

เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ



คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
เครือข่ายคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

PROCEEDINGS

การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 8 และนานาชาติครั้งที่ 1
"วิทยาการจัดการวิชาการ 2019
การจัดการนวัตกรรมสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน"



8th National and 1st International Conference on Innovative Management Science for Sustainable Society

วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2562
ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

คำนำ

การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 8 และนานาชาติ ครั้งที่ 1 : วิทยาการจัดการวิชาการ 2019 ภายใต้หัวข้อ "การจัดการนวัตกรรมสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน" (8th National and 1st International on Innovative Management for Sustainable Society) ณ อาคารศูนย์ประชุมและนิทรรศการนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ (ย่านมัทรี) อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ จัดขึ้นโดยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ภายใต้เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ นักวิชาการ นักวิจัย คณาจารย์ นิสิตและนักศึกษาทั้งในประเทศและประเทศในภูมิภาคอาเซียน ได้นำผลงานวิจัยและผลงานวิทยานิพนธ์เผยแพร่สู่สาธารณชน โดยผ่านเวทีนำเสนอผลงานวิชาการทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์ต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาให้ข้อเสนอแนะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน รวมถึงเพื่อเปิดโอกาสให้คณาจารย์และนักศึกษาได้สร้างเครือข่ายนักวิจัยกับหน่วยงานต่าง ๆ ในรูปแบบนิทรรศการและการเสวนาทางวิชาการ ตลอดจนเพื่อบ่มเพาะประสบการณ์และทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความก้าวหน้าในการนำเสนอผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการในระดับชาติและนานาชาติ อันจะเป็นประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการทางด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ด้านการบริหารธุรกิจและการจัดการ ด้านการเงินและบัญชี ด้านเศรษฐศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม ด้านนิติศาสตร์ ด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน รวมถึงด้านสหวิทยาการ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความร่วมมือด้านวิชาการและงานวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัย ตลอดจนสาธารณชนในการประยุกต์องค์ความรู้เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างต่อเนื่อง

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceedings) เล่มนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเอกสารประกอบการประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ "วิทยาการจัดการวิชาการ 2019" โดยรวบรวมบทความวิจัยและบทความวิชาการที่ผ่านกระบวนการพิจารณากลั่นกรองจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกคัดเลือกบทความให้นำเสนอในการประชุมวิชาการครั้งนี้ ซึ่งสามารถใช้เป็นแหล่งรวบรวมความรู้และแหล่งอ้างอิงทางวิชาการต่อไป

คณะกรรมการดำเนินการจัดประชุมวิชาการฯ ขอขอบพระคุณคณะกรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ ผู้สนับสนุน นักวิจัย นักวิชาการ นิสิต นักศึกษา ผู้นำเสนอบทความ ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการประชุมทุกท่านมา ณ ที่นี้ การจัดประชุมวิชาการฯ ในครั้งนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าผู้เข้าร่วมประชุมทุกท่านจะได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์และได้รับความรู้ใหม่ที่สามารนำไปใช้ประโยชน์ต่อการทำวิจัยและเสริมสร้างองค์ความรู้ไปที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการสร้างเครือข่ายทางวิชาการในสาขาที่เกี่ยวข้องต่อไป

คณะกรรมการดำเนินการจัดประชุมวิชาการ
วิทยาการจัดการวิชาการ 2019



สารจากอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ เป็นเครือข่ายที่ยังคงสืบสานความร่วมมืออย่างเข้มแข็งในการที่จะมุ่งมั่นพัฒนาและส่งเสริมการทำผลงานทางวิชาการ ซึ่งถือว่ามีความสำคัญ ต่อสถาบันอุดมศึกษาเป็นอย่างมาก ตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาทางเครือข่ายได้ร่วมกันจัดงานประชุมวิชาการอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นโอกาส ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์การทำผลงานวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานวิจัยให้มีคุณภาพที่ ดีขึ้นในระดับเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ไปจนถึงงานวิจัยระดับประเทศ

โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๘ และนานาชาติ ครั้งที่ ๑ “วิทยาการจัดการ ๒๐๑๙ : การจัดการนวัตกรรมสู่การ พัฒนาสังคมที่ยั่งยืน” ซึ่งทางเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือได้ร่วมมือกันจัดขึ้นในวันศุกร์ที่ ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ ณ ศูนย์ประชุม และนิทรรศการนานาชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ (ย่านมัทรี) อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ให้กับนักวิจัย อาจารย์และนักศึกษาของสถาบันเครือข่ายและมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ มีความยินดีอย่างยิ่งที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการจัด โครงการและพร้อมให้ความร่วมมือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงวิชาการ รวมไปถึงการพัฒนาเชิงปฏิบัติการในทุก ๆ กิจกรรม ทั้งนี้หวังเป็นอย่าง ยิ่งว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จะเป็นอีกหนึ่งแรงที่ช่วยขับเคลื่อน ผลักดันให้โครงการเดินหน้าต่อไปเพื่อการพัฒนางานวิจัยให้ก้าว ทันการเปลี่ยนแปลงตามมาตรฐานของแนวทางการศึกษาไทยและต่างประเทศทั่วโลก

ด้วยความเข้มแข็งและความมุ่งมั่นของเครือข่าย ทำให้เกิดความเชื่อมั่นได้ว่าการจัดการประชุมในครั้งนี้ จะสามารถดำเนินการและ พัฒนาโครงการที่เป็นประโยชน์อีกมากมายให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างยั่งยืนสืบไป

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญญัติ ชำนาญกิจ)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์



สารจากอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการระหว่างคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ 8 แห่ง ถือเป็นเครือข่ายความร่วมมืออันจะก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านวิชาการ การเรียนการสอนและการวิจัยให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกและการแข่งขันทางการศึกษา อาทิ การจัดงานวิชาการระดับชาติ การจัดกิจกรรมด้านการสร้างองค์ความรู้ในการวิจัย การประกันคุณภาพ และการจัดกิจกรรมการอบรมอาจารย์ผู้สอนเพื่อพัฒนาทางด้านวิชาการเรียนการสอน การสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์และสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้กับคณาจารย์ บุคลากรและนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ อันจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสำคัญของสถาบันอุดมศึกษาทั้งในด้าน สอน บริการวิชาการ การวิจัยและการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม อันเป็นงานที่ยิ่งใหญ่ของสถาบันอุดมศึกษาทุกแห่ง

การจัดโครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 และนานาชาติ ครั้งที่ 1 “วิทยาการจัดการ 2019 : การจัดการนวัตกรรมสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน” มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้คณาจารย์ นักวิจัย/นักศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนได้นำเสนอผลงานวิจัย ผลงานวิชาการ และเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่สาธารณชน อีกทั้งเป็นเวทีทางด้านวิชาการในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดเห็น ประสบการณ์ด้านการวิจัยระหว่าง คณาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษาและผู้สนใจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่มีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่มีส่วนร่วมในการสร้างเครือข่ายนักวิจัยกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ การนำเสนอผลงานวิจัย ผลงานทางวิชาการทั้งภาคบรรยายและโปสเตอร์ การจัดนิทรรศการและการเสวนาทางวิชาการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่หวังเป็นอย่างยิ่งว่าเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ ระหว่างคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ 8 แห่งจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและคุณภาพการเรียนการสอน การวิจัย ให้ทัดเทียมกับสถาบันการศึกษาอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ช่วยเตรียมความพร้อม ช่วยเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันเสรีทางการศึกษาต่อไป

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ ธรรมไชย)

รักษาราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



สารจากอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

เนื่องจากการวิจัยเป็นพื้นฐานสำคัญของการแสวงหาองค์ความรู้เพื่อรับใช้และพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ซึ่งมีปรัชญาในการจัดการศึกษามุ่งเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นจึงมุ่งส่งเสริมให้คณะวิชาต่างๆ จัดกิจกรรมทางวิชาการ และการวิจัยที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพคณาจารย์และบัณฑิตในสาขาวิชานั้นๆ ดังเช่นโครงการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๘ และนานาชาติครั้งที่ ๑ “วิทยาการจัดการวิชาการ ๒๐๑๙ : การจัดการนวัตกรรมสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน” ที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ร่วมกับเครือข่ายความร่วมมือคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ร่วมกันเป็นเจ้าภาพในครั้งนี้

ขอแสดงความยินดีและชื่นชมเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ที่ตระหนักถึงความสำคัญของการเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการและมีความร่วมมือกันทางวิชาการอย่างยั่งยืนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการจัดงานในครั้งนี้จะประสบผลสำเร็จด้วยดี และมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาบุคลากรของสถาบันอุดมศึกษา สามารถเพิ่มพูนศักยภาพในการสร้างสรรค์และพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งนำไปสู่การประยุกต์ใช้องค์ความรู้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคม ประเทศชาติ และอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงต่อไป

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง)
 อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



สารจากอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

การส่งเสริมและการสร้างแรงผลักดันทางด้านวิชาการให้กับคณาจารย์ นักวิจัย และนักศึกษานั้น เป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง เพราะคือสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความสามารถ และศักยภาพของบุคลากรในหน่วยงาน ในขณะที่องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยี ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยต้องได้รับโอกาสให้นำเสนอและเผยแพร่ผลงานที่ได้สู่สาธารณชน การจัดโครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 และนานาชาติ ครั้งที่ 1 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2019 : การจัดการนวัตกรรมสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน” ซึ่งเกิดขึ้นจากความร่วมมือของเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ จึงเป็นเวทีที่ช่วยส่งเสริมให้คณาจารย์ นักวิจัย และนักศึกษา ได้มีส่วนร่วมในการนำผลงานวิจัย ผลงานวิชาการ และมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ร่วมกัน อีกทั้งยังเป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศและภาคีเครือข่ายต่างๆ เพื่อนำเอาผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยไปใช้ในการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติตามพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ในนามของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ขอแสดงความชื่นชมยินดีกับคณะกรรมการดำเนินงาน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ โดยเฉพาะคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ซึ่งเป็นเจ้าภาพหลัก และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่ดำเนินการจัดการประชุมวิชาการในครั้งนี้ ขออำนวยการอำนวยพรให้การจัดการประชุมวิชาการครั้งนี้ประสบความสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์ในการจัดงานทุกประการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ สายธนู)

อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง



สารจากอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือได้จัดโครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 และนานาชาติ ครั้งที่ 1 ภายใต้หัวข้อ “วิทยาการจัดการวิชาการ 2019 : การจัดการนวัตกรรมสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน” เป็นการประชุมเพื่อส่งเสริมให้คณาจารย์นักวิจัย/นักศึกษา ทั้งภาครัฐและเอกชนได้นำเสนอผลงานวิจัย ผลงานวิชาการ และเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่สาธารณชน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ทั้งด้านการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการและการพัฒนานักศึกษา รวมถึงการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม อันเป็นพันธกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษา การจัดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งนี้เป็นกิจกรรมทางวิชาการ ที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการจะยืนอยู่บนเวทีโลกอย่างเข้มแข็งทั้งในมิติ ด้านเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาที่ยั่งยืน การปรับเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมสู่การทำนวัตกรรมเป็นเรื่องที่จำเป็น โดยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน พบว่าขณะนี้การใช้เทคโนโลยีที่คิดค้นเองในประเทศเพิ่งเริ่มต้น จึงต้องมีการเร่งกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในด้านการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและการบริหารจัดการภายใต้แนวคิดและรูปแบบใหม่ ทั้งในภาคอุตสาหกรรมและระดับท้องถิ่น โดยสร้างให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมจำนวนมากพอที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้อย่างรวดเร็ว

ในนามอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งนี้ จะเป็นอีกหนึ่งเวทีที่เปิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดเห็น ประสบการณ์ทางด้านวิชาการ ด้านการวิจัยใหม่ๆ ระหว่าง คณาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษา และผู้สนใจ และสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์และพัฒนาต่อยอด เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการรองรับนโยบาย Thailand 4.0 ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงเป็นการสร้างเครือข่ายนักวิจัยกับหน่วยงานต่างๆ ภายในประเทศและต่างประเทศ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุวารีย์ วงศ์วัฒนา)

รักษาราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม



สารจากอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

สังคมยุคการสื่อสารไร้พรมแดน มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อการบริหารจัดการและพัฒนาองค์กรที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการตลอดเวลา จึงจะทันกับการเปลี่ยนแปลง และบรรลุเป้าประสงค์ขององค์กร

ปัจจุบันศาสตร์ในการบริหารได้เปลี่ยนไป แต่เดิมเคยใช้หลักการบริหารจัดการเชิงเดี่ยว ใช้ทรัพยากรภายในองค์กรเป็นหลัก องค์กรได้มีทรัพยากรมากกว่าก็จะได้เปรียบในการแข่งขัน แต่วันนี้ทรัพยากรภายในเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนการบริหารจัดการเท่านั้น จำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรจากภายนอกเป็นจำนวนมากที่องค์กรจะต้องพิจารณาและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อการพัฒนา สังคมที่ซับซ้อน ผกผันและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา บางเรื่องไม่สามารถพยากรณ์ได้ชัดเจน จำเป็นต้องใช้ศาสตร์ข้อเท็จจริงให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการแสวงหาความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารจัดการ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่ ทันสมัย สามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิผลและประสิทธิผลและความยั่งยืนขององค์กร

การประชุมวิชาการระดับชาติของเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ เป็นกิจกรรมที่จะช่วยสร้างเสริมให้อาจารย์และนักศึกษาได้เสนอผลงานวิจัยที่จะนำไปต่อยอดเชิงธุรกิจและพัฒนาชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเป็นเวทีของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างเครือข่าย อันจะก่อให้เกิดต้นทุนทางการวิจัยที่จะขยายผลไปสู่งานวิจัยที่เกิดมูลค่าทางวิชาการยิ่งขึ้น

เครือข่ายเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการทำงานเชิงวิชาการ ขอให้มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือได้รักษาสิ่งที่มีคุณค่านี้ไว้ และเชื่อว่าจะเป็นฐานที่จะเสริมสร้างความเข้มแข็งและความร่วมมือทางวิชาการที่จะก่อประโยชน์แก่สังคมตลอดไป ขอให้การจัดงานครั้งนี้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายทุกประการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เรืองเดช วงศ์หล้า)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์



สารจากอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ในนามมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ขอแสดงความชื่นชมและยินดีเป็นอย่างยิ่งที่เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ได้ร่วมมือกันจัดประชุมวิชาการระดับชาติในครั้งนี้ นับเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะการสร้างเครือข่ายทางด้านวิชาการ นอกจากจะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการแล้วยังเป็นโอกาสที่ดี ที่สมาชิกเครือข่ายจะทำงานร่วมกันโดยใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2019 : การจัดการนวัตกรรมสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน” จึงเป็นเวทีหนึ่งที่เปิดโอกาสให้กับอาจารย์ นักวิจัย และนักศึกษา ได้แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และความคิดเห็นซึ่งกันและกัน อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านวิชาการ งานวิจัย นวัตกรรม และความร่วมมือด้านอื่นๆ เพื่อนำองค์ความรู้มาพัฒนาท้องถิ่นและประเทศชาติให้มีความเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลก

ขอขอบคุณและเป็นกำลังใจกับทุกท่าน ทุกหน่วยงาน ที่ทำให้เกิดความร่วมมือทางวิชาการในครั้งนี้ ผมมีความเชื่อมั่นว่าการจัดกิจกรรมครั้งนี้ จะทำให้คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือของเรา มีความแข็งแกร่งทางด้านการจัดการ นวัตกรรมสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ วงษ์บุญมาก)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร



สารจากอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๘ และนานาชาติ ครั้งที่ ๑ “วิทยาการจัดการวิชาการ ๒๐๑๙ : การจัดการนวัตกรรมสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน” ที่ร่วมมือกันจัดขึ้นในวันศุกร์ที่ ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ ณ ศูนย์ประชุมและนิทรรศการนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา ทั้งภาครัฐและเอกชนได้นำเสนอผลงานวิจัย ผลงานวิชาการ และเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่สาธารณชน อีกทั้งเป็นเวทีทางด้านวิชาการในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดเห็น ประสบการณ์ด้านการวิจัย รวมถึงเป็นการสร้างเครือข่ายนักวิจัยกับหน่วยงานต่างๆภายในประเทศ และต่างประเทศ โดยมีรูปแบบการประชุมประกอบด้วยการนำเสนอผลงานวิจัย ผลงานวิชาการทั้งภาคบรรยายและโปสเตอร์ รวมถึงการพัฒนาเชิงปฏิบัติการถือว่าเป็นโครงการที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง

ด้วยความร่วมมือของเครือข่ายทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการประชุมในครั้งนี้ ซึ่งมีประโยชน์ต่อการพัฒนาโครงการต่างๆมากมาย ในโอกาสนี้ขอขอบคุณและชื่นชมในความร่วมมือของเครือข่ายทางวิชาการภาคเหนือ ที่ก่อให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนที่ยิ่งใหญ่ต่อไป

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยูร ลิ้มสุข)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์



สารจากประธานเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

จากการลงนามความร่วมมือทางวิชาการร่วมกัน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือทั้ง 8 สถาบัน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการ การวิจัย การบริการวิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และการพัฒนานักศึกษา ซึ่งเป็นพันธกิจหลักของคณะและมหาวิทยาลัย ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมในเครือข่าย ตลอดจนก่อให้เกิดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ทั้งด้านการสอนในระหว่างสถาบันของเครือข่าย

เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ได้จัดกิจกรรมการประชุมทางวิชาการระดับชาติทุก ๆ ปี โดยได้มีการหมุนเวียนกันเพื่อเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมฯ ซึ่งครั้งนี้เป็นครั้งที่ 8 โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์เป็นเจ้าภาพในการดำเนินงาน "8th National and 1st International Conference on Innovative Management Science for Sustainable Society" เพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ด้านการวิจัยและการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นักศึกษาและผู้สนใจทั้งในเครือข่ายและมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ

ในนามของประธานเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ขอขอบคุณ นักวิจัย นักวิชาการจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เข้าร่วมประชุมนำเสนอผลงานทางวิชาการ ขอขอบคุณเจ้าภาพ ผู้ประสานงานและผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการประชุมครั้งนี้ ที่ได้มีส่วนในการขับเคลื่อนกิจกรรมทางวิชาการที่จะเป็นโยชน์ในการพัฒนางานวิชาการและสังคม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายทางด้านวิชาการ วิชาชีพ ซึ่งจะส่งต่อมาตรฐานคุณภาพการศึกษาของของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ และสถาบันอุดมศึกษาของไทยให้มีความเข้มแข็งต่อไป

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริวัฒน์ ชมระกา)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์
และประธานเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

รายนามคณะที่ปรึกษา
การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ
8th National and 1st International Conference
on Innovative Management Science

#####

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญญัติ ชำนาญกิจ	อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ วงษ์บุญมาก	อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวารีย์ วงศ์วัฒนา	รักษาการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยูร ลิ้มสุข	อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เรืองเดช วงศ์หล้า	อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
รองศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ สายธนู	อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ ธรรมไชย	รักษาการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง	อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายนามคณะกรรมการอำนวยการ
(คณบดีคณะวิทยาการจัดการ)

#####

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานิตย์ สิงห์ทองชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิราวัฒน์ ชมระกา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เดชวิทย์ นิลวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลดำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ จิตติยาปราโมทย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เส็งพานิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ การันต์ เจริญสุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
อาจารย์ ดร.ปาณิสรา คงปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

รายนามคณะกรรมการดำเนินงาน
การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ
8th National and 1st International Conference
on Innovative Management Science

#####

รองศาสตราจารย์ ดร.วาริพิน มงคลสมัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ บุญอนันต์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ บุญอนันต์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศรา เหล่าบำรุง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิราช รัตนันต์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จารุวรรณ ขอบประดิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลักขมี งามมีศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาลินี อินทพิบูลย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรียานันท์ โพธิ์ศิริวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มนตรี ไชยานุกุลกิตติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิตยา ชนินทยุทวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรอำไพ สุขารมณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กาญจนา สดับธรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มยุรี บุญโต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชลอรรัตน์ ศิริเขตรกรณ์
อาจารย์ ดร.วรวิทย์ พัฒนาอิทธิกุล
อาจารย์ ดร.สุวัช พัทธ์ทิม
อาจารย์ ดร.พิมรา ทองแสง
อาจารย์ ดร.ธิตยา ทองเกิน
อาจารย์ ดร.วิสุทธิ์ สุขบำรุง
อาจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ ปัญญา
อาจารย์นันท์ภาค ธนาอภิรินทร์
อาจารย์เอ็ม สายคำห่อ

อาจารย์ปยุตทริกา สุขนรสิงห์
อาจารย์นราธิป ภัคดีจันทร์
อาจารย์เฉลิมเกียรติ ปรัชญาพันธ์
อาจารย์จิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์
อาจารย์มัลลิกา ภูมธน
อาจารย์รติบดี สิทธิปัญญา
อาจารย์จิรพร จรบบุรี
อาจารย์ภูริพัศ เหมือนทอง
อาจารย์พงษ์ทอง เฮครอฟท์
อาจารย์อธิกัญญา แพร่ต่วน
อาจารย์สิริกาญจน์ สิงห์ทองชัย
อาจารย์ลภภา แผนสุวรรณ
อาจารย์สุเมธ พิสิท
ปราถนา เจียมจตุรงค์
หิรัญ ศรีพินทุสร
ดาริน จันทร์อร่าม
สุภารัตน์ โพธิ์จำปา
สุกัญญา กัดเขยดี
ลักขณา ยิ้มจำรัส
ภาณุวัตร์ แต่งนวลจันทร์
จำเนียร เกิดสวัสดิ์
วรรณกานต์ สุขประเสริฐ
พิกุล แก้วแดง
จิราพร เชิญขวัญ
วรวิวี บุญสิน

คณะกรรมการประเมินคุณภาพบทความภายนอก
การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ
8th National and 1st International Conference
on Innovative Management Science

Professor. Dr. Ted Liu	National Pingtung University, Taiwan
Dr.Mean Sothy	University of South-East Asia, Cambodia
Thilani Lavanga Navaratne	University of Sri Jayewardenepura, Sri Lanka
Lim Hui Ling	National University of Singapore, Singapore
Dr.Zhang Huaging	Fuqing branch of Fujian Normal University, China
Dr.Natworadee Kanittinsutitong	Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand
Asst.Prof.Dr.Rujira	National Institute of Development Administration Rojjanaprapayon (NIDA), Thailand
Dr.Kulabutr Komenkul	Rangsit University International College, Thailand
รองศาสตราจารย์ ดร.แสงจันทร์ กันตะบุตร	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏช์ กุฬิสร์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.ดุขฎิ โยเหลา	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ผจงค์ศักดิ์ หมวดสง	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ชูศรี วงศ์รัตน์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัคระวณิชชา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์ ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์ ดร.พนัชกร สิมะขจรบุญ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์ ดร.ระชานนท์ ทวีผล	มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์ ดร.นิธิกร ม่วงสรเชียว	มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์ ดร.วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ชัย คงจันทร์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.รักษานต์ วิวัฒน์สินอุดม	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ สุพัตรา บุญมาก	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.จินดา ชันทอง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภพล ร่มโพธิ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.แก้วตา ผู้พัฒน์พงษ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ สุขจิตต์ ณ นคร	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล กฤษศยาสา	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
อาจารย์ ดร.รุจิภาณุจันต์ สานนท์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิสร่า พงศ์ยี่หล้า	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ ดร.องอาจ นัยพัฒน์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิทธิพัทธ์ สุวพันธ์พรกุล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ ลังกา	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ บัวชุม	มหาวิทยาลัยรังสิต
อาจารย์ ดร.พันธุ์ปิติ โพธิ์วิจิตร	มหาวิทยาลัยรังสิต
รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐจวน ประวัติเมือง	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพงษ์ นิ้มเกิดผล	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประศาสตร์ นิยม	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อาจารย์ ดร.ชลภััสสรณ์ สิทธิวงค์ชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.สาคร กล้าหาญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนิตา ภูแดง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วนิดา เพิ่มศิริ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรา รัตน์นา	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริพัฒน์ เสวิกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารารัตน์ สุขแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.वासुภาญ์ งามโฉม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักรระกีย์ วรรณนะปริญญา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประนอม อุกฤษดิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
อาจารย์ ดร.ณฐา เศวตนรากุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ จิตติมา อัครธิตีพงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
รองศาสตราจารย์ ปราณี ต้นประยูร	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
รองศาสตราจารย์ ดร.สายตา บุญโฉม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
อาจารย์ ดร.ระบิล พันภัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
อาจารย์ ดร.ภาสพิชญ์ ชูใจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญณา ดิษฐ์แก้ว
 รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณธ สแสงมณี
 อาจารย์ ดร.เจษฎา สิงห์ทองชัย
 อาจารย์ ดร.ไพชยนต์ คงไชย
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภกฤษฎี นวัฒน์กุล
 รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยนัฐ โชติวณิช
 อาจารย์ ดร.พงศ์สุภา เฉลิมกลิ่น
 รองศาสตราจารย์ เสาวภา มีถาวรกุล
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิราภรณ์ พักจันทร์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยรัตน์ จุสปาโล
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิพัฒน์ โพธิ์วิจิตร
 รองศาสตราจารย์ ดร.นันทา สุรักษา
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล
 อาจารย์ ดร.ปริญา นาคปฐม
 อาจารย์ ดร.วศิษฐ์ พรหมบุตร
 อาจารย์ ดร.ก้องเกียรติ บุรณะศรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
 มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
 มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
 มหาวิทยาลัยบูรพา
 นักวิชาการอิสระ
 นักวิชาการอิสระ

คณะกรรมการประเมินคุณภาพบทความภายใน
การประชุมวิชาการระดับชาตินานาชาติ
8th National and 1st International Conference
on Innovative Management Science

รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูริย์ อินตะขัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.ปองปรารณ สุนทรเภสัช	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ ฐิตยาปราโมทย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
อาจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ ปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลดำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กษิติศ ใจผาวัง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวัดน์ ชมระกา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิงดาว จินดาเทวิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
อาจารย์ ดร.วิสุทธ์ สุขบำรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
อาจารย์ ดร.สุทธิรัตน์ พลอยบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจรรย์ ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานิสรา จรัสวิญญู	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรมา บุตุลีทา	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาลี ตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พชรไพ ประภัสสร	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ บุญอนันท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
รองศาสตราจารย์ ดร.พัชราภา สิงห์ชนสาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา ชันกลีกรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพร ประสมทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิราช รัตนันต์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลักษมี งามมีศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี ตปนียวรงค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศรา เหล่าบำรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชลอรรัตน์ ศิริเขตรกรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์



8th National and 1st International Conference on Innovative Management Science for Sustainable Society

การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 8 และนานาชาติ ครั้งที่ 1
วิทยาการจัดการวิชาการ 2019 “การจัดการนวัตกรรมสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน”
ในวันศุกร์ที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เวลา 8.30 – 17.30 น.
ณ ศูนย์ประชุมนิทรรศการนานาชาติ (ย่านมัทรี) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

#####

รายชื่อผลงานวิชาการนำเสนอรูปแบบบรรยาย

กลุ่มที่ 1 ผลงานวิชาการ "บริหารธุรกิจและการจัดการ"		
ผู้วิพากษ์ 1. รศ.ดร.ปจวริย์ ผลประเสริฐ 2. ผศ.ดร.กัญฐณา ดิษฐ์แก้ว		
ผู้ดำเนินรายการ อาจารย์นวพร ละม้ายศรี		
1	กษิติศ ใจผาวัง และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	ศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลในการสร้างแนวทางการยกระดับความสามารถของเกษตรกรในการเป็นเกษตรกรปราดเปรี๊อง NANGLAE PINEAPPLE'S FARMERS POTENTIAL MEASUREMENT FOR PROMOTE TO BE A SMART FARMERS
2	กักรภัทร กักคีรี และคณะ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	ทำไมรูปแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจึงจำเป็นสำหรับนักการตลาดในยุคดิจิทัล WHY MARKETER NEED CUSTOMER JOURNEY IN DIGITAL ERA
3	บุญसान ทะระทีก และ กัญญามน กาญจนาวีกุล มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล THE SERVICE QUALITY OF HOSPITAL CLINIC IN BANGKOK AND VICINTY.
4	จิตติพันธ์ ชิวรุ่งโรจน์ และ ธนาชัย สุขวณิช มหาวิทยาลัยเกริก	ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร THE EFFICENCY OF THE CIVIL SERVICE OFFICE OF DON-MUANG, BANGKOK.
5	ปัทมา ทิมาสรวิซกิจ และ ธนาชัย สุขวณิช มหาวิทยาลัยเกริก	คุณภาพชีวิตของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด QUALITY OF WORK LIFE EMPLOYEES SOMAX SYNDICATES CO., LTD.

6	อนุรักษ์ อารมณ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	รูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชนของผู้ซื้อใน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก THE MARKETING STRATEGY MODEL EFFECTING TO INTENTION TO BUY OF FIGHTING COCK OF BUYER IN MUANG DISTRICT PHITSANULOK PROVINCE
7	เดชา สีดูกา และ รุ่งนภา อริยะพลปัญญา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	การประเมินความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการ สมรรถนะขององค์กรหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนใน ธุรกิจโรงแรม ตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ASSESSING THE AVAILABILITY IN COMPETENCY MANAGEMENT OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AFTER THE ASIAN ECONOMIC COMMUNITY IN THE HOTEL BUSINESS IN PATONG, PHUKET
8	สุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	แนวทางการพัฒนาตลาดผ้าทอไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟ ชบุ๊ก : กรณีศึกษา กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัด เชียงราย GUIDELINES FOR DEVELOPING TAI-LUE WOVEN TEXTILE MARKETS THROUGH FACEBOOK : A CASE STUDY OF SRI DON CHAI WEAVING WOMAN GROUP IN CHIANG KHONG, CHIANG RAI PROVINCE.
กลุ่มที่ 2 ผลงานวิชาการ "มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 1" ผู้วิพากษ์ 1. รศ.ดร.พัชรภา สິงห์ธนสาร 2. ผศ.ดร.ดารารัตน์ สุขแก้ว ผู้ดำเนินรายการ อาจารย์จิรพร จรบบุรี		
1	สิริพัฒน์ เสวีกุล มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงโครงสร้างของความพึงพอใจในการ ทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กับ ประสิทธิภาพใน การทำงานของตัวแทนขายบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง THE CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS OF JOB SATISFACTION, ORGANIZATION CITIZENSHIP BEHAVIOR AND JOB PERFORMANCE OF SALE STAFF IN AN INSURANCE COMPANY
2	กันต์กนิษฐ์ จุรัตน์ และ วาสนา จรูญศรีโชติกำจร มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร วิทยาเขต แม่สอด	แนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก DEVELOPING GUIDELINES FOR UNDERSTANDING OF PERSONAL INCOME TAX IN MEASOT DISTRICT, TAK PROVINCE
3	กัลยานี ภาคอด และคณะ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช	ผลตอบแทนวันแรกของหลักทรัพย์ที่ออกจำหน่ายแก่ประชาชนเป็นครั้ง แรกในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ THE FIRST DAY RETURNS OF INITIAL PUBLIC OFFERINGS IN THE MARKET FOR ALTERNATIVE INVESTMENT

4	ณิชชา กิตติพงษ์สถาพร และ ผศ.ดร.ธนาชัย สุขวณิช มหาวิทยาลัยเกริก	ความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขา พาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ CUSTOMER OPINION OF KIATNAKIN BANK PUBLIC COMPANY LIMITED, PARADISE PARK BRANCH TOWARDS USE WITH PROMPTPAY
5	ภัทศา ลิ้มพานิชภักดิ์ และ กิริยา กุลกลการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	บทบาทของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือสัญชาติเมียนมา ลาว และกัมพูชาในประเทศไทย THE CHARACTER OF BURMESE LAO AND CAMBODIAN UNSKILL FOREIGN WORKERS EMPLOYMENT AGENCY IN THAILAND
6	นवल ลีเจริญ และ ชวนชื่น อัครกะวณิชชา มหาวิทยาลัยศิลปากร	ปัจจัยที่มีอิทธิพลประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคาร ออมสิน สำนักงานใหญ่ ANTECEDENTS AND CONSEQUENCE OF JOB SATISFACTION OF EMPLOYEE IN GOVERNMENT SAVINGS BANK (HEADQUARTER)
7	พิมพ์พิศา พรหมมา และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีวิชัย	ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อหลักความ ระมัดระวังทางการบัญชี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ประเทศไทย (SET 50) THE RELATIONSHIP BETWEEN GOOD CORPORATE GOVERNANCE AND CONSERVATISM OF LISTED COMPANIES IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND (SET 50)

กลุ่มที่ 3 ผลงานวิชาการ "มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 2"

ผู้วิพากษ์ 1. รศ.ดร.กฤษฎา ชันกลีกรรม 2. ผศ.ดร.ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ

ผู้ดำเนินรายการ ผศ.จารูวรรณ ชอบประดิษฐ์

1	สิทธิ วงศ์ทองคำ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม	แนวทางการพัฒนาทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรมชุมชนริมคลองบางหลวง THE MARKETING DEVELOPMENT OF ECOTOURISM CULTURAL ATTRACTIONS IN KLONG BANG LUANG COMMUNITY
2	อุษา บุญถิ้อ และคณะ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	ความสัมพันธ์ระหว่างความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการใช้ โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มคน วัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร THE STUDY OF CONSUMER INNOVATIVENESS AND FINANCIAL APPLICATION/INTERNET BANKING CONSUMER BEHAVIOR OF WORKING PEOPLE IN BANGKOK AREA

3	<p>รัชนีวรรณ บุญอนันต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร</p>	<p>การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนจากการบูรณาการประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส อำเภอรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ DEVELOPMENT OF COMMUNITY TOURISM FROM THE INTEGRATION OF HISTORY AND CULTURE OF KHAO KHIRIS COMMUNITY, PHRANKRATAI DISTRICT, KHAMPANGPHET PROVINCE TO CREATIVE TOURISM</p>
4	<p>ปิยเมธ โอภาสกิจ และ ธนาชัย สุขวณิช มหาวิทยาลัยเกริก</p>	<p>พฤติกรรมของเยาวชนที่มีต่อการเล่นเกม E-Sport ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร THE BEHAVIOR OF YOUTH TO PLAYING E-SPORT IN BANGKOK</p>
5	<p>วรารงค์ งามบุตร มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร</p>	<p>แนวทางพัฒนาคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก DEVELOPING GUIDELINE FOR THE ACCOUNTANTS AS THE NEED OF THE ENTREPRENEUR IN MAESOT DISTRICT, TAK PROVINCE</p>
6	<p>ธีรภัทร ดีเอม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์</p>	<p>ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยวสิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ THE EXPECTATIONS AND PERCEPTIONS OF TOURISTS ON THE QUALITY OF TRAM SERVICE, FOURTEEN IMPRESSIVE POINTS SIGHTSEEING IN PHETCHABUN</p>
7	<p>ศุภรัตน์ แก้วเสริม และ เอ็ม สายคำหน่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์</p>	<p>สำรวจความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้ป่วยสูงอายุ กรณีศึกษา อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดเพชรบูรณ์ SURVEY ON NEEDS IN THE APPLICATION OF NUTRITION COUNSELING SYSTEM FOR ELDERLY PATIENTS A CASE STUDY OF LOM KAO DISTRICT, PHETCHABUN PROVINCE.</p>
8	<p>ปวีณา ลีตระกูล และ ณัฐกิตติ์ เฮงตระกูล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย</p>	<p>รูปแบบการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติ HISTORICAL TOURISM MARKETING COMMUNICATION MODEL CHIANG SAEN DISTRICT, CHIANG RAI PROVINCE FOR FOREIGN ELDERLY TOURISTS</p>
9	<p>วไลพร ชายน้อย และ ปวีณา ลีตระกูล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย</p>	<p>การศึกษาบริบทและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน ในเขตอำเภอฟาน จังหวัดเชียงราย CONTEXT AND PATTERN OF COMMUNITY BASED HEALTH TOURISM IN PHAN DISTRICT, CHIANGRAI PROVINCE</p>

กลุ่มที่ 4 ผลงานวิชาการ "สหวิทยาการ"

ผู้วิพากษ์ 1. รศ.ดร.วาริพิน มงคลสมัย 2. ผศ.ดร.อิรวาวัฒน์ ชมระกา

ผู้ดำเนินรายการ อาจารย์มัณฑนา สุทธิสารสุนทร

1	ตุลาพร จันทร์ทวี และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	รูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉย อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ THE MANAGEMENT MODEL OF PARTICIPATORY WASTE OF WAT MAE CHOEL SCHOOL, MUEANG DISTRICT, UTTARADIT PROVINCE
2	คุณัญญา เบญจวรรณ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนบ้านเขาวังเยียม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร DEVELOPMENT LEARNING CENTER FOR COMMUNITY FOREST ECONOMY KHAO WANG YIAM NA BO KHAM SUB-DISTRICT MUANG DISTRICT KAMPHAENGPHEH PROVINCE.
3	มานพ สงสุรินทร์ และ ธนาชัย สุขวณิช มหาวิทยาลัยเกริก	คุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร QUALITY OF SERVICE CIVIL DEPARTMENT BANG PHLAT DISTRICT OFFICE BANGKOK
4	ดรัลพร วงษ์โคกสูง และ ธนาชัย สุขวณิช มหาวิทยาลัยเกริก	ความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานขายของบริษัทเวชสำอาง Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร CUSTOMER SATISFACTION ON YOUR COMPANY EUCERIN COSMECEUTICAL IN AREA BANGKOK
5	บัญญัติ ไหว่อง มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ของนักศึกษา รุ่น 58 FACTORS AFFECTING THE SELECTION OF EDUCATION IN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCES PHUKET RAJABHAT UNIVERSITY'S 58 STUDENTS.
6	ยุทธจักร อดุเจริญ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา ตามความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง DESIRABLE CHARACTERISTICS OF STUDENTS IN THE COOPERATIVE EDUCATION PROGRAM FROM REQUIREMENTS OF INDUSTRIAL ESTABLISHMENTS IN RAYONG
7	สุนิตา นิ่มนวล และคณะ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ - แพร่ เฉลิมพระเกียรติ	พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อกระถางชีวภาพในจังหวัดแพร่ THE CONSUMER BEHAVIOR AFFECTING THE DECISION TO BUY A POTTED PLANT IN PHRAE

กลุ่มที่ 5 ผลงานวิชาการ "International Papers"

