยงานให้มีความเจริญก้าวหน้า (ศิริวรรณ ศิริอารยา, 2544, น. 8-10)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก

2. เพื่อเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกจำแนกตามเพศ ประสบการณ์ในการสอน และขนาดของโรงเรียน

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

สภาพการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วรอบด้านในปัจจุบันองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ย่อมต้องการผู้นำในการปฏิบัติงาน ที่สามารถปรับเปลี่ยนความต้องการของหน่วยงานโดยความร่วมมือของบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้สามารถดำรงคงอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทั้งหลายที่เกิดขึ้น ผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องจึงต้องเป็นผู้ที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่จะนำพาองค์การไปสู่เป้าหมายได้สำเร็จตามที่ตั้งไว้ นักวิชาการต่าง ๆ หลายท่านได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับความหมายของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไว้หลากหลายดังนี้

อภิวัฒน์ แสงสุกวาว (2555, น. 17) สรุปว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง หมายถึง ระดับพฤติกรรมที่ผู้นำแสดงให้เห็นในการจัดการหรือการทำงานเป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานโดยการเปลี่ยนสภาพหรือเปลี่ยนแปลงความพยายามของผู้ร่วมงานไปสู่ระดับที่สูงขึ้นมีศักยภาพมากขึ้นทำให้เกิดการตระหนักรู้ในภารกิจและวิสัยทัศน์ของกลุ่มจูงใจให้ผู้ร่วมงานมองไกลเกินกว่าความสนใจของพวกเขาไปสู่ประโยชน์ของกลุ่มหรือสังคม

ปราณี พึ่งฉิม (2556, น. 12) ให้ความหมายของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง หมายถึงกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงเจตคติ และพฤติกรรมให้ตระหนักรู้ภารกิจ วิสัยทัศน์ จงรักภักดี กระตือรือร้น แรงบันดาลใจ สร้างความผูกพันในการแลกเปลี่ยนวัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ขององค์การ เพื่อนำไปสู่ประโยชน์ขององค์การมากกว่าประโยชน์ส่วนตน

เกล้ารจิกา ถวัลย์เสรี (2557, น. 20) กล่าวว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง หมายถึง การใช้การปฏิสัมพันธ์กับผู้ร่วมงานในการสร้างความร่วมมือ สร้างแรงจูงใจให้สูงขึ้น จนส่งผลให้ผู้ร่วมงานรู้สึกอยากเปลี่ยนแปลงและยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เป็นรูปแบบพฤติกรรมผู้นำที่มีความสามารถใช้คุณลักษณะที่สำคัญของตนเองในการบริหาร ได้แก่ การมีอิทธิพลอย่างอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา และการคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล เพื่อให้เกิดความร่วมมือ ร่วมใจ ระหว่างผู้ร่วมงานหรือผู้ติดตาม ให้การปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางที่ผู้นำหรือผู้บริหารต้องการให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย

จินตรัตน์ ธำรงวิริยะวงศ์ (2558, น. 23) กล่าวว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง หมายถึง การใช้ศาสตร์และศิลป์ ในการบริหารจัดการในองค์การเพื่อเปลี่ยนแปลงความพยายามในการปฏิบัติงานของบุคลากร ให้สูงขึ้นกว่าความพยายามที่คาดหวัง ด้วยการส่งเสริมสนับสนุน ให้มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และลักษณะการปฏิบัติงานไปสู่ระดับที่สูงขึ้นมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีและยั่งยืน ทั้งในตัวบุคคลและองค์การ

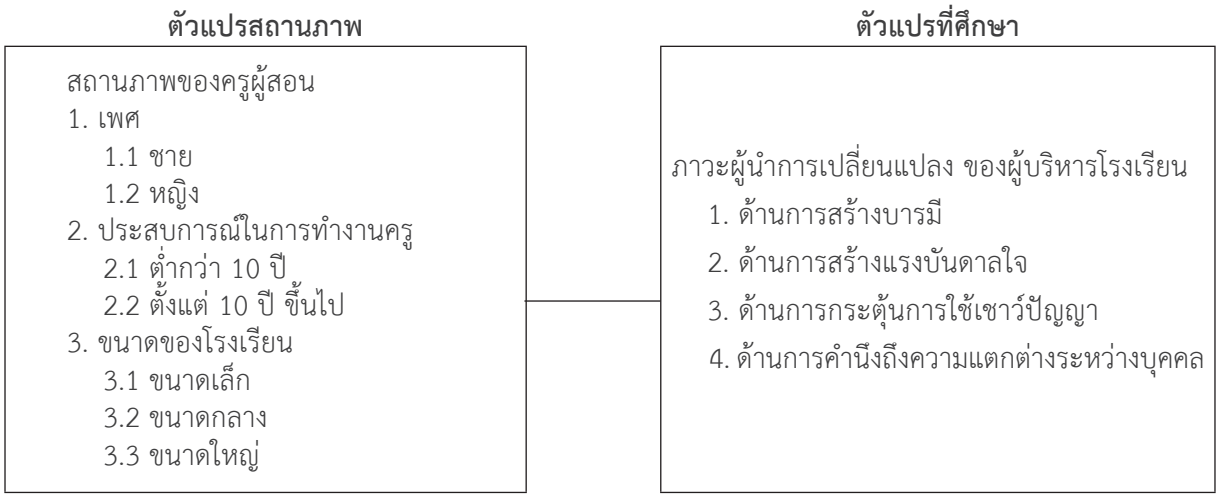
Bass and Avolio (1994, p. 245 อ้างถึงใน สัมมา รธนิธย์, 2556 , น. 113) กล่าวว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง หมายถึง กระบวนการที่ผู้นำการเปลี่ยนแปลงความพยายามของผู้ตามให้สูงขึ้นจากความพยายามที่คาดหวัง เป็นผลให้ปฏิบัติงานเกินความคาดหวัง โดยผู้นำแสดงบทบาททำให้ผู้ตามมีความรู้สึกไว้วางใจยินดี จงรักภักดี และนับถือ ทำให้ผู้ตามกลายเป็นผู้มีศักยภาพ เป็นนักพัฒนา เป็นผู้เสริมแรงได้ด้วยตนเอง ซึ่งผู้นำจะต้องยกระดับความรู้สึก ความสำนึกของผู้ตาม ให้ความสำคัญและคุณค่าของผลลัพธ์ที่ต้องการและวิธีการที่จะบรรลุถึงผลลัพธ์ที่ต้องการทำให้ผู้ตามไม่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนตน แต่อุทิศตนเพื่อองค์การ

Bass (1985 อ้างถึงใน นุตริยา จิตตารมย์, 2557, น. 8) กล่าวถึงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงว่าเป็นผู้นำที่ทำให้ผู้ตามอยู่เหนือกว่า ความสนใจของตนเอง ผ่านทางการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา หรือการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ผู้นำจะยกระดับวุฒิภาวะและอุดมการณ์ของผู้ตามที่ เกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ การบรรลุสัจจะแห่งตน ความเจริญรุ่งเรืองของสังคม องค์การและผู้อื่น นอกจากนั้น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีแนวโน้มที่จะช่วยกระตุ้นความหมายของงานในชีวิตของผู้ตามให้สูงขึ้น อาจจะชี้นำหรือเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาความต้องการทางศีลธรรมให้สูงขึ้นด้วย