ผู้วิพากษ์ 1. Professor Dr.Ted Liu 2. Dr.Mean Sothy

ผู้ดำเนินรายการ Lecturer Punyapha Boontham

1	Chotima Jotikasthira et al. Rajamangala University of Technology Thanyaburi	DOES DIFFERENCE-GENERATION INFLUENCE EMPLOYEE IDENTITY AND PERFORMANCE? A CASE OF MANUFACTURING AND SERVICE COMPANIES IN PATHUM THANI, THAILAND
2	Sarakul Sukortpromme et al. Rajamangala University of Technology Thanyaburi	RELATIONSHIP BETWEEN TECHNOLOGICAL SERVICE QUALITY AND EMPLOYEES' WORK PERFORMANCE: A CASE OF AN ELECTRONICS MANUFACTURING SOLUTIONS PROVIDER LOCATED IN PATHUM THANI, THAILAND
3	Amornrat Santueankaew et al. Naresuan University	DESIRABLE COMPETENCIES STUDY DEVELOPING THE COMPETENCY METHOD FOR GUIDANCE TEACHERS IN SECONDARY SCHOOL UNDER THE OFFICE OF BASIC EDUCATION COMMISSION
4	Pichit Eamsopana Siam University	SALARY DIFFERENCE AMONG CONSULTING ENGINEERS: INFORMATION FROM A TRIAL SURVEY FOCUSING ON REPUTATION OF THE UNIVERSITIES
5	Thatphong Namwat and Suthep Nimsai Chiang Rai Rajabhat University	RISK FACTORS AND STRATEGIC BUSINESS DESIGN FOR THAI FRESH FRUITS EXPORT SUPPLY CHAIN INTO THE UNITED ARAB EMIRATES MARKET
6	Karuna Seechompoo et al. Chiang Rai Rajabhat University	A DEVELOPMENT OF ERGONOMIC PROGRAMME: A CASE STUDY OF ORGANIZATIONS IN CHIANG RAI PROVINCE, THAILAND
7	Ampol Chayomchai and Jane Chantarasupasen Phetchabun Rajabhat University	SOCIAL INTERACTION, STAKEHOLDER SUPPORT AND ENTREPRENEURSHIP AFFECTING INNOVATIVENESS IN THAI COMMUNITY BUSINESSES: A STUDY OF PRACHARAT-BLUE-FLAG PROJECT IN PHETCHABUN PROVINCE



National and 1st International Conference on Innovative Management Science for Sustainable Society

การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 8 และนานาชาติ ครั้งที่ 1
วิทยาการจัดการวิชาการ 2019 “การจัดการนวัตกรรมสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน”

ในวันศุกร์ที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เวลา 8.30 – 17.30 น.

ณ ศูนย์ประชุมนิทรรศการนานาชาติ (ย่านมัทรี) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

#####

รายชื่อผลงานวิชาการนำเสนอรูปแบบโปสเตอร์

กลุ่มที่ 1 ผลงานวิชาการ "บริหารธุรกิจและการจัดการ"		
ผู้วิพากษ์ 1. อาจารย์ ดร.กฤษบุตร โกเมนกุล 2. อาจารย์ ดร.พันธุ์ปิติ โพธิ์วีจิตร		
1	สิริกาญจน์ สิงห์ทองชัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	แนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ GUIDELINE TO IMPROVE THE ELDERLY'S QUALITY OF LIFE FOR MUANG DISTRICT, NAKHON SAWAN PROVINCE
2	ธิดิยา ทองเกิน และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์ THE DEVELOPMENT OF CASUAL RELATIONSHIP MODEL OF THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY SATISFACTION, AND RE-VISIT OF PASSENGERS IS NAKHON SAWAN PROVINCE.
3	ชลาลัย ต้นเทียม และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อร้านหมูกระทะในจังหวัดนครสวรรค์ THE SATISFACTION OF USERS WITH THE BUFFET PORK SHOP IN NAKHON SAWAN PROVINCE.
4	อดิศักดิ์ ชัยมะวงษา และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนครจังหวัดนครสวรรค์ FACTORS AFFECTING THE REPURCHASING BEHAVIOR OF CUSTOMERS IN SRI NAKHON MARKET, NAKHON SAWAN PROVINCE
5	กาญจนา สดับธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	การศึกษาโมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ THE STRATEGIC LEADERSHIP'S ADMINISTRATORS MODEL OF FAMILY BUSINESS IN NAKHON SAWAN PROVINCE

6	จิระพงษ์ ชันเชื่อน และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการ สถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย BEHAVIORS AND MARKETING MIX FACTORS ON CONSUMERS' SERVICES OF THEIR FITNESS CENTERS IN CHIANGRAI MUNICIPALITY
7	เอกวิทย์ อิ่มอนงค์ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมการชมฟุตบอลของ สโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING STRATEGY AND FOOTBALL MATCH WATCHING BEHAVIOR OF CHIANG RAI UNITED FOOTBALL CLUB
8	นพดล โกฎคำลือ และ ประวาลี เอนก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้ บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ MARKETING MIX FACTORS AFFECTING CUSTOMERS' REPURCHASING BEHAVIOR OF MR. PETROLEUM GAS STATION IN HOD DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE
9	รัชนิกร ปัญญา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัด เชียงใหม่ เพื่อการแข่งขันในอาเซียน POTENTIAL AND GUIDELINES FOR DEVELOP IN MARKETING OF CHIANG MAI AGRICULTURAL COMMUNITIES TO COMPETE IN ASEAN
10	วนันญา ตะสุข และ ณัฐกิตติ์ เสงตระกูล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัด เชียงราย CONSUMER BEHAVIORS AND FACTORS AFFECTING BUYING SECOND-HAND MOTORCYCLES OF CONSUMERS IN MAE KHAM SUB-DISTRICT MUNICIPALITY, MAE CHAN DISTRICT, CHIANG RAI PROVINCE
11	ลดาพร เอกพานิช และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัย นเรศวร PERFORMANCE EFFICIENCY OF NARESUAN UNIVERSITY SERVICE STAFF
12	จุฑามาศ เพ็องโชติการ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก BUYING DECISION BEHAVIOR ON FACEBOOK ONLINE OF PEOPLE, MUEANG DISTRICT, PHITSANULOK PROVINCE

13	นิรันดร์ เลิศบรรณนาวงศ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	วิถีทางการตลาดแรงงานนอกระบบ : กรณีศึกษาตลาดนัดและหาบเร่ แผงลอยในจังหวัดนครสวรรค์ MARKETING OF INFORMAL WORKERS : A CASE STUDY OF FLEA MARKET AND HAWKER STALLS IN NAKHON SAWAN PROVINCE.
14	วุฒิชัย นาคบัว และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	คุณภาพที่รับรู้ได้ ความไว้วางใจ และความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อความ ภักดีของลูกค้าในธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูล สงคราม THE INFLUENCE OF PERCEIVED QUALITY, TRUST, ENJOYMENT AND CUSTOMER LOYALTY OF THE FITNESS CENTER IN PIBULSONGKRAMRAJABHAT UNIVERSITY
15	พิชญานันท์ อมรพิชญ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	แผนกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชน จังหวัด เชียงใหม่ ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน STRATEGIC PLAN TO ENHANCE THE ABILITY OF CHIANGMAI GROUP OF COMMUNITY BUSINESS IN ASEAN COMMUNITY
16	กาญจน์ชนก ราชภักดี และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าแฮนด์เมดจากชองกาแพ ของกลุ่ม แม่บ้านดงตาจันทร์ ตำบลไตรตรังษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร THE METHODS TO IMPROVE HANDMADE BAGS PRODUCTS FROM COFFEE BAGS OF THE HOUSEWIFE DONG TA CHAN GROUP, TRAI TRUENG SUB-DISTRICT, MUANG DISTRICT, KAMPHAENG PHET PROVINCE.
17	ศรินธร ไชยรัตน์ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ใน พระบรมราชูปถัมภ์	การจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร RETAIL MANAGEMENT INFLUENCING CONSUMER BUYING BEHAVIOR AT B2S IN BANGKOK
18	อัญชลี เยาวราช มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ใน พระบรมราชูปถัมภ์	กลยุทธ์การค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท ในกรุงเทพมหานคร RETAIL STRATEGY INFLUENCING TO DEMAND FOR BUYING GOODS AT FAMILYMART IN BANGKOK

19	ชุนษิตา นาคภพ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ FACTORS AFFECTING CULTURAL TOURISM DEMAND OF NAKHON SAWAN PROVINCE
กลุ่มที่ 2 ผลงานวิชาการ "มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 1"		
ผู้วิพากษ์ 1. ผศ.ดร.ลักขมี งามมีศรี 2. อาจารย์ ดร.เบญจจรรยา วัฒนกุล		
1	ณัฐพนธ์ เกษสาคร และ มานิตย์ สิ่งทองชัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับ การคิดแบบองค์รวม เพื่อพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานแบบยั่งยืน ตามแนวพระราชดำริสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช THE SYNTHESIS OF THE RESEARCHES ON THE HOLISTIC THINKING TO DEVELOP THE LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN FROM THE ROYAL SPEECH OF HIS MAJESTY, BHUMIBOL ADULYADEJ THE GREAT
2	สุธีรา อะทะวงษา และ วัชร วัชรนาทวี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทย THE PERFORMANCE OF THAILAND'S LOGISTICS MANAGEMENT
3	วิไลพร ไชยโย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	ความพร้อมในการตรวจสอบและการพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน THE READINESS OF INSPECTION AND DEVELOPMENT THE STANDARD OF AGRICULTURE PRODUCTS TO COMPETE IN ASEAN
4	ณิษฐา กิรติอุไร และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	การพัฒนาแบบการจัดการจัดทำบัญชีครัวเรือนแบบมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา : กรณีศึกษากลุ่มเกษตรกรรวงทองบ้านกระถิน ตำบลเทพาลัย อำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา THE MODEL DEVELOPMENT OF PARTICIPATORY HOUSEHOLD ACCOUNTING OF COMMUNITY ENTERPRISES IN NAKHON RATCHASIMA PROVINCE : A CASE STUDY OF RUANG THONG BAAN KRATHIN AGRICULTURAL, THEPALAI SUBDISTRICT, KHONG DISTRICT, NAKHON RATCHASIMA PROVINCE.
5	ชมชไม พงศ์ศรีโรจน์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา	การจัดการกองทุนหมู่บ้านเพื่อแก้ปัญหาความยากจน : กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบูรณ์ VILLAGE FUND MANAGEMENT OF POVERTY PROBLEM SOLVING: A CASE STUDY OF PETCHABUN PROVINCE.
6	ปรีชญา โยชนะ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เสื่อกกบ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร COST AND RETURN ANALYSIS OF THE REED MAT PRODUCT OF SRI YOTIN VILLAGE, NONG PING SUB-DISTRICT, MUANG DISTRICT, KAMPHAENGPHET PROVINCE

7	สุทัศน์ กุณา และ มานิตย์ สิงห์ทองชัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนา	การทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว COLLABORATIONS IN TOURISM SUPPLY CHAIN
8	ประพัทธ์พงษ์ คงขำ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดถนนคนเดิน นครสวรรค์ THE FACTOR EFFECTING THE PURCHASING BEHAVIOR IN NAKHONSAWAN WALKING STREET
9	ธีรภัทร นาควัน และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหาร ประเภทผัดไทยของประชากรในนครสวรรค์ MARKETING FACTORS INFLUENCING CONSUMER SATISFACTION IN PAD THAI RESTAURANT, NAKHON SAWAN
10	ลภัสวิวัฒน์ คล้ายแสง มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ที่มีผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ประเทศไทย CSR AND CRM STRATEGIES EFFECTING ON FIRM PERFOR- MANCE SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THAILAND.
11	รติมา ภูริรุ่งภิญโญ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	การพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนในการปรับตัวและรับมือกับการ เปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมเพื่อรองรับ โครงการการบริหารจัดการน้ำของภาครัฐ อำเภอแม่วงก์ จังหวัด นครสวรรค์ DEVELOPING THE COMPETENCY OF COMMUNITIES TO ADAPT AND RESPOND TO CHANGES IN THE ECONOMY SOCIAL AND CULTURAL TO SUPPORT THE GOVERNMENT'S WATER ADMINISTRATIVE MANAGEMENT PROJECT IN MAE WONG DISTRICT, NAKHON SAWAN PROVINCE.

กลุ่มที่ 3 ผลงานวิชาการ "มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 2"

ผู้วิพากษ์ 1. ผศ.ดร.वासुภาญ์ นามโฉม 2. ผศ.ดร.ณัฐนันท์ จิตติยาปราโมทย์

1	สุวชัย พิทักษ์ทิม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	แนวทางการพัฒนาระบบสารสนเทศคุณภาพเพื่อการบริหารผลการ ปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ GUIDELINES FOR THE DEVELOPMENT OF QUALITY INFORMA- TION SYSTEMS FOR PERFORMANCE MANAGEMENT OF PERSONNEL OF RAJABHAT UNIVERSITY, NORTHERN REGION
---	---	--

2	จารุวรรณ ชอบประดิถ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือ นักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ DEVELOPMENT OF INFORMATION SYSTEMS FOR SUPERVISION, COUNSELING AND ASSISTANCE FOR STUDENTS OF THE FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY
3	ศกัญญา ปัญญาดิษฐ์วงศ์ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด	การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันระบบขอใช้ยานพาหนะของมหาวิทยาลัย ราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด WEB APPLICATION DEVELOPMENT FOR VEHICLE USAGE REQUEST SYSTEM OF KAMPHAENG PHET RAJABHAT UNIVERSITY MAESOT
4	ทนงศักดิ์ ตัน และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด	การพัฒนาเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ 3D GAME DEVELOPMENT : SOLAR VOYAGER
5	นิกร กินดาว และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด	การสร้างสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR วิชา วิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านหนองบัว อำเภอ ท่าสองยาง จังหวัดตาก MEDIA CREATION IN PROMOTION OF TEACHING AND LEARNING APPLICATION OF AUGMENTED REALITY TECHNOLOGY IN SCIENCE GRADE 4, BANNONGBUA SCHOOL THASONGYANG DISTRICT, TAK PROVINCE
6	ฉัญมัย สีแนน และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด	การพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษา ปีที่ 4 DEVELOPMENT OF ENGLISH VOCABULARY GAMES FOR GRADE 4 STUDENTS
7	ชนนิกานต์ เขียวคล้าย และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด	การพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก THE DEVELOPMENT OF TOURISM APPLICATION FOR FIVE BORDER DISTRICTS IN TAK PROVINCE
8	ภาณุวัตร์ แดงนวลจันทร์ และ จิรพร จรบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	การรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ RECOGNITION AND EXPECTATIONS FOR PUBLIC RELATIONS MEDIA OF THE FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY

9	เจนจิรา เงินจันทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนตลาดริมน้ำหัวแดน อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ THE DEVELOPMENT GUIDELINES OF CREATIVE CULTURAL COMMUNITY-BASED TOURISM OF BAN HUA-DAN COMMUNITY PHAYUHA KHIRI DISTRICT, NAKHONSAWAN PROVINCE
10	ชลธิชา อ่องทูน และคณะ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนา ตาก	การจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนแม่ระวาน ตำบลยกกระบัตร อำเภอสางเภา จังหวัดตาก COMMUNITY-BASED SUFFICIENT ECONOMY TOURISM MANAGEMENT : MAE-RAWAN COMMUNITY, YOKKRABAT SUB-DISTRICT, SAMNGAO DISTRICT, TAK PROVINCE
11	กฤษณ์ ศรสุวรรณ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	ความสัมพันธ์ของการปฏิสัมพันธ์ เนื้อหาที่ถูกสร้างจากรูทิจ และเนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้าที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม จังหวัดพิษณุโลก THE RELATIONSHIP OF INTERACTIVITY, FIRM GENERATE CONTENT AND USER GENERATE CONTENT THAT AFFECTING TO CUSTOMER ENGAGEMENT IN HOTEL BUSINESS OF PHITSANULOK PROVINCE.
12	ฉัตรชัย อินทรประพันธ์ และ ยุชิตา กันหาเมือง มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร CREATIVE CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT IN NAKHON TRAITUNG KAMPHAENGPHEH
13	พลอยพรรณ สอนสุวิทย์ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	การพัฒนาาระบบสารสนเทศออนไลน์ นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์จากงานวิจัย ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ONLINE INFORMATION SYSTEM DEVELOPMENT FOR INNOVATION AND RESEARCH OF KAMPHAENG-PHET RAJABHAT UNIVERSITY
14	เกศณีย์ สัตตัตนขจร มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในเขตเทศบาลนครลำปาง SLOW TOURISM DEVELOPMENT IN LAMPANG MUNICIPALITY
15	กิติวัฒน์ กิติบุตร และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาลตำบลหนองล่อง จังหวัดลำพูน MODEL OF PARTICIPATORY COMMUNICATION TO MANAGEMENT OF SOLID WASTE IN NONGLONG SUBDISTRICT MUNICIPALITY, LAMPHUN PROVINCE.

16	ภาคภูมิ พิฆังค์ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	แนวทางการสื่อสารและการออกแบบนวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา COMMUNICATION APPROACH AND INNOVATIVE DESIGN FOR PROMOTING THE ELDERLY HEALTH IN WIANG (BAN SAI) SUBDISTRICT MUNICIPALITY, CHIANGKHAM DISTRICT, PHAYAO PROVINCE.
17	พันธ์ศักดิ์ พึ่งงาม และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี	การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมแม่บ้านทหารบกมณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี STUDY FOR THE DEVELOPMENT OF MEDIA ADVERTISING PRODUCTS. CLUB MAID ARMY MILITARY CIRCLE 13 LOPBURI.
18	พิรภพ จันท์แสนต่อ และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	ระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง INFORMATION SYSTEM FOR TOURISM OF PONG-TUM VILLAGE, WANG-THONG SUB-DISTRICT, WANG-NUA DISTRICT, LAMPANG PROVINCE.
19	ปริญนันท์ โพธิ์ศิริวัฒน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	การพัฒนาศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21 DEVELOPMENT OF PERSONNEL MANAGEMENT IN THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY FOR MANAGEMENT ORGANIZATION IN THE 21ST CENTURY.
20	นิติพงศ์ กุ๋แก้วเกษม และ ปวีณา ลีตระกูล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย POTENTIAL OF TOURIST ATTRACTIONS IN CHIANG RAI PROVINCE

กลุ่มที่ 4 ผลงานวิชาการ "สหวิทยาการ"

ผู้วิพากษ์ 1. อาจารย์ ดร.ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์ 2. อาจารย์ ดร.ลภัสวัฒน์ คล้ายแสง

1	มัลลิกา ภูมะธน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	การพัฒนาระบบบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาแบบบูรณาการร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับสถานประกอบการโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร DEVELOPMENT OF MANAGEMENT SYSTEMS, PROFESSIONAL EXPERIENCE TRAINING AND INTEGRATED COOPERATIVE EDUCATION BETWEEN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS AND ENTERPRISES BY USING INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY
---	--	---

2	รติบดี สิทธิปัญญา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 THE DEVELOPMENT OF A MODEL FOR ACTIVE LEARNING BY ACADEMIC STAFF NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY BASED ON THE APPLICATION OF EDUCATIONAL INNOVATION IN THAILAND 4.0
3	จำเนียร เกิดสวัสดิ์ และ ลักขมี นามมีศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	การพัฒนาระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มงานบริหารและธุรการสำหรับสำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ELECTRONIC DOCUMENT SYSTEM DEVELOPMENT OF ADMINISTRATIVE GROUPS FOR THE OFFICE OF THE DEAN OF THE FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY
4	อุษา นามมีศรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์	จินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน จังหวัดลพบุรี IMAGERY OF PARENTS WITH PRIVATE SCHOOLS, LOPBURI PROVINCE
5	ธนิดา อินภิชัย และ ภิราช รัตนันต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	รูปแบบการบริหารงานวิชาการโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการปฏิรูปการเรียนรู้ ในเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการในยุคไทยแลนด์ 4.0 ACADEMIC ADMINISTRATION MODEL THROUGH THE USE OF INFORMATION AND COMMUNICATIONS TECHNOLOGY TO PROMOTE REFORM IN THE LEARNING NETWORK TECHNICAL COOPERATION IN THAILAND 4.0
6	ลักขณา ยิ้มจำรัส และ เฉลิมเกียรติ ปรัชญาพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการงานการเงินและพัสดุเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ DEVELOPMENT EFFECTIVE SERVICES FOR THE FINANCIAL AND MATERIALS TO ENHANCE THE SATISFACTION OF THE CLIENTS IN THE AGENCY NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY
7	สุกัญญา กลัดเขยดี และ จิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	แนวทางการจัดระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ GUIDELINES FOR ORGANIZING INFORMATION SYSTEMS FOR ADMINISTRATION OF INTERNAL EDUCATIONAL QUALITY ASSURANCE IN NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY

8	กนกพร เอกกะสินสกุล และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังเหนือ อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง HEALTH PROMOTION ACTIVITY MODEL OF ELDERLY IN WANG NUEA MUNICIPALITY, WANG NUEA DISTRICT, LAMPANG PROVINCE.
9	สนธิญา สุวรรณราช และคณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	รูปแบบการกำจัดขยะอินทรีย์ในครัวเรือนอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง MODLE OF ORGANIC WASTE IN HOUSEHOLD PARTICIPATION OF THE COMMUNITY TUMBON WANGTHONG AMPHOR WANG-NUA LAMPANG PROVINCE.
10	หิรัญ ศรีพิณฑุสร และ กฤษฎ์ดิณณ์ พันธุ์ไพโรจน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	แนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการงานระบบ สารสนเทศ โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการ บริหารคุณภาพทั้งองค์การ GUIDELINES FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF INFORMA- TION SYSTEMS SERVICE PROCESSES BY USING PROCESS IMPROVEMENT TECHNIQUES OF THE CONCEPT TOTAL QUALITY MANAGEMENT
11	มานิตย์ สิงห์ทองชัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนและความพึงพอใจในการเรียนรายวิชาการเงินธุรกิจของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ LEARNING OUTCOME OF ACTIVE LEARNING BEHAVIORS AFFECTING LEARNING ACHIEVEMENT AND STUDENTS SATISFACTION BUSINESS FINANCE COURSE OF UNDERGRADUATE NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY

กลุ่มที่ 5 ผลงานวิชาการ "International Poster"

ผู้วิพากษ์ 1. Dr.Wuttichai Philuek 2. Dr.Natvoradi Kaninsuthithong

1	Phongthong Haycroft and Pratsanee Naiyananon Nakhon Sawan Rajabhat University	A STUDY OF HEALTH-ORIENTED PRODUCTS DEVELOPMENT TO CREATE A COMPETITIVE MARKETING STRATEGIES FOR THE HOTEL BUSINESS
2	Nawaporn prasomtong Nakhon Sawan Rajabhat University	DESCRIPTIVE AND INDUCTIVE ANALYSIS QUALITY OF OPERATION WITH EXCELLENT SERVICE OF HOTEL BUSINESS IN NAKHON SAWAN PROVINCE
3	Pitchayut Penmas and Waraporn Kanjanaklod Nakhon Si Thammarat Rajabhat University	GUIDLINE HUMAN RESOURCE MANAGEMENT OF HOTELS IN ANDAMAN COAST, THAILAND.

4	Nutworadee Kanittinsuttitong and Dr.Laphatsawat Khlaisaeng Rajamangala University of Technology Srivijaya	LIFESTYLE TRANSFORMATION: THE NEW DEMAND OF GLOBAL WELLNESS ECONOMY
---	--	--

สารบัญ

	หน้า
• คำนำ	3
• สารจากอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	5
• สารจากประธานเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ	13
• รายนามคณะที่ปรึกษา	14
• รายนามคณะกรรมการอำนวยการ (คณบดีคณะวิทยาการจัดการ)	14
• รายนามคณะกรรมการดำเนินงาน	15
• คณะกรรมการประเมินคุณภาพบทความภายนอก	16
• คณะกรรมการประเมินคุณภาพบทความภายใน	19
• รายชื่อผลงานวิชาการนำเสนอรูปแบบบรรยาย	22
• รายชื่อผลงานวิชาการนำเสนอรูปแบบโปสเตอร์	28
ผลงานวิชาการนำเสนอรูปแบบบรรยาย	
กลุ่มที่ 1 บริหารธุรกิจและการจัดการ	45
• ศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลในการสร้างแนวทางการยกระดับความสามารถของเกษตรกรในการเป็นเกษตรกรปราดเปรี๊อง	46
• ทำโมรูแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจึงจำเป็นสำหรับนักการตลาดในยุคดิจิทัล	54
• คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	60
• ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร	73
• คุณภาพชีวิตของพนักงานบริษัท โซแม็กซ์ ซินติเคท จำกัด	84
• รูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชนของผู้ซื้อในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก	96
• การประเมินความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์การหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในธุรกิจโรงแรม ตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต	103
• แนวทางการพัฒนาตลาดผ้าทอไทยลื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย	114
กลุ่มที่ 2 ผลงานวิชาการ "มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 1"	123
• การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงโครงสร้างของความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กับ ประสิทธิภาพในการทำงานของตัวแทนขายบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง	124
• แนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก	137
• ผลตอบแทนวันแรกของหลักทรัพย์ที่ออกจำหน่ายแก่ประชาชนเป็นครั้งแรกในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	148
• ความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการให้บริการพร้อมเพย์	159
• บทบาทของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือสัญชาติเมียนมา ลาว และกัมพูชาในประเทศไทย	168
• ปัจจัยที่มีอิทธิพลประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่	178

- ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อหลักความระมัดระวังทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทย (SET 50) 190

กลุ่มที่ 3 ผลงานวิชาการ "มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 2" 201

- แนวทางการพัฒนาทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนริมคลองบางหลวง 202
- ความสัมพันธ์ระหว่างความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 215
- การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนจากการบูรณาการประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรม ของชุมชนเขาคีรีสี อำเภอรามกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 223
- พฤติกรรมของเยาวชนที่มีต่อการเล่นกีฬา E-Sport ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร 236
- แนวทางพัฒนาคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการ ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 243
- ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยวสิบสี่จุดสุดท้ายที่ใจเที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ 254
- สสำรวจความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ สำหรับผู้ป่วยสูงอายุ 270
- รูปแบบการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติ 282
- การศึกษาบริบทและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน ในเขตอำเภอบางแพ จังหวัดเชียงราย 293