ดังนั้นสรุปได้ว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงหมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกของผู้นำองค์การหรือผู้ที่บริหารองค์การที่ส่งผลกระทบต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ตามต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการบริหารจัดการองค์การพฤติกรรมที่แสดงออกเป็นพฤติกรรมที่พยายามสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีและยั่งยืนในตัวบุคคลของผู้ร่วมงานหรือผู้ตาม และองค์การ เพื่อให้มีการสร้างวิสัยทัศน์สร้างแนวความคิดใหม่ๆรวมทั้งการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ยกระดับคุณธรรมจริยธรรมของผู้ร่วมงานหรือผู้ตามและองค์การพร้อมทั้งกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามได้ใช้ความรู้ความสามารถในการที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาองค์การให้ประสบผลสำเร็จ มุ่งประโยชน์ขององค์การมากกว่าประโยชน์ส่วนตนอันจะก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อองค์การซึ่งเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนและมั่นคง

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับความเป็นภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกจำแนกตามเพศ ประสบการณ์ในการทำงานครู และขนาดของโรงเรียน ตามกรอบแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ แบส และ อโวลิโอ (Bass and Avolio, 1990, p. 19) ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ 4 ด้าน คือ ด้านสร้างบารมี ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นการใช้เชาว์ปัญญา ด้านการคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกจำแนกตามเพศ ประสบการณ์ในสอนและขนาดของโรงเรียนแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ปีการศึกษา 2561 จำนวน 150 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ได้แก่ ครูผู้สอนในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ปีการศึกษา 2561 จำนวน 108 คน ตามตารางของ Krejcie & Morgan (1970, pp. 607-609) โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

1. เพศ
2. ประสบการณ์ในการท างานของครู
3. ขนาดของโรงเรียน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ตามกรอบแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ Bass and Avolio (1990, p. 19) ประกอบด้วย

1. ด้านการสร้างบารมี
2. ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ
3. ด้านการกระตุ้นการใช้เชาวน์ปัญญา
4. ด้านการคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลตาม ขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือนำจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย เพื่อขอความ อนุเคราะห์จากผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2. ผู้วิจัยนำหนังสือพร้อมแบบสอบถาม จำนวน 108 ฉบับ ไปเก็บข้อมูลกับครูในสังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษานครนายก

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน108 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 และนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยเลือกเฉพาะวิธีวิเคราะห์ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย และการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. หาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้สัมประสิทธิ์ อัลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach)

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

2.1 ค่าร้อยละ (percentage)

2.2 ค่าเฉลี่ย (mean)

2.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.4 เปรียบเทียบความแตกต่างจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่การงาน ประสบการณ์ และขนาดโรงเรียนที่สังกัด ใช้สถิติ t-test, F-test (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยจะทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ่ (Schaffer’s Method)

3. การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า กำหนด ไว้ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว, 2556, น. 13-14)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายความว่า มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายความว่า มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายความว่า มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.00 หมายความว่า มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายความว่า มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

จากการวิจัย การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกจำแนกตาม เพศ ประสบการณ์ทำงาน และขนาดของโรงเรียนสรุปผลได้ดังนี้

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกโดยภาพรวม (=2.96,SD=0.45) และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างบารมี ด้านการดลใจด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา และ ด้านความมุ่งความสัมพันธ์เป็นรายบุคคล ตามลำดับ

1.1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกด้านการสร้างบารมีโดยรวม (=3.17, SD=0.40) และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อความคิดและความเชื่อของผู้ร่วมงาน และผู้บริหารคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อความคิดและความเชื่อของผู้ร่วมงานผู้บริหารคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนผู้บริหารประพฤติตนได้เหมาะสม ทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความภาคภูมิใจและเชื่อมั่นในตัวผู้บริหาร ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ผู้บริหารมีการตัดสินใจโดยคำนึงถึงผลตามมาทางด้านศีลธรรม จริยธรรม และมีความยุติธรรมเป็นกลางในการตัดสินใจ

1.2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกด้านการดลใจโดยรวม(=2.93, SD=0.50)และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้บริหารมีมาตรฐานในการทำงานสูงผู้บริหารสร้างจินตนาการและมีความคิดใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน ผู้บริหารให้ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานกับผู้ร่วมงานอย่างสม่ำเสมอ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ผู้บริหารมองโลกในแง่ดี คิดเชิงบวก

1.3 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญาโดยรวม (=2.92,SD=0.52) และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้บริหารมีมาตรฐานในการทำงานสูงและผู้บริหารสร้างจินตนาการและมีความคิดใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้บริหารมีมาตรฐานในการทำงานสูงผู้บริหารสร้างจินตนาการและมีความคิดใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน ผู้บริหารให้ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานกับผู้ร่วมงาน อย่างสม่ำเสมอ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ผู้บริหารมองโลกในแง่ดี คิดเชิงบวก

1.4 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกด้านความมุ่งความสัมพันธ์เป็นรายบุคคลโดยรวม(=2.83,SD=0.51)และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้บริหารมีการสนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชาศึกษาต่อเพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์ให้สูงขึ้นและผู้บริหารแจ้งข่าวสารความเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาและเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ผู้ร่วมงานทราบสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้บริหารแจ้งข่าวสารความเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาและเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ผู้ร่วมงานทราบสม่ำเสมอ ผู้บริหารมีการสนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชาศึกษาต่อเพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์ให้สูงขึ้นผู้บริหารเสนอแนะวิธีการใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาส่วนอันดับสุดท้าย คือ ผู้บริหารแสวงหาข้อเท็จจริงต่าง ๆ ให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้รับทราบตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกมีดังนี้

2. 1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่

การศึกษาประถมศึกษานครนายกจำแนกตามเพศโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05โดยเพศชายมีความเห็นต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารมากกว่าเพศหญิง

2.2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกจำแนกตามประสบการณ์การทำงาน โดยรวมและรายได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05โดยครูที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปี มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารมากกว่าครูที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 ปีขึ้นไป

2.3 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกจำแนกตามขนาดของโรงเรียน พบว่า โดยรวมและรายด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายกซึ่งสามารถสรุปในแต่ละด้านได้ดังนี้ ซึ่งสามารถ สรุปได้ดังนี้

3.1 ด้านการสร้างบารมีผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีพฤติกรรมที่ แสดงออกถึงการสร้างวิสัยทัศน์ที่เป็นกระบวนการทำให้ บุคลากรมีการยอมรับโดยอาศัยวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการที่ผู้บริหารสถานศึกษาสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งส่งผลให้ บุคลากรเกิดการยอมรับ ศรัทธา ไว้วางใจจนเกิดความภูมิใจที่ได้ร่วมงานกันตลอดจนการประพฤติ ตัวเป็นแบบอย่างที่ดี