กลุ่มที่ 4 ผลงานวิชาการ "สหวิทยาการ" 302

- รูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉย อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 303
- การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 311
- คุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 321
- ความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานขายของบริษัทเวชสำอาง Eucerin ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 335
- ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ของนักศึกษา รุ่น 58 344
- คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาตามความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง 356
- พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผิวขาวในจังหวัดแพร่ 365

กลุ่มที่ 5 ผลงานวิชาการ "International Papers" 373

- DOES DIFFERENCE-GENERATION INFLUENCE EMPLOYEE IDENTITY AND PERFORMANCE? A CASE OF MANUFACTURING AND SERVICE COMPANIES IN PATHUM THANI, THAILAND 374
- RELATIONSHIP BETWEEN TECHNOLOGICAL SERVICE QUALITY AND EMPLOYEES' WORK PERFORMANCE: A CASE OF AN ELECTRONICS MANUFACTURING SOLUTIONS PROVIDER 384

LOCATED IN PATHUM THANI, THAILAND

• DESIRABLE COMPETENCIES STUDY DEVELOPING THE COMPETENCY METHOD FOR GUIDANCE TEACHERS IN SECONDARY SCHOOL UNDER THE OFFICE OF BASIC EDUCATION COMMISSION	394
• SALARY DIFFERENCE AMONG CONSULTING ENGINEERS: INFORMATION FROM A TRIAL SURVEY FOCUSING ON REPUTATION OF THE UNIVERSITIES	405
• RISK FACTORS AND STRATEGIC BUSINESS DESIGN FOR THAI FRESH FRUITS EXPORT SUPPLY CHAIN INTO THE UNITED ARAB EMIRATES MARKET	412
• A DEVELOPMENT OF ERGONOMIC PROGRAMME: A CASE STUDY OF ORGANIZATIONS IN CHIANG RAI PROVINCE, THAILAND	422
• SOCIAL INTERACTION, STAKEHOLDER SUPPORT AND ENTREPRENEURSHIP AFFECTING INNOVATIVENESS IN THAI COMMUNITY BUSINESSES : A STUDY OF PRACHARAT-BLUE-FLAG PROJECT IN PHETCHABUN PROVINCE	431

ผลงานวิชาการนำเสนอรูปแบบโปสเตอร์

กลุ่มที่ 1 ผลงานวิชาการ "บริหารธุรกิจและการจัดการ"	440
• แนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์	441
• การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์	452
• ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อร้านหมูกระทะในจังหวัดนครสวรรค์	460
• ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนครจังหวัดนครสวรรค์	467
• การศึกษาโมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์	475
• พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย	487
• ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมกรรมการชมฟุตบอลของสโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด	494
• ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการ สถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่	502
• ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการแข่งขันในอาเซียน	513
• พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย	524
• ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนครสวรรค์	534
• พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก	547
• วิถีทางการตลาดแรงงานนอกระบบ : กรณีศึกษาตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยในจังหวัดนครสวรรค์	556
• คุณภาพที่รับรู้ได้ ความไว้วางใจ และความเพิลิตเพลินที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	564
• แผนกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน	572
• แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสันต์เมตจากของกาแฟ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาจันทร์ ตำบลไทรตรีงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร	586

	หน้า
• การจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	596
• กลยุทธ์การค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท ในกรุงเทพมหานคร	609
• ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์	623
กลุ่มที่ 2 ผลงานวิชาการ "มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 1"	628
• การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับ การคิดแบบองค์รวม เพื่อพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานแบบยั่งยืนตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช	629
• ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทย	640
• ความพร้อมในการตรวจสอบและการพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน	652
• การพัฒนารูปแบบการจัดทำบัญชีครัวเรือนแบบมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา : กรณีศึกษากลุ่มเกษตรกรรวมทอนบ้านกระถิน ตำบลเทพาลัย อำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา	665
• การจัดการกองทุนหมู่บ้านเพื่อแก้ปัญหาความยากจน: กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบูรณ์	674
• การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เสื้อกบบ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมืองจังหวัดกำแพงเพชร	681
• การทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว	692
• ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดถนนคนเดินนครสวรรค์	700
• ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทผัดไทของประชากรในนครสวรรค์	708
• กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย	719
• การพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนในการปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมเพื่อรองรับโครงการการบริหารจัดการน้ำของภาครัฐ	725
กลุ่มที่ 3 ผลงานวิชาการ "มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 2"	733
• แนวทางการพัฒนาระบบสารสนเทศคุณภาพเพื่อการบริหารผลการปฏิบัติงาน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ	734
• การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	742
• การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันระบบขอใช้ยานพาหนะของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด	752
• การพัฒนาเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ	761
• การสร้างสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR วิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านหนองบัว อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก	768
• การพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4	776
• การพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก	783
• การรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	793
• แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนตลาดริมน้ำหัวเด่น อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์	801
• การจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนแม่ระวาน ตำบลยกกระบัตร	812

อำเภอสามเงา จังหวัดตาก	
• ความสัมพันธ์ของการปฏิสัมพันธ์ เนื้อหาที่ถูกสร้างจากธุรกิจ และเนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้าที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม จังหวัดพิษณุโลก	825
• การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร	836
• การพัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์ นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์จากงานวิจัย ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	847
• การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในเขตเทศบาลนครลำปาง	863
• รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาลตำบลหนองล่อง จังหวัดลำพูน	870
• แนวทางการสื่อสารและการออกแบบนวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา	882
• การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมแม่บ้านทหารบกมณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี	891
• ระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปางงั่ว ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง	898
• การพัฒนาศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21	907
• ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย	916
กลุ่มที่ 4 ผลงานวิชาการ "สหวิทยาการ"	927
• การพัฒนาระบบบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาแบบบูรณาการร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับสถานประกอบการ โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	928
• การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษา ในยุคไทยแลนด์ 4.0	935
• การพัฒนาระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มงานบริหารและธุรการสำหรับสำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	944
• จินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน จังหวัดลพบุรี	952
• รูปแบบการบริหารงานวิชาการโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการปฏิรูปการเรียนรู้ในเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการในยุคไทยแลนด์ 4.0	962
• การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการงานการเงินและพัสดุเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	967
• แนวทางการจัดระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	979
• รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังเหนือ อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง	988
• รูปแบบการกำจัดขยะอินทรีย์ในครัวเรือนอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง	997
• แนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศ โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การ	1004
• ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจในการเรียนรายวิชาการเงินธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	1013

	หน้า
กลุ่มที่ 5 ผลงานวิชาการ "International Poster"	1023
• A STUDY OF HEALTH-ORIENTED PRODUCTS DEVELOPMENT TO CREATE A COMPETITIVE MARKETING STRATEGIES FOR THE HOTEL BUSINESS	1024
• DESCRIPTIVE AND INDUCTIVE ANALYSIS QUALITY OF OPERATION WITH EXCELLENT SERVICE OF HOTEL BUSINESS IN NAKHON SAWAN PROVINCE	1032
• GUIDLINE HUMAN RESOURCE MANAGEMENT OF HOTELS IN ANDAMAN COAST, THAILAND.	1042
• LIFESTYLE TRANSFORMATION: THE NEW DEMAND OF GLOBAL WELLNESS ECONOMY	1049

บทความวิชาการนำเสนอผลงานแบบบรรยาย

“บริหารธุรกิจและการจัดการ”



ศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลในการสร้างแนวทางการยกระดับความสามารถของ
เกษตรกรในการเป็นเกษตรกรปราดเปรื่อง (SMART FARMERS)
Nanglae PINEAPPLE'S FARMERS POTENTIAL MEASUREMENT FOR
PROMOTE TO BE A SMART FARMERS

กษิติศ ใจผาวัง*
ณัฐกิตต์ เสงตระกุล**
ศิริสิทธิ์ ศิริวิวัฒนากุล***

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาศักยภาพในปัจจุบันของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลเพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแนวทางการยกระดับความสามารถของเกษตรกรในการเป็นเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmers) โดยประชากรได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลในเขตตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ทั้งสิ้น 54 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วัดศักยภาพตามคุณสมบัติพื้นฐานของการเป็นเกษตรกรปราดเปรื่อง 6 ด้าน ประกอบด้วย 1. มีความรู้ในเรื่องที่ทำอยู่ 2. มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ 3. มีการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาด 4. มีความตระหนักถึงคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค 5. มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม 6. มีความภูมิใจในความเป็นเกษตรกรผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแล มีศักยภาพตามคุณสมบัติพื้นฐานของการเป็นเกษตรกรปราดเปรื่อง อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีความภูมิใจในความเป็นเกษตรกร รองลงมา ได้แก่ ด้านมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และน้อยที่สุดได้แก่ ด้านมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

คำสำคัญ: เกษตรกรปราดเปรื่อง, สับปะรดนางแล, เชียงราย

Abstract

The objective of this research was to measure the potential of Nanglae' pineapples farmer for promoting to be the smart farmer. The population was 54 Nanglae's pineapples farmers in Nanglae, Muang, Chiang Rai Province. Questionnaire was the research instrument to measure farmer's potential in 6 dimensions : 1. Having knowledge, 2. Having information for making decisions, 3. Production and marketing management, 4. Product quality and consumer safety awareness, 5. Environmental and social responsibility and 6. Pride in being a farmer. The result found that their potential was moderate, the highest potential was proud of being a farmer. The second one was responsible for the environment and society and the lowest potential was having information for making decision.

* อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

** อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

*** อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Keyword: Smart farmer, Nanglae pineapples, Chiang Rai

บทนำ

“ไทยแลนด์ 4.0” เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญสามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้ โดยนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” เป็นความมุ่งมั่นของนายกรัฐมนตรี ที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น โดยการพัฒนาประเทศไทยได้โมเดล “ประเทศไทย 4.0” จะสำเร็จ โดยใช้แนวทาง “สานพลังประชารัฐ” เป็นตัวการขับเคลื่อน โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน ภาคการเงินการธนาคาร ภาคประชาชน ภาคสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่าง ๆ ร่วมกันระดมความคิด ผนึกกำลังกันขับเคลื่อนผ่านโครงการ บัณฑิตความร่วมมือ กิจกรรม หรืองานวิจัยต่าง ๆ โดยการดำเนินงานของ “ประชารัฐ” กลุ่มต่างๆ อันได้แก่

กลุ่มที่ 1 การยกระดับนวัตกรรมและผลิตภัณ์การปรับแก้กฎหมายและกลไกภาครัฐ พัฒนาคลัสเตอร์ภาคอุตสาหกรรมแห่งอนาคต และการดึงดูดการลงทุน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

กลุ่มที่ 2 การพัฒนาการเกษตรสมัยใหม่และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ

กลุ่มที่ 3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวและไมล์ การสร้างรายได้ และการกระตุ้นการใช้จ่ายภาครัฐ

กลุ่มที่ 4 การศึกษาพื้นฐานและพัฒนาผู้นำ (โรงเรียนประชารัฐ) รวมทั้งการยกระดับคุณภาพวิชาชีพ

กลุ่มที่ 5 การส่งเสริมการส่งออกและการลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งการส่งเสริมกลุ่ม SMEs และผู้ประกอบการใหม่ (Start Up) ซึ่งแต่ละกลุ่มกำลังวางระบบและกำหนดแนวทางในการขับเคลื่อนนโยบายอย่างเข้มข้น (สุวิทย์ เมษินทรีย์, ม.ป.ป.)

กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา (2560) ได้กล่าวว่า การพัฒนาการเกษตรสมัยใหม่ ได้มีกำหนดแนวทางการพัฒนาเกษตรกรที่ทันสมัย (Smart Farmers) โดย แบ่งกลุ่มเป้าหมายที่จะพัฒนาเป็น Smart Farmers ออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 เกษตรกรพันธุ์ใหม่ (New Breeds) คือ การสร้างคนรุ่นใหม่ไปกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับชุมชน (Agent of Change) ต้องขยายโมเดลไปยังสถานศึกษาต่างๆ เพื่อให้มีคนรุ่นใหม่มากพอที่จะเกิดผลกระทบ (Impact) ประเด็นท้าทายของคนกลุ่มนี้ คือ ความด้อยประสบการณ์ ส่วนใหญ่ยังมีปัญหาด้านเงินทุน ดังนั้นต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนา กลุ่มที่ 2 เกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Farmers) คนรุ่นใหม่จากต่างสาขาอาชีพที่ต้องการทำธุรกิจเกษตร(เกษตรกรหน้าใหม่) สามารถดำเนินการได้ในแทบทุกจังหวัด คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในอำเภอเมืองซึ่งมีความพร้อมอยู่แล้วในระดับหนึ่ง การดำเนินการพร้อมกันในหลายจังหวัด จะเกิดผลกระทบ (Impact) ได้ และกลุ่มที่ 3 เกษตรกรปัจจุบัน (Existing Farmers) ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ขับเคลื่อนยากมากเพราะอายุมาก ไม่มีสรรพกำลังและไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ซึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาการเกษตรแนวทางใหม่จะใช้แนวทางคู่ขนาน โดย พัฒนา Young Farmers ที่มีอยู่ในทุกจังหวัดให้เป็น Smart Farmers และพัฒนา New Breed และทำการจับคู่เกษตรกรรุ่นใหม่ กับ Existing Farmers ที่มีความพร้อมและผ่านการคัดเลือก

การพัฒนาเกษตรกรไทยสู่การเป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ที่ทันสมัย หรือเกษตรกรปราดเปรี๊อง (Smart Farmer) จะสามารถช่วยเหลือเกษตรกรในการแก้ไขปัญหาด้านการเพาะปลูก การตลาด ยกตัวอย่างเช่น ผลผลิตทางการเกษตรของจังหวัดเชียงราย สับปะรดนางแล ที่ถือว่าเป็นผลผลิตทางการเกษตรประจำจังหวัดที่เป็นที่รู้จัก และนิยมในท้องตลาด ประสบปัญหาล้นตลาด ราคาตกต่ำ เหลือเพียง 2 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งสับปะรดนางแลเป็นสินค้า

เกษตรกรที่ได้รับเครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) จากกรมทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อปี 2549 (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2549) โดยพื้นที่เพาะปลูกตามสับปะรดนางแลที่ได้ขึ้นทะเบียนสินค้า GI ไว้ให้แก่พื้นที่ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีพื้นที่ปลูกสับปะรดพันธุ์นางแล และ ภูแล มากที่สุดของจังหวัด มีพื้นที่ปลูกกว่า 5,000 ไร่ ผลผลิตกว่า 10,000 ตัน โดยพันธุ์นางแลมีเนื้อนุ่มพอค้าจะรับซื้อคัดเฉพาะผลที่สวยงามและได้มาตรฐาน หรือเฉพาะเกรดเอ ที่ราคากิโลกรัมละ 3-5 บาท แต่หากคุณภาพต่ำกว่าเกรดเอจะไม่รับซื้อ เช่นเดียวกับสายพันธุ์ภูแล จะถูกกดราคาเพราะลูกเล็ก ทำให้เกษตรกรต้องนำมาแปรรูปแทน บางรายปล่อยให้สุกคาสวนเพื่อรอให้ราคาขยับขึ้นจึงเก็บจำหน่าย หากไม่ขึ้นก็ต้องปล่อยให้สุกแล้วไม่คุ้มทุน (ครอบครัวข่าว 3, 2560.)

ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหาของเกษตรกรในพื้นที่ตำบลนางแล โดยการเสริมสร้างเกษตรกรให้มีศักยภาพในการเป็นเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer) จะส่งผลให้ เกษตรกรสามารถลดต้นทุนการผลิต และสามารถผลิตสินค้าสับปะรดนางแลที่มีคุณภาพ รวมถึงการสร้างให้เกษตรกรสามารถทำการตลาดสินค้าสับปะรดนางแลได้ด้วยตนเอง

แต่ขั้นตอนการที่จะเสริมสร้างให้เกษตรกรมีศักยภาพในการเป็นเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer) นั้นก็ต้องมีขั้นตอนการดำเนินงานที่เป็นระบบ สอดคล้องกับบริบทของเกษตรกรในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนานั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดการพัฒนาอย่างแท้จริง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ในการศึกษาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลในการสร้างแนวทางการยกระดับความสามารถของเกษตรกรในการเป็นเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmers) เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลให้สามารถแก้ไขปัญหาผลผลิตล้นตลาด ราคาตกต่ำและลดปัญหาให้แก่ภาครัฐและเกษตรกรในอนาคตได้ตนเอง สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดเพื่อการยกระดับความสามารถของเกษตรกรในการเป็นเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmers)

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรในการศึกษาเป็นกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลที่ได้ขึ้นทะเบียนใช้เครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สับปะรดนางแล ในพื้นที่ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยจะเป็นการศึกษากลุ่มประชากรทั้งหมด จำนวน 54 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลนางแล, 2560) โดยไม่มีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามวัดศักยภาพเกษตรกรในการเป็นเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmers) ตามคุณลักษณะพื้นฐาน 6 ประการ (สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร, 2559) ได้แก่

1. มีความรู้ในเรื่องที่ทำอยู่
2. มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ
3. มีการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาด
4. มีความตระหนักถึงคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค
5. มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
6. มีความภูมิใจในความเป็นเกษตรกร

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การออกแบบเครื่องในการทำการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการวัดศักยภาพเกษตรกรตามเกณฑ์ที่กำหนด โดย สำนักงานเศรษฐกิจเกษตรกรรม สํารวจกับกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความเป็นมาตรฐานเดียวกัน ในการที่จะนำไปเปรียบเทียบกับมาตรฐานในระดับชาติ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินศักยภาพ โดยหาค่าสถิติที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้อยละ ค่าเฉลี่ย เป็นต้น

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 63.96 มีอายุส่วนใหญ่มากกว่า 60 ปี โดยทั้งหมดมีรายได้จากการขายสับปะรดไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินคือ 180,000 บาทต่อปี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพตามคุณสมบัติพื้นฐานของการเป็น Smart Farmer ในภาพรวม 6 ด้าน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับศักยภาพ
1. มีความรู้ในเรื่องที่ทำอยู่	3.50	1.03	ปานกลาง
2. มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ	2.59	1.20	ปานกลาง
3. มีการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาด	3.05	0.78	ปานกลาง
4. มีความตระหนักถึงคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค	3.37	0.91	ปานกลาง
5. มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม	3.57	1.35	มาก
6. มีความภูมิใจในความเป็นเกษตรกร	4.36	0.85	มาก
รวม	3.39	1.35	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแล มีศักยภาพตามคุณสมบัติพื้นฐานของการเป็น Smart Farmer อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีความภูมิใจในความเป็นเกษตรกร โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมา ได้แก่ ด้านมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และน้อยที่สุดได้แก่ ด้านมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพตามคุณสมบัติพื้นฐานของการเป็น Smart Farmer ในแต่ละด้าน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับศักยภาพ
ด้านที่ 1 มีความรู้ในเรื่องที่ทำอยู่	3.50	1.03	ปานกลาง
1.1 สามารถเป็นวิทยากรถ่ายทอดเทคโนโลยี หรือให้คำแนะนำปรึกษาให้กับผู้อื่นได้	3.37	1.29	ปานกลาง

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับศักยภาพ
1.2 สามารถเป็นเกษตรกรต้นแบบหรือจุดเรียนรู้ให้กับผู้อื่น	3.63	1.03	ระดับมาก
ด้านที่ 2 มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ	2.59	1.20	ปานกลาง
2.1 สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลทั้งจากเจ้าหน้าที่และผ่านทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอื่นๆ เช่น Internet Mobile Phone Smart Phone เป็นต้น	2.33	1.26	น้อย
2.2 มีการบันทึกและใช้ข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อวางแผนก่อนเริ่มดำเนินการและบริหารจัดการการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด	2.74	1.39	ปานกลาง
2.3 มีการนำข้อมูลมาใช้ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาอาชีพของตนเองได้	2.70	1.42	ปานกลาง
ด้านที่ 3 มีการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาด	3.05	0.78	ปานกลาง
3.1 มีความสามารถในการบริหารจัดการปัจจัยการผลิต แรงงาน และทุน	3.37	1.20	ปานกลาง
3.2 มีความสามารถในการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดเพื่อขยายผลผลิตได้	3.15	1.05	ปานกลาง
3.3 มีการจัดการของเหลือจากการผลิตที่มีประสิทธิภาพ (Zero waste management)	2.63	1.38	ปานกลาง
ด้านที่ 4 มีความตระหนักถึงคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค	3.37	0.91	ปานกลาง
4.1 มีความรู้หรือได้รับการอบรมเกี่ยวกับมาตรฐาน GAP GMP เกษตรอินทรีย์ หรือมาตรฐานอื่นๆ	3.52	1.14	มาก
4.2 มีกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับมาตรฐาน GAP GMP เกษตรอินทรีย์ หรือมาตรฐานอื่นๆ	3.22	1.04	ปานกลาง
ด้านที่ 5 มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม	3.57	1.35	มาก
5.1 มีกระบวนการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Green Economy)	3.74	1.49	มาก

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับศักยภาพ
5.2 มีกิจกรรมช่วยเหลือชุมชนและสังคม อย่างต่อเนื่อง	3.41	1.46	ปานกลาง
ด้านที่ 6 มีความภูมิใจในความเป็นเกษตรกร	4.36	0.85	มาก
6.1 มีความมุ่งมั่นในการประกอบอาชีพ ทางการเกษตรไว้ให้รุ่นต่อไป	4.22	1.00	มาก
6.2 รักและหวงแหนพื้นที่และอาชีพ ทางการเกษตรไว้ให้รุ่นต่อไป	4.44	1.00	มาก
6.3 มีความสุขและพึงพอใจในการ ประกอบอาชีพการเกษตร	4.41	0.79	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแล มีศักยภาพตามคุณสมบัติพื้นฐานของการเป็น Smart Farmer ด้านมีความรู้ในเรื่องที่ทำอยู่ อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ สามารถเป็นเกษตรกรต้นแบบหรือจุดเรียนรู้ให้กับผู้อื่น โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 รองลงมา ได้แก่ สามารถเป็นวิทยากรถ่ายทอดเทคโนโลยี หรือให้คำแนะนำปรึกษาให้กับผู้อื่นได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ศักยภาพด้านมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ การบันทึกและใช้ข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อวางแผนก่อนเริ่มดำเนินการและบริหารจัดการการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 รองลงมา ได้แก่ มีการนำข้อมูลมาใช้ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาอาชีพของตนเองได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70 น้อยที่สุดได้แก่ สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลทั้งจากเจ้าหน้าที่และผ่านทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอื่นๆ เช่น Internet Mobile Phone Smart Phone เป็นต้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33

ศักยภาพด้านมีการบริหารจัดการการผลิตและการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีความสามารถในการบริหารจัดการปัจจัยการผลิต แรงงาน และทุน โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 รองลงมา ได้แก่ มีความสามารถในการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดเพื่อให้ขายผลผลิตได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 น้อยที่สุดได้แก่ มีการจัดการของเหลือจากการผลิตที่มีประสิทธิภาพ (Zero waste management) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63

ศักยภาพตามด้านมีความตระหนักถึงคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีความรู้หรือได้รับการอบรมเกี่ยวกับมาตรฐาน GAP GMP เกษตรอินทรีย์ หรือมาตรฐานอื่นๆ โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 รองลงมา ได้แก่ มีกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับมาตรฐาน GAP GMP เกษตรอินทรีย์ หรือ มาตรฐานอื่นๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

ศักยภาพตามด้านมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีกระบวนการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Green Economy) โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมา ได้แก่ มีกิจกรรมช่วยเหลือชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

ศักยภาพด้านมีความภูมิใจในความเป็นเกษตรกร อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ รักและหวงแหนพื้นที่และอาชีพทางการเกษตรไว้ให้รุ่นต่อไป โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา ได้แก่ มีความสุขและพึงพอใจในการประกอบอาชีพการเกษตร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และน้อยที่สุดได้แก่ มีความมุ่งมั่นในการประกอบอาชีพทางการเกษตรไว้ให้รุ่นต่อไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

อภิปรายผล

จากการวัดศักยภาพการเป็นเกษตรกรปราดเปรื่องของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลในเขตตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยการใช้คุณสมบัติพื้นฐาน 6 ด้านของสำนักงานเศรษฐกิจเกษตรกำหนดไว้ พบว่า เกษตรกรมีศักยภาพในการก้าวเข้าสู่การเป็นเกษตรกรปราดเปรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งหากต้องการพัฒนา เกษตรกรกลุ่มดังกล่าวอาจมีความจำเป็นต้องมีการออกแบบแนวทางการยกระดับที่มีความจำเพาะเจาะจงเป็นพิเศษ และอาจต้องใช้เวลาพอสมควร

การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลทั้งในเกณฑ์รายได้และคุณสมบัติขั้นพื้นฐาน พบว่า กลุ่มเกษตรกรดังกล่าวจัดอยู่ในกลุ่ม Developing Smart Farmer (สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร, 2559) คือ รายได้ไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 180,000 บาทต่อปี แต่การประเมินศักยภาพผ่านเกณฑ์ตัวชี้วัดในแต่ละด้าน อย่างน้อย 1 ตัวชี้วัด ทำให้เห็นว่า การพัฒนาเกษตรกรกลุ่มดังกล่าวจำเป็นต้องมีแนวทางในการพัฒนาที่มีความจำเพาะเจาะจงเป็นพิเศษ เพื่อเกษตรกรกลุ่มดังกล่าวสามารถยกระดับความสามารถเพื่อก้าวเข้าสู่การเป็น เกษตรกรปราดเปรื่องได้