3.2 ด้านการสร้างแรงบันดาลใจผู้บริหารสถานศึกษาแสดงออก หรือมีพฤติกรรม ที่แสดงออกถึงการโน้มน้าว จูงใจหรือกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความเข้าใจต่อวิสัยทัศน์ อยากอุทิศตนและทุ่มเทความพยายามมากเป็นพิเศษ และเกิดจิตวิญญาณ ของการทำงานเป็นทีมเชื่อมั่น และยอมรับในวิสัยทัศน์ว่าจะสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันได้ ซึ่งในการสร้างแรงบันดาลใจนั่นผู้บริหารสถานศึกษาอาจจะให้รางวัลตามสถานการณ์ได้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิด ความร่วมมือ

3.3 ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญาผู้บริหารสถานศึกษาต้องแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ เป็นการกระตุ้นให้บุคลากรตระหนักถึงวิธีการหรือแนวทางใหม่ในการแก้ปัญหา แสดงให้เห็น ถึงความคิดเห็นมองปัญหาในแง่มุมต่างๆ ที่ทำให้เกิดการคิดวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้เหตุผลและ ข้อมูลหลักฐานอย่างเป็นระบบร่วมกัน ส่งเสริมให้บุคลากรมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ ซึ่งผู้บริหารอาจจะจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการกระตุ้นทางปัญญานั้นได้แก่ การแลกเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันหรือองค์การ ตลอดจนการสร้างความรู้ต่าง ๆ

4. ด้านความมุ่งความสัมพันธ์เป็นรายบุคคลผู้บริหารสถานศึกษาต้องมี พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเอาใจใส่เป็นพิเศษแก่บุคลากรแต่ละบุคคล และมีการวิเคราะห์ ความต้องการ ความสามารถ โดยผู้บริหารสถานศึกษาเป็นทั้งผู้ให้คำปรึกษาแนะนำผู้ฝึกสอน ที่จะส่งเสริมพัฒนาบุคลากรให้พัฒนาตนเอง และให้โอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

การอภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกมีประเด็นสำคัญที่ค้นพบผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกโดยภาพรวม(=2.96,SD=0.45) และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารเป็นผู้ที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นผู้เปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อมั่นซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงานของครู ให้ความเอาใจใส่ต่อการทำงานของครูรวมทั้งมีพฤติกรรมที่ทำให้ผู้ร่วมงานเกิดการยอมรับ ศรัทธามีความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น เพื่อให้ครูมีความเต็มใจและกระตือรือร้นในการทำงานให้ประสบผลสำเร็จซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญชัย พูลเจริญ (2548) ได้ศึกษาความเป็นภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในอำเภอบ้านโพธิ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวม มีแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของปรีชา ทัศน์ละไม (2549) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนและประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การ

ศึกษาชัยภูมิ เขต 1-3 ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชัยภูมิ เขต 1-3 โดยภาพรวม มีแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมาก และภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของดุสิต สมศรี (2555) ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาศรีสะเกษ เขต 1 โดยภาพรวมผู้บริหารมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง

1.1 จากการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ด้านการสร้างบารมีโดยรวม (=3.17,SD=0.40)และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้บริหารปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับครู แสดงความสามารถกล้าคิดกล้าตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลง อุทิศเวลาให้กับส่วนรวมทำให้ครูเกิดความเคารพนับถือ ศรัทธา ไว้ใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Bass, 1998, pp. 5-6) ได้กล่าวว่า ผู้มีบารมี คือ การที่ผู้นำสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง ทำให้ผู้ตามเกิดการยอมรับ ศรัทธา จงรักภักดี อุทิศตนโดยไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตน โน้มน้าวจิตใจให้มีความคิดเห็นคล้อยตามจากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกด้านการสร้างบารมีโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของรัตนา นาคมุสิก (2559) ได้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 3 ผลการวิจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางและสอดคล้องกับงานวิจัยของดุสิต สมศรี (2551) ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาศรีสะเกษ เขต 1 โดยภาพรวมและรายด้านผู้บริหารมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง

1.2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกด้านการดลใจโดยรวม (=2.93,SD=0.50) และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารมีความกระตือรือร้นให้การทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และให้ความไว้วางใจแก่ครูว่าจะปฏิบัติหน้าที่ให้สำเร็จได้ตามเป้าหมาย มีการส่งเสริมการทำกิจกรรมที่ให้ครูได้ทำงานเป็นทีม และผู้บริหารมีการให้กำลังใจกับครูที่ปฏิบัติหน้าที่ได้สำเร็จจึงให้ครูมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนา นาคมุสิก (2559) ได้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 3 ผลการวิจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางและสอดคล้องกับงานวิจัยเกียรติชัย ประภากร วิริยะ (2555) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและแรงจูงใจที่ส่งผลประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทอุตสาหกรรมยานยนต์ในสวนอุตสาหกรรมโรจนะจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยภาพรวมและรายด้านผู้บริหารมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง

1.3 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญาโดนรวม(=2.92,SD=0.52) และรายด้านอยู่ในระดับปานกลางทั้งนี้อาจเป็นเพราะองค์การทุกแห่งย่อมมีปัญหาไม่ว่าจะเกิดจากปัจจัยภายในหรือปัจจัยภายนอก ผู้บริหารมองเห็นถึงการใช้ปัญญาในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ภายในโรงเรียน จึงมักจะมอบหมายให้ผู้ร่วมงานได้ช่วยกันคิดแก้ปัญหาโดยใช้รูปแบบการสื่อสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะแบบเปิดเช่น การประชุมระดมความคิด หรือสั่งการโดยส่วนตัว เมื่อผู้ร่วมงานได้รับโอกาสให้แก้ปัญหาก็จะเกิดความภูมิใจและพยายามที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ร่วมงานได้รับการอบรมเพิ่มเติมในงานด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนาแนวความคิด และนำมาปรับใช้ในโรงเรียนได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Bass, 1998, pp.5-6) ที่กล่าวว่าการกระตุ้นเชาว์ปัญญาเป็นกระบวนการที่ผู้นำกระตุ้นผู้ตาม ให้เห็นวิธีการหรือแนวทางใหม่ในการแก้ปัญหา โดยทำให้ผู้ตามมีความพอใจและมีความตั้งใจ ส่งเสริมให้ผู้ตามเข้าใจในบทบาทและยอมรับในบทบาท สร้างความมั่นใจและส่งเสริมคุณค่าของผลลัพธ์ที่ต้องการ เป็นผลให้บุคลากรเกิดความพยายามในการปฏิบัติงานมากขึ้น และแก้ปัญหาในการปฏิบัติงานด้วยความเรียบร้อย สอดคล้องกับงานวิจัย

ของ ขวัญชัย พูลเจริญ (2548) ได้ศึกษาความเป็นภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนในอำเภอบ้านโพธิ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวม มีแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญาอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของดุสิต สมศรี (2555) ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาศรีสะเกษ เขต 1 โดยภาพรวมและรายด้านผู้บริหารมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง

1.4 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกด้านความมุ่งความสัมพันธ์เป็นรายบุคคลโดยรวม (=2.83,SD=0.51) และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้บริหารมีการมอบหมายงานโดยคำนึงถึงความสามารถของแต่ละคนให้คำแนะนำในการปฏิบัติงานเมื่อเกิดปัญหาส่งเสริมให้ครูได้รับการฝึกอบรมไม่ต่ำกว่า 15 ชั่วโมงในแต่ละปีการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเกียรติชัย ประภากรวิริยะ (2555) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและแรงจูงใจที่ส่งผลประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทอุตสาหกรรมยานยนต์ในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยภาพรวมและรายด้านผู้บริหารมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลางและสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระกฤศกร อัครภพเมธี (2557) ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตคลองเตยพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านความมุ่งความสัมพันธ์เป็นรายบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง

2. ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกมีดังนี้

2.1 ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก จำแนกตามเพศ โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยข้าราชการเพศชายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารมีความใกล้ชิดกับข้าราชการเพศชายมากกว่า โดยมีการมอบหมายงานที่สำคัญ ๆ ให้รับผิดชอบอยู่เสมอ ซึ่งผู้บริหารอาจจะมองว่าข้าราชการเพศชายสามารถที่จะทำงานได้ทุกแบบและสามารปฏิบัติงานได้จนประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารี กังสานุกูล (2553) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2 จำแนกตามเพศครูโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐฌานันท์ เรืองดาหลวง (2551) ศึกษาพฤติกรรมผู้นำการเปลี่ยนแปลงในผู้บริหารสถานศึกษาของผู้บริหาร ครู และคณะกรรมการสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมผู้นำการเปลี่ยนแปลงในผู้บริหารสถานศึกษาของผู้บริหาร ครู และคณะกรรมการสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี ไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามเพศพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของวีณา เพชรจิระวรพงศ์ (2552)

ได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนมัธยมสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 3 ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนมัธยมสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 3 จำแนกตามเพศ พบว่าโดยรวมครูที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทฤษฎีด้านผู้นำมิตรสัมพันธ์ครูมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน โดยรวมและรายได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยพบว่า ข้าราชการครูที่มีประสบการณการทำงานน้อยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษามากกว่าข้าราชการที่มีประสบการณ์มาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารมีความสนใจในข้าราชการครูที่มีประสบการณ์น้อย

โดยมอบหมายงานให้ข้าราชการครูใหม่ ๆ มากกว่า เพราะครูที่มีประสบการณ์น้อยมักจะมีความตั้งในการทำงานมากกว่าครูที่มีประสบการณ์มาก มีความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีความตั้งใจในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีการเตรียมความพร้อมในการสอนอยู่ตลอดเวลา สนใจที่จะพัฒนาผู้เรียนอย่างเต็มที่ ส่วนผู้ที่ทำงานมานานนั้น มักไม่มีความกระตือรือร้นในการสอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอารี กังสานุกูล (2553) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2 จำแนกตามประสบการณ์การทำงานของครูโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของวีณา เพชรจิระวรพงศ์ (2552) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนมัธยมสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 3 ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารตามความคิดเห็นของครูที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติหน้าที่ในการสอนแตกต่างกัน พบว่าโดยรวมครูมีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทฤษฎีด้านผู้นำมิตรสัมพันธ์และด้านผู้นำแสดงออกอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ครูมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของวันเพ็ญ รัตนอนันต์ (2555) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 2 จำแนกตามตำแหน่ง และประสบการณ์การดำรงตำแหน่งของผู้บริหาร โดยรวมและรายด้าน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้บริหารที่ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสถานศึกษาและมีประสบการณ์ในการดำรงตำแหน่งมากกว่า 5 ปีขึ้นไปมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากกว่ารองผู้อำนวยการสถานศึกษาและมีประสบการณ์ในการดำรงตำแหน่งต่ำกว่า 5 ปี

2.3 ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกจำแนกตามขนาดของโรงเรียน พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า โรงเรียนขนาดเล็กและขนาดใหญ่มีความคิดเห็นแตกต่างกันทุกด้าน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน อาจเนื่องมาจากโรงเรียนขนาดเล็กมีวัสดุอุปกรณ์ในการทำงานน้อย ไม่มีการกระจายงานเพราะมีครูผู้สอนน้อยต้องช่วยกันทำงาน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การบริหารองค์การน้อยกว่าโรงเรียนขนาดใหญ่ ซึ่งต้องอาศัยความรวดเร็วในการทำงานให้ตรงเวลา ในขณะที่โรงเรียนขนาดใหญ่มีบุคลากรมากกว่า แบ่งงานกันรับผิดอย่างดีมีการทำงานรวดเร็วกว่า ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุมาลี ละม่อม (2553) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารการศึกษาตามความคิดเห็นของครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาศรีสะเกษ เขต 4 ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารการศึกษาตามความคิดเห็นของครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาศรีสะเกษ เขต 4 จำแนกตามขนาดของโรงเรียน โดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐฌานันท์ เรืองดาหลวง (2551) ศึกษาพฤติกรรมผู้นำการเปลี่ยนแปลงในผู้บริหารสถานศึกษาของผู้บริหาร ครูและคณะกรรมการสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมผู้นำการเปลี่ยนแปลงในผู้บริหารสถานศึกษาของผู้บริหาร ครู และคณะกรรมการสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี จำแนกตามขนาดของโรงเรียนโดยรวม พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับปราณี ริ้วทอง (2550) ได้ศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อพฤติกรรมความเป็นผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาลพบุรี เขต 2 พบว่า จำนวนครูที่ทำการสอนในสถานศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อพฤติกรรมการเป็นผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาลพบุรี เขต 2 ในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครนายกซึ่ง

สามารถสรุปในแต่ละด้านได้ดังนี้ ซึ่งสามารถ สรุปได้ดังนี้

3.1 การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ผู้บริหารโรงเรียน ต้องมีพฤติกรรมที่ แสดงออกถึงการสร้างวิสัยทัศน์ที่เป็นกระบวนการทำให้ บุคลากรมีการยอมรับโดยอาศัย วิสัยทัศน์ร่วมกัน และการที่ผู้บริหารสถานศึกษาสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งส่งผลให้ บุคลากรเกิดการยอมรับ ศรัทธา ไว้วางใจจนเกิดความภูมิใจที่ได้ร่วมงานกัน ตลอดจนการ ประพฤติ ตัวเป็นแบบอย่างที่ดี

3.2 การสร้างแรงบันดาลใจ ผู้บริหารโรงเรียนแสดงออก หรือมีพฤติกรรม ที่แสดงออกถึงการโน้มน้าวจูงใจหรือกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความเข้าใจต่อวิสัยทัศน์อยากอุทิศ ตนและทุ่มเทความพยายามมากเป็นพิเศษ และเกิดจิตวิญญาณของการทางานเป็นทีม เชื่อมั่นและยอมรับในวิสัยทัศน์ว่าจะสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันได้ ซึ่งในการสร้างแรง บันดาลใจนั่นผู้บริหารสถานศึกษาอาจจะให้รางวัลตามสถานการณ์ได้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือ

3.3 การกระตุ้นทางปัญญา ผู้บริหารโรงเรียนต้องแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ เป็นการกระตุ้นให้บุคลากรตระหนักถึงวิธีการหรือแนวทางใหม่ ในการแก้ปัญหา แสดงให้เห็น ถึงความคิดเห็นมองปัญหาในแง่มุมต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการคิดวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้เหตุผลและ ข้อมูลหลักฐานอย่างเป็นระบบร่วมกัน ส่งเสริมให้บุคลากรมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์และเกิด โอกาสในการเรียนรู้ ซึ่งผู้บริหารอาจจะจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการกระตุ้นทางปัญญานั้นได้แก่ การแลกเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบันหรือองค์กร ตลอดจนการสร้างความรู้ต่าง ๆ

3.4 การคำนึงถึงความเป็นเอกัตถะบุคคล ผู้บริหารโรงเรียนต้องมี พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเอาใจใส่เป็นพิเศษแก่บุคลากรแต่ละบุคคล และมีการวิเคราะห์ความต้องการ ความสามารถ โดยผู้บริหารสถานศึกษาเป็นทั้งผู้ให้คำปรึกษาแนะนำผู้ฝึกสอน ที่ จะส่งเสริมพัฒนาบุคลากรให้พัฒนาตนเอง และให้โอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ด้านการสร้างบารมี ผู้บริหารควรมีการตัดสินใจโดยคำนึงถึงผลตามมาทางด้านศีลธรรม จริยธรรม และมีความยุติธรรม เป็นกลางในการตัดสินใจและผู้บริหารควรมีความเป็นธรรมและเป็นกลางในการตัดสินใจทำสิ่งใดลงไป

2. ด้านการสร้างแรงดลใจ ผู้บริหารควรมองโลกในแง่ดี คิดเชิงบวกกับครูทุกคนเท่าเทียมกัน ไม่ควรจะคิดลบกับครูที่ไม่สามารถที่ปฏิบัติงานได้สำเร็จ

3. ด้านกระตุ้นใช้เชาว์ปัญญาผู้บริหารควรแสวงหาข้อเท็จจริงต่าง ๆ ให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้รับทราบไม่ปิดบังหรือปกปิดในเรื่องสำคัญที่เกี่ยวกับองค์กรไม่ว่ากรณีใด ๆ

4. ด้านความมุ่งสัมพันธ์รายบุคคลผู้บริหารควรเคารพในสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ใต้บังคับบัญชาให้เกียรติและไว้วางใจที่จะมอบหมายงานให้ทุกคนได้แสดงความสามารถเท่าเทียมกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก

2. ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษากับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก

3. ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษากับขวัญและกำลังใจการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก

References

Bass, B.M., & Avolio, B.J. (1990). The four Is Transformational Leadership. *Journal Of European Industrial Training, 15*(2), 19.

Boonkha, S. (2017). *Leadership change management education. District 12 district offices affiliated with the quality. Chachoengsao district primary education 2. thesis, educational methodology, discipline.* Master of Education (Educational Administration), Burapha University. (in Thai)

Chayas, K. (2007). *The study of transformational leadership of school administrators as perceived by teachers under the office of the district Sa Kaeo District 1.* Master of Education (Educational Administration), Burapha University. (in Thai)

Lamsam, S. (2010). *Transformational leadership of school administrators as perceived by the teacher. Seremban District Office of Education Area 4*. Master of Education (Educational Administration), Ubon Ratchathani Rajabhat University. (in Thai)

Pongchim, P. (2013). Leadership Transformation of Educational Personnel in Basic Education Institutions under Nonthaburi Provincial Administrative Organization. *Journal of Educational Administration Silpakorn University, 4*(1), 176-182. (in Thai)

Poohcharoen, K . (2005). *Leadership, change of school leaders, ban PHO. Chachoengsao educational service area Office District 1*. Master of Education (Educational Administration), Burapha University. (in Thai)

Phejiravongpong, W. (2009). *Transformational Leadership of School Administrators as Perceived by Teachers of Secondary School in Bangkok Educational Service Area Office 3.* Master of Education (Educational Administration), Dhonburi Rajabhat University. (in Thai)

Prapakirisriya, K. (2012). *Transformational Leadership and Motivational Factors affecting. Efficiency and performance of the employees of the automotive industry in the park. Rojana Industrial Ayutthaya.* Master, University of Eastern Asia. (in Thai)

Rungdalung, N. (2008). *Leadership change behavior in school administrators of teachers and school board administrators. Under the Office of the Primary Singburi.* Education Service Area Master, Educational Administration, Graduate School,Thepsatri Rajabhat University. (in Thai)

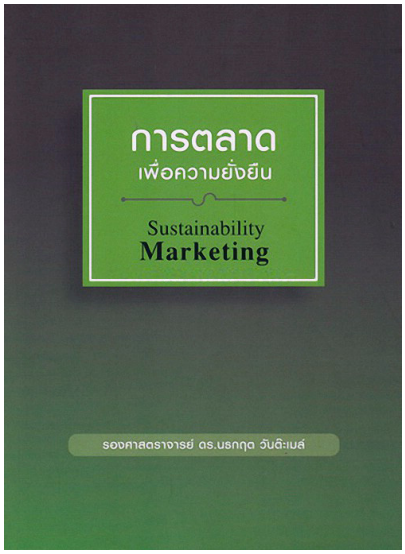
Sangsukwol, A. (2012). *Transformational leadership of school administrators that affect the identity . Under the Office of the Secondary Education Service Area 9.* Master of Education Program in Educational Administration, Silpakorn University. (in Thai)

Thawhansere, K. (2014). *Leadership Transformation of School Administrators Photharam Ratchaburi Province*. Master of Education Program in Educational Administration, Silpakorn University. (in Thai)

Thumrungviriyavon, J . (2015). *School administrators' motivation and job motivation of teachers in schools. ChonKanyanukul Chonburi Under the Office of the Secondary Education Area 18.* Master of Education (Educational Administration), Burapa University. (in Thai)

แนะนำหนังสือ
Book Review

โชติกา ใจทิพย์ และพิมพ์พร ชีวานันท์
หลักสูตรบริหารธุรกิจ ดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยรังสิต



ชื่อหนังสือ: การตลาดเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Marketing)

ผู้เขียน: รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์

ปีที่พิมพ์: 2018

จำนวนหน้า: 446 หน้า

วิถีชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน ทั้งการเข้าถึงง่ายต่อเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสารหลากหลายช่องทางระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ล้วนเป็นบทบาทสำคัญที่ส่งผลให้ให้องค์กรต้องปรับหาแนวทางและสร้างกระบวนทัศน์ที่สร้างสรรค์ในการจัดการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในขณะที่ภาคส่วนขององค์กรก็จะไม่ได้มุ่งหวังแค่การเติบโตของผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่จะต้องนึกถึงความจงรักภักดีในตราสินค้าระยะยาวของลูกค้ารวมถึงการที่องค์กรต้องมีส่วนเกี่ยวข้องหรือสนับสนุนการช่วยเหลือสังคมในวงกว้างให้มากขึ้น จึงจำเป็นต้องเน้นถึงความสมดุลในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น หนังสือเล่มนี้จะจุดประกายความคิดให้ผู้อ่านได้สามารถนำไปต่อยอดและบูรณาการเพื่อการบริหารในทุกๆ ด้านให้เหมาะสมกับการตลาดที่เข้าสู่ยุคดิจิทัลหรือการตลาดที่เผชิญอยู่กับความเป็นโลกาภิวัฒน์ของโลก

หนังสือเล่มนี้ประกอบด้วยเนื้อหารวม 10 บท มีลักษณะเด่นในการเรียบเรียงและมีความน่าสนใจในวิธีการนำเสนอ ช่วยให้ผู้อ่านสามารถทำความเข้าใจในความหมายและทราบความสำคัญของแต่ละเรื่องภายใต้ขอบเขตของ “การตลาดเพื่อความยั่งยืน” โดยมีแผนภาพประกอบรวมทั้งข้อมูลมีความทันสมัยโดยเฉพาะการยกตัวอย่างหรือกรณีศึกษา มีการนำงานวิจัยมาวิเคราะห์และอธิบายโมเดลเพื่อเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหาช่วยให้เข้าใจง่ายยิ่งขึ้น สุดท้ายผู้เขียนได้มีการสรุปเนื้อหาของแต่ละบทและพยายามมีการสื่อสารกับผู้อ่านด้วยการกระตุ้นความคิดของผู้อ่านผ่านคำถาม นอกจากความรู้ใหม่ที่ผู้เขียนได้ถ่ายทอดแล้วยังมีข้อแนะนำเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปรับกลยุทธ์หรือประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติให้สำเร็จ

ผู้เขียนได้กล่าวความเป็นมาเริ่มตั้งแต่ทฤษฎีพื้นฐานในเบื้องต้นกระทั่งถึงความเปลี่ยนแปลงทางการตลาดที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันนำไปสู่ปัจจัยต่าง ๆ ในแต่ละยุคสมัยที่เป็นตัวเร่งในขับเคลื่อนให้องค์กรหรือธุรกิจต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดหรือพยายามศึกษาปัจจัยที่จะนำพาองค์กรให้ประสบผลสำเร็จได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ยังเห็นความทุ่มเทและมุมมองที่ชัดเจนของผู้เขียนที่มุ่งถึงประโยชน์ที่แท้จริงอันจะก่อให้เกิดแก่สังคมโดยรวมในระดับประเทศต่อไป

บทที่ 1 ความเข้าใจเบื้องต้นในแนวคิดการตลาดเพื่อความยั่งยืน

ในส่วนแรกผู้เขียนได้กล่าวถึงความหมายและประวัติความเป็นมาของการตลาดเพื่อความยั่งยืน

(Sustainable Marketing) รวมถึงกรอบแนวความคิดทั้ง 3 มิติ คือ มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคมและมิติทางสิ่งแวดล้อม ถัดมาผู้เขียนได้อธิบายถึงลักษณะที่สำคัญของการตลาดเพื่อความยั่งยืน, บทบาทของการตลาดเพื่อความยั่งยืนทั้ง 4 ด้านคือ (1) บทบาทด้านการตลาด (2) บทบาทด้านเศรษฐกิจ (3) บทบาทด้านสังคม เช่น การสร้างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนมีสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและ (4) บทบาทด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาดูแลและใส่ใจสิ่งแวดล้อม ส่วนสุดท้ายของบทนี้คือกรณีศึกษางานวิจัด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืน บทสรุปและคำถามท้ายบท ข้อดีของบทนี้คือผู้เขียนได้รวบรวมข้อมูลจากสำนักงานองค์การสหประชาชาติซึ่งมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานและข้อมูลจากการจัดประชุมสุดยอดโลกว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน ส่งผลให้ประเทศไทยซึ่งเป็นหนึ่งในสมาชิกจำเป็นต้องมีการตอบสนองนโยบายดังกล่าว ทั้งนี้ยังมีข้อแนะนำถึงแนวทางที่จะนำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิผลอีกด้วย

บทที่ 2 การนำการตลาดเพื่อความยั่งยืนสู่การดำเนินงานขององค์กร

ในส่วนที่ 2 ผู้เขียนได้อธิบายถึงกระบวนการนำการตลาดเพื่อความยั่งยืนสู่การดำเนินองค์กร (Corporate Level) 6 ขั้นตอนคือ (1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (2) การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและค่านิยมหลัก (3) การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์และตัวชี้วัดหลัก (4) การกำหนดกลยุทธ์ (5) การดำเนินงานตามแผน (6) การประเมินผล ในข้อนี้ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งได้สนับสนุนให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใช้แบบประเมินความยั่งยืนที่ทางตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินผลงานด้านความยั่งยืนและจัดให้มีการพิจารณารางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืนยอดเยี่ยม (SET Sustainability Awards) หรือการประเมินข้อมูลเพื่อใช้ในการจัดทำรายชื่อ “หุ้นยั่งยืน” เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีแก่บริษัทจดทะเบียนอื่นๆ นี้เป็นตัวอย่างที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา

ถัดมาเป็นการให้แนวทางการวางแผนการการตลาดเพื่อความยั่งยืน (Department Level), การรวบรวมกรณีศึกษาการตลาดเพื่อการยั่งยืน (Department Level) ส่วนสุดท้ายของบทนี้คือการนำเสนอกรณีศึกษางานวิจัยเพื่อความยั่งยืน บทสรุปซึ่งเน้นถึงถึงวิธีการและแนวทางเพื่อนำไปปฏิบัติหรือปรับใช้ให้ประสบผลสำเร็จรวมถึงคำถามท้ายบท เช่นให้ยกตัวอย่างตัวชี้วัดที่เหมาะสมในการประเมินผลแผนการตลาดเพื่อความยั่งยืนพร้อมอธิบายเหตุผล เป็นต้น ในบทนี้เริ่มมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวเลข ดังนั้นผู้อ่านจึงควรมีพื้นฐานในเรื่องสถิติหรือการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย

บทที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคด้านความยั่งยืน

ในส่วนที่ 3 ผู้เขียนได้รวบรวมความหมายและจุดเริ่มต้นของแนวคิดพฤติกรรมการบริโภคด้านความยั่งยืนจากนักวิชาการและจากหน่วยงานต่าง ๆ ส่วนการแบ่งกลุ่มพฤติกรรมผู้บริโภคด้านความยั่งยืนและกระบวนการเลือกกลุ่มเป้าหมายนั้นผู้เขียนได้จัดหมวดหมู่จากสถาบัน Natural Marketing Institue (NMI) ประเทศสหรัฐอเมริกาและตามความสนใจของ Ottman รวมถึงการแบ่งกลุ่มขององค์กร Roper ถัดไปเป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่มีความยั่งยืน, ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคด้านความยั่งยืนและแบบจำลองพฤติกรรม (การบริโภคด้านความยั่งยืน) สุดท้ายเป็นกรณีศึกษาการตลาดเพื่อความยั่งยืนโดยผู้เขียนได้คัดเลือกกรณีศึกษาของบริษัทที่ได้รับรางวัลและมีความโดดเด่นทางด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืนมาเป็นตัวอย่างและได้นำเสนอกรณีศึกษางานวิจัยด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืน โดยประเด็นที่สำคัญที่ผู้เขียนนำมาสรุปคือรูปแบบในการศึกษาปัจจัยจัยเชิงสาเหตุเพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับผู้บริโภคอย่างยั่งยืนจากแบบจำลองต่างๆ

บทที่ 4 ผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน

ในส่วนที่ 4 ผู้เขียนกล่าวถึงความหมายและลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน หลักการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์และแนวทางการสร้างคุณค่าตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน ในบทนี้ผู้เขียนเน้นถึงแนวทางในการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์จากตราสินค้าอันจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีในตราสินค้า ผู้เขียนได้ออกแบบและกำหนดองค์ประกอบเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานและได้ยกตัวอย่างงานวิจัยและกรณีศึกษา

ไว้อย่างน่าสนใจ

บทที่ 5 ราคาเพื่อความยั่งยืน

ในส่วนที่ 5 ผู้เขียนได้กล่าวความหมายของการกำหนดราคาเพื่อความยั่งยืน แนวคิดพื้นฐานของการกำหนดราคาเพื่อความยั่งยืนและข้อเสนอแนะแนวทางการกำหนดราคาเพื่ความยั่งยืน จนถึงการตลาดในยุคปัจจุบันกรณีศึกษาการตลาดเพื่อความยั่งยืน กรณีศึกษางานวิจัยด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืนผู้เขียนได้อธิบายเป็นตารางและแผนภาพ ทำให้เข้าใจง่าย ส่วนถัดมาเป็นการนำเสนอกรณีศึกษาการตลาดเพื่อความยั่งยืนและกรณีศึกษางานวิจัยด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืน ในส่วนของบทสรุปนั้นผู้เขียนมุ่งไปที่ความสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคมและทางสิ่งแวดล้อมในการกำหนดต้นทุนที่แท้จริงหรือราคาอย่างยั่งยืนโดยใช้หลักจริยธรรมเพื่อให้องค์กรได้มีเป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืน ในส่วนนี้มีข้อดีคือได้ช่วยสร้างธุรกิจต่างๆ ให้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ผู้เขียนยังได้สอดแทรกเกี่ยวกับเรื่องนวัตกรรมใหม่ๆ หรือการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับยุคสมัยนี้อีกด้วย

บทที่ 6 ช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อความยั่งยืน

ในส่วนที่ 6 ผู้เขียนได้อธิบายถึงความหมายของช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อความยั่งยืน การวิเคราะห์ความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานและการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อความยั่งยืน โดยเริ่มเกริ่นตั้งแต่แนวคิดของการตลาดแบบดั้งเดิมจนพัฒนามาถึงการตลาดในยุคปัจจุบันที่มีการให้ความสำคัญในห่วงโซ่อุปทานแบบยั่งยืน (Supply Chain Sustainability) รวมถึงการยกตัวอย่างกรณีศึกษาการตลาดเพื่อความยั่งยืนและกรณีศึกษางานวิจัยด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืน สุดท้ายในบทสรุปยังเกี่ยวข้องกับการกำหนดช่องทางระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมซึ่งได้มีการวิเคราะห์ตามกิจกรรมต่างๆ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับและประยุกต์ใช้ให้ถูกต้องและเหมาะสม

บทที่ 7 การสื่อสารการตลาดเพื่อความยั่งยืน

ในส่วนที่ 7 ผู้เขียนอธิบายถึงความหมายและกระบวนการของการสื่อสารการตลาดเพื่อความยั่งยืน เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อความยั่งยืนและการวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อความยั่งยืน ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษางานวิจัยด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืน นอกจากนี้แล้วผู้เขียนยังได้กล่าวถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อในยุคดิจิตัลซึ่งมีผลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อความยั่งยืน ซึ่งเหมาะอย่างยิ่งในยุคไร้พรมแดนที่ผู้ซื้อสามารถติดต่อกับผู้ขายได้โดยไม่ต้องผ่านคนกลาง ดังนั้นจึงถือเป็นจุดเปลี่ยนขององค์กรในการรับมือในขณะที่องค์กรจำเป็นต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่มิใช่เพื่อแสดงถึงภาพลักษ์แต่ต้องเป็นกิจกรรมที่เกิดจากความจริงใจและตั้งใจจริง จึงจะสามารถเข้าไปนั่งอยู่ในใจผู้บริโภคได้ เช่น การบริหารงานขององค์กร SCG มีการกำหนดกรอบการพัฒนาสู่ความยั่งยืนอย่างเป็นระบบและมีโครงสร้างในการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง นี้เป็นตัวอย่างการสื่อสารการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคมีการรับรู้และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เป็นต้น

บทที่ 8 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมประชากรสู่ความยั่งยืน

ในส่วนที่ 8 ผู้เขียนกล่าวถึงแนวทางการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของประชากรสู่ความยั่งยืนและกระบวนการในการวางแผนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของประชากรสู่ความยั่งยืน เริ่มจาก (1) การวิเคราะห์สถานการณ์ (2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (3) การกำหนดวัตถุประสงค์ (4) การกำหนดกลยุทธ์ (5) การกำหนดงบประมาณและระยะเวลา โดยทั้ง 5 ขั้นตอนนี้ผู้เขียนอธิบายและมีการเชื่อมโยงเนื้อหากับภาพประกอบอย่างละเอียด

ถัดมาเป็นการนำเสนอกรณีศึกษาการตลาดเพื่อความยั่งยืนและกรณีศึกษางานวิจัยด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืน ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างและวิเคราะห์องค์กรที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องคือ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ซึ่งถือว่าเป็นบริษัทที่รักษาอัตราการเติบโตของยอดขายและกำไรสุทธิได้เป็นอย่างดี จะเห็นได้ว่าผู้เขียนพยายามหากรณีศึกษาที่เป็นแบบอย่างให้สอดคล้องตามหัวข้อนั้นๆ ได้อย่างเหมาะสม

บทที่ 9 การตลาดเพื่อสังคมฐานชุมชน

ในส่วนที่ 9 ผู้เขียนอธิบายที่มาและความหมายของแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมฐานชุมชน (Community - Based Social Marketing: CBSM) ที่ถูกพัฒนาให้มี

ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นจากแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) และกระบวนการดำเนินงานการตลาดเพื่อสังคมฐานชุมชน ซึ่งเป็นกลยุทธ์การออกแบบเครื่องมือทางจิตวิทยาเพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Tool of Change) ของ Dr. Dough McKenzie-Mohr ส่วนท้ายเป็นการนำเสนอกรณีศึกษาการตลาดเพื่อความยั่งยืนและกรณีศึกษางานวิจัยด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืน จุดเด่นของเนื้อหาส่วนนี้คือตัวอย่างในนำแผนกลยุทธ์ดังกล่าวมาทดลองใช้ในพื้นที่นำร่อง ทำให้ผู้อ่านสามารถสรุปและวิเคราะห์แบบจำลองได้

บทที่ 10 แนวทางการขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืนในประเทศไทย

ในส่วนที่ 10 ผู้เขียนได้อธิบายถึงองค์ประกอบสำคัญของการขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืนและแนวทางการขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อความยั่งยืนในประเทศไทย โดยนักวิชาการในต่างประเทศส่วนใหญ่ได้มีการกล่าวถึง คือ องค์กรภาครัฐ (Government) องค์กรภาคเอกชน (Business) และประชาชน (People) แต่ผู้เขียนเสนอเพิ่มอีก 2 องค์ประกอบ คือ สถาบันการศึกษา (Educational Institution) และองค์กรสื่อ (Media Organization) รวมเป็น 5 องค์ประกอบ เพราะผู้เขียนมองว่าเป็นกลไกที่ขับเคลื่อนได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการแนะนำองค์กรต่างๆ ให้นำหลักจรรยาบรรและจริยธรรมมาใช้เป็นตัวกำหนดนโยบาย ในส่วนนี้เห็นด้วยกับผู้เขียนเป็นอย่างยิ่งเพราะหากองค์กรสื่อมีการนำเสนออย่างมีจรรยาบรรณก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์และควรรณรงค์หรือส่งเสริมความรู้ต่างๆ ให้แก่บุคลากร นิสิต นักศึกษา นักเรียนในสถาบันการศึกษาทั่วประเทศเพราะจะช่วยให้ทุกคนร่วมมือร่วมใจและปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันอันจะนำมาซึ่งสังคมที่น่าอยู่ของทุกคน

สรุป

เนื้อหาในแต่ละบทมีข้อดีคือ มีเป้าหมายที่สอดคล้องกันอันจะนำไปสู่ความยั่งยืน โดยสิ่งสำคัญที่ผู้เขียนนำมาระบุหรือเป็นตัวบ่งชี้นั้น สามารถส่งผลให้เป็นตัวเร่งในการปรับเปลี่ยนขององค์กรในแต่ละหัวข้อคือ “พฤติกรรมผู้บริโภค” ถือเป็นประเด็นสำคัญมากในศรรตวรรษที่ 21 นี้ ทั้งนี้ยังมีเรื่องเทคโนโลยีและความเป็นโลกาภิวัฒน์รวมถึงการบริหารในองค์กรที่จำเป็นต้องดำเนินการให้เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง ความรู้สึกในขณะที่อ่านก็เสมือนว่าต้องคิดและโต้ตอบอยู่ต่อหน้าผู้รู้จริงทำให้ผู้อ่านได้คิดต่อยอดทางด้านการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์และทันสมัย ดังนั้นหนังสือเล่มนี้จึงเป็นหนังสือที่อ่านสนุกและมีคุณค่ามาก

หนังสือเล่มนี้เหมาะอย่างยิ่งสำหรับนักวิจัย นักวิชาการ นักธุรกิจหรือผู้บริหารในองค์กรและยังเหมาะสำหรับนักลงทุน รวมถึงนักศึกษาและบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจเกี่ยวกับวิวัฒนาการทางด้านการตลาด โดยผู้เขียนได้บอกเล่าถึงประสบการณ์และรวบรวมบทความที่เป็นประโยชน์ ที่สังเกตได้ชัดและถือเป็นข้อดีสำหรับผู้อ่านคือเนื้อหามีข้อมูลที่ครอบคลุมและมีตัวอย่างงานวิจัยทำให้ผู้อ่านสามารถนำมาเปรียบเทียบได้ตั้งแต่อดีต ปัจจุบันและยังส่งผลไปยังมุมมองใหม่ทางการตลาดในอนาคตเพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนและเป็นสากลต่อไป

ใบสมัครสมาชิก

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

☐ สมัครสมาชิกใหม่ ☐ ต่ออายุ

1. ประเภทสมาชิก

1.1 ☐ ประเภท บุคคล

ชื่อ_____ นามสกุล_____ เลขที่สมาชิก_____

1.1.1 บุคลากรภายใน: มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย

☐ นักศึกษา ○ ปริญญาโท ○ ปริญญาเอก

☐ อาจารย์ หรือ ☐ อื่นๆ โปรดระบุ _____

1.1.2 บุคลากรภายนอก: สถาบัน/หน่วยงาน _____

☐ นักศึกษา ○ ปริญญาโท ○ ปริญญาเอก

☐ อาจารย์ หรือ ☐ อื่นๆ โปรดระบุ _____

1.2 ☐ ประเภท หน่วยงาน

2. ที่อยู่ในการจัดส่งวารสาร

เลขที่ _____ หมู่ที่ _____ ตรอก/ซอย _____ ถนน _____

แขวง/ตำบล _____ เขต/อำเภอ _____ จังหวัด _____

รหัสไปรษณีย์ _____ โทรศัพท์ _____ อีเมล์ _____

3. ประเภทการสมัครฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

☐ 1 ปี 3 ฉบับ เป็นเงิน 800 บาท ☐ 2 ปี 6 ฉบับ เป็นเงิน 1,500 บาท

☐ 5 ปี 15 ฉบับ เป็นเงิน 3,500 บาท

หมายเหตุ ค่าสมาชิกรวมค่าจัดส่งแล้ว

ข้าพเจ้าได้ชำระค่าสมาชิก จำนวน_____บาท (_____)

☐ เงินสด

☐ ธนาณัติ (ธนาณัติ ปณ.ธัญบุรี ในนาม มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย)

☐ โอนเงินเข้าบัญชี ○ ธนาคารกรุงเทพ สาขาบิ๊กซี ธัญบุรี บัญชีกระแสรายวัน เลขที่บัญชี 946-3-00392-2

○ ธนาคารกรุงไทย สาขารังสิต-นครนายก คลอง 4 บัญชีกระแสรายวัน เลขที่ 148-6-00715-5

○ ธนาคารกสิกรไทย สาขาคลอง 6 ธัญบุรี บัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 416-2-22712-8

เมื่อโอนแล้ว กรุณาส่งหลักฐานการโอนเงินกลับทาง E-Mail: phimlada@eau.ac.th หรือ Fax 02-577-1053

การออกใบเสร็จ

☐ ไม่ต้องการ ☐ ต้องการ ออกใบเสร็จในนาม _____

ลงชื่อผู้สมัคร _____

(_____)

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ
ชั้น 4 อาคารชวน ชวนิชย์ (ห้อง C423) มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
200 หมู่ 1 ถ.รังสิต-นครนายก ตำบลรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110
(วงเล็บมุมซองด้านขวา "สมาชิกวารสาร EAU")

สำหรับเจ้าหน้าที่

หมายเลขสมาชิก_____ หมายเลขใบเสร็จ_____

ตั้งแต่ฉบับที่_____ ลงชื่อผู้รับสมัคร_____

มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย
เลขที่ 200 หมู่ 1 ถ.รังสิต-นครนายก ต.รังสิต อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12110
โทรศัพท์ : 0-2577-1028 ต่อ 377, 378 โทรสาร : 0-2577-1053
www.eau.ac.th E-mail: eau_heritage@eau.ac.th
http://eauheritage.eau.ac.th/

ปรัชญา | **"ปัญญาเกิดแห่งปัญญา คือ การศึกษาที่กว้างไกล"**
(Wisdom Through Global Education)

วิสัยทัศน์ | **"มหาวิทยาลัยแห่งการเรียนรู้เพื่อคุณภาพและคุณธรรมในเอเชีย"**
(Learning University for Quality and Morality in Asia)