แต่เนื่องด้วยอายุของเกษตรกร ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 60 ปี สอดคล้องกับข้อมูลของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560) ที่ระบุว่า สมาชิกในครัวเรือนเกษตรกรที่อายุมากกว่า 64 ปีขึ้นไป อาจเป็นอุปสรรคในการพัฒนา จำเป็นต้องมุ่งแนวทางการพัฒนาไปสู่ทายาทของเกษตรกร เพื่อพัฒนาให้เป็น เกษตรกรปราดเปรื่อง เช่นเดียวกับแนวทางการพัฒนา Young Smart ตามผลการวิจัยของ นลทวรรณ มากหลายและคณะ (2559) อาจจะได้ผลมากกว่าการพัฒนาหรือยกระดับกับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดโดยตรง อันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการพัฒนาเกษตรกรที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง ซึ่งกระบวนการพัฒนาการเกษตรที่ยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องทำให้เกษตรกรสามารถเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง (ธันวา จิตต์สงวน, 2543) ซึ่งเกษตรกรที่มีอายุน้อยจะมีทักษะในการเรียนรู้ดีกว่ากลุ่มเกษตรกรที่มีอายุสูง

ดังนั้นการพัฒนาเพื่อยกระดับศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลเพื่อให้เกิดการพัฒนาสู่การเป็น เกษตรกรปราดเปรื่อง จำเป็นพัฒนาหลักสูตรที่มีความจำเพาะเจาะจงเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มเกษตรกรดังกล่าว หรืออาจใช้กระบวนการพัฒนาทายาทเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลเพื่อพัฒนาสู่การเป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ หรือ Young Smart Farmer ก่อนที่ก้าวเข้าสู่การเป็นเกษตรกรปราดเปรื่องในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดนางแลจำเป็นต้องมีการออกแบบหลักสูตรในการพัฒนาเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดที่มีอายุมากกว่า 60 ปี เนื่องจากมีทักษะในการเรียนรู้ที่สัมพันธ์กับการเป็น เกษตรกรปราดเปรื่อง
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจใช้กระบวนการสร้างทายาทเกษตรกรรุ่นใหม่เพิ่มเติม ก่อนการพัฒนาทายาท เกษตรกรดังกล่าวเพื่อให้เป็นเกษตรกรปราดเปรื่องในที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตทายาทเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อเป็นกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาเกษตรกร ให้เป็นเกษตรกรปราดเปรื่องตามนโยบายการส่งเสริมเกษตรกรของภาครัฐต่อไป
2. ศึกษาการออกแบบหลักสูตรการพัฒนาเกษตรกรปราดเปรื่องที่เป็นกลุ่มผู้สูงวัย ให้สอดคล้องกับสมรรถนะการเรียนรู้ของผู้สูงวัย เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการพัฒนาสู่การเป็นเกษตรกรปราดเปรื่อง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพาณิชย์. (2558). **GI ตอนที่ ๑ : ประโยชน์ของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (1 พ.ค. 2556)**. สืบค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2556, จาก <http://www.moc.go.th/index.php/2015-11-04-10-05-18/item/gi-1-2556.html>
- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2560). **พิมพ์เขียวThailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน**. สืบค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2560, <http://www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf>.
- ครอบครัวข่าว 3. (2560). **เขียงราย-ช่วยชาวสวนสับประตูกุแลหลังราคาตก กก.ละ 2 บาท**. สืบค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2560, จาก <http://www.krobkruakao.com/index.php/local/46577>.
- นลทวรรณ มากหลายและคณะ. (2559). **แนวทางการพัฒนาเกษตรกรร่นใหม่จังหวัดระยอง**. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2560, จาก <https://gsbooks.gs.kku.ac.th/59/ingrc2016/pdf/HMP4.pdf>.
- ธัญญา สงวนจิตร์. (2543). **การพัฒนาการเกษตรแบบยั่งยืน : บทวิเคราะห์จากปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม**. รายงานการสัมมนาาระบบเกษตรแห่งชาติ ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ 15-17 พ.ย. 2543.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **เกษตรกรยุคใหม่เพื่ออนาคตประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ วันที่ 20 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.nesdb.go.th/download/document/Yearend/2017/bookgroup3.pdf>.
- สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร. (2559). **การเตรียมความพร้อมภาคเกษตร Smart Farmer กับการเข้าสู่ “ไทยแลนด์ 4.0”**. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2560, จาก http://www.oae.go.th/ewt_news.php?nid=23177&filename=index.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (ม.ป.ป.). **Thailand 4.0 คืออะไร นโยบายนี้จะช่วยพัฒนาประเทศของเราได้อย่างไร**. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2560, จาก <https://www.excise.go.th/cs/groups/public/documents/document/dwnt/mjgy/~edisp/uatucm282681.pdf>.

ทำไมรูปแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจึงจำเป็นสำหรับนักการตลาด ในยุคดิจิทัล?

WHY MARKETER NEED CUSTOMER JOURNEY IN DIGITAL ERA?

อุษา บุญถื่อ¹, ภริภัทร ภักดิ์ศรี², สุวรรณิ เดชวรชัย³

บทคัดย่อ

สังคมยุคดิจิทัลทำให้เกิดการพัฒนาทางเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตประจำวันของคนในสังคมและทุกภาคส่วน ภาคธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อแสวงหาแนวทางในการทำธุรกิจที่สอดคล้องกับการมาถึงของยุคดิจิทัล นักการตลาดจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจลูกค้าในเชิงลึกตลอดจนการทบทวนรูปแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค และลักษณะของเนื้อหาทางการตลาดที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัล

คำสำคัญ รูปแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค, ยุคดิจิทัล, นักการตลาด

Abstract

Digital society is a key driver of the jump leap technological development. Technology takes as a path of human lifestyle in every society and sector. Business sectors require to adapt the new way their company do business and to seek a new alternatives in the digital world. The marketer must try to insight their customer, rethink about customer journey mapping and content marketing in digital era.

Keywords customer journey, digital era, marketer

บทนำ

สืบเนื่องจากการเติบโตอย่างก้าวกระโดดทางเทคโนโลยี ส่งผลให้สังคมเข้าสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นยุคที่ธุรกิจใช้ประโยชน์จากการพัฒนาทางเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารกับลูกค้า การขาย การให้บริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ แก่ลูกค้า แต่ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อ การดำเนินการทางการตลาดของภาคธุรกิจ บางธุรกิจประสบปัญหายอดขายตกต่ำ ความภักดีของลูกค้าลดลง การแข่งขันอันเนื่องมาจากคู่แข่งรายใหม่เพิ่มสูงขึ้น โดยพื้นฐานที่สำคัญของปัญหาคือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่ยากจะคาดเดา จึงเป็นสาเหตุให้นักการตลาดจึงต้องทบทวนความเหมาะสมของแนวคิด ทฤษฎี ต่าง ๆ โดยเริ่มศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

ที่สัมพันธ์กับสื่อดิจิทัลในปัจจุบัน ประกอบกับความเหมาะสมของเนื้อหาทางการตลาดที่จะนำเสนอในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ

¹⁻³อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตั้งแต่ ค.ศ. 1990 ที่โลกก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ มีการใช้คอมพิวเตอร์กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก ก่อให้เกิดเครือข่าย เชื่อมโยงกันผ่านระบบอินเทอร์เน็ต นำธุรกิจเข้าสู่ยุคของข้อมูลข่าวสาร เกิดการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ การพัฒนาทางเทคโนโลยี นำไปสู่การใช้เทคโนโลยีสร้างการเติบโตทางธุรกิจ การแสวงหาโอกาสของธุรกิจและการตลาดใหม่ พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม นักวิชาการด้านการตลาดจึงปรับกลยุทธ์ทางการตลาดจึงต้องปรับให้เข้ากับบริบทของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนไป โดย ในปีเดียวกันนี้ Lauterborn (1990) ได้เสนอแนะการปรับปรุงแนวคิดจาก 4Ps สู่ 4Cs (Inside-Out and Outside-In) ซึ่งเป็นการเสนอให้เน้นการตลาดกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดโดยพิจารณาที่ความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ (4Cs:Outside-In) โดยเสนอแนะองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองที่ต่างไปจาก 4Ps หรือ Insight-Out กล่าวโดย McCarthy (1960) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญเกิดขึ้นอีกครั้งในปี ค.ศ. 2000 เนื่องจากการถดถอยทางเศรษฐกิจ ภาวะโลกร้อน การเติบโตแบบก้าวกระโดดในการใช้สื่อดิจิทัลบนสังคมออนไลน์ เทคโนโลยีคลื่นลูกใหม่ และการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ทั้งบทบาทของเทคโนโลยีต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ความกล้าแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของผู้บริโภค ความภักดีต่อตราสินค้าที่ต่ำลง ค่านิยมทางสังคมที่เปลี่ยนไป ล้วนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างชัดเจน

ดังพบได้จากธุรกิจต่างๆ มีการปรับตัวสู่การตลาดในยุคดิจิทัลโดยเริ่มจากการปรับกระบวนการทัศนคติทางความคิดของธุรกิจมีการกำหนดทิศทางทางการดำเนินธุรกิจโดยนำแนวคิดทางการตลาดกับนวัตกรรมมาใช้ในการสร้างสรรค์สินค้า บริการ ลูกค้าและธุรกิจ ดังเช่นที่ Drucker (1958) กล่าวว่า การตลาดและนวัตกรรมเป็นงานพื้นฐานของธุรกิจไม่สามารถพิจารณาแยกกันได้ ดังนั้นนวัตกรรมและการตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตและดำรงอยู่อย่างยั่งยืน และปรากฏว่าสิ่งที่พบชัดเจนในยุคดิจิทัลคือการเติบโตอย่างก้าวกระโดดทางเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลกระทบต่อพัฒนาในภาคธุรกิจทั้งภาคการผลิต การขนส่ง การบริการและการตลาด การก่อเกิดธุรกิจใหม่และแนวคิดใหม่ที่อาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญ อาทิ โอกาสทางการตลาดในธุรกิจที่ใช้แนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) การพัฒนาช่องทางการตลาดสู่การผสมผสานช่องทางการตลาดของกิจการทั้งหมดเข้าด้วยกัน (Omni-Channel) การทำตลาดด้วยเนื้อหา (Content Marketing) การพัฒนาเครื่องมือทางการตลาดเพื่อรองรับการเติบโตของสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) เป็นต้น

ทั้งนี้การควมรวมระหว่างเทคโนโลยีและการตลาดก่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านจากการตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Marketing) สู่การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) การเปลี่ยนผ่านนี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมของผู้บริโภค ความต้องการสินค้าและบริการที่จะตอบสนองรูปแบบชีวิตในสังคมดิจิทัล การเพิ่มขึ้นของธุรกิจรูปแบบใหม่ เช่น สตาร์ทอัพ (Startup) ที่อาศัยเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อน การเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่ทำได้ง่ายด้วยเงินทุนน้อย เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อยอดขาย การเติบโตของธุรกิจ รูปแบบการสื่อสารและการแสวงหาโอกาสใหม่ของธุรกิจในยุคดิจิทัล โดยแนวโน้มการตลาดดิจิทัลมุ่งไปที่ การตลาดอัตโนมัติ (Marketing Automation) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics)(Kenneth, 2016) อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เสพติดสังคมออนไลน์ ใช้เวลากับคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตมากขึ้น จนเกิดรูปแบบของการแสดงพฤติกรรมทางการตลาดบนสังคมออนไลน์ เกิดการพัฒนาเครื่องมือทางการตลาดเพื่อการสื่อสาร ช่องทางการขาย รวมถึงโอกาสทางธุรกิจบนสังคมออนไลน์ จากการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค และพยายามหารูปแบบทางพฤติกรรมมาอธิบายการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ว่ามีปัจจัยใด(ที่นอกเหนือจากที่เคยศึกษามา) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน จากการเปลี่ยนแปลงที่กล่าวมาเป็นสาเหตุให้สนใจศึกษาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Customer Journey) อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนผ่านจากการตลาดแบบดั้งเดิมสู่การตลาดยุคดิจิทัล

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคก่อนยุคดิจิทัล

ในอดีตกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ของ Engel, Blackwell and Kollat(1968) ไม่มีความซับซ้อน เป็นกระบวนการแบบเส้นทางเดียว จากต้นจนจบ (Single Journey) เริ่มจาก

1. การเกิดความต้องการและตระหนักถึงปัญหา (Problem/Need Recognition) การเกิดความต้องการ อาจเป็นผลมาจากวัฒนธรรม ชั้นสังคม กลุ่มอ้างอิง สถานะทางการเงิน รวมถึงการรับสิ่งเร้าทางการตลาดที่นักการตลาดพยายามสื่อสาร เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าหรือบริการ ส่วนการตระหนักถึงปัญหาจะเป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคเกิดความต้องการเกิดขึ้น แต่ยังไม่มีความต้องการสินค้าหรือบริการใดมาตอบสนองความต้องการนั้นได้ เครื่องมือในขั้นตอนนี้จึงเป็นการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกลางแจ้ง เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ (Information Search) ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลภายใน กล่าวคือข้อมูลจะถูกดึงมาจาก ความทรงจำของตนเองก่อน โดยผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความรู้ ความเข้าใจ การเรียนรู้และประสบการณ์ที่ต่างกัน ซึ่งล้วนมีผลต่อการสร้างความทรงจำต่อผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน และการค้นหาจากแหล่งข้อมูลภายนอก เช่น การค้นหาจากผู้ขายหรือผู้ผลิต สื่อโฆษณา เว็บไซต์องค์กร ครอบครั้ว เพื่อน ทั้งนี้การค้นหาข้อมูลของผู้บริโภคอาจแบ่งเป็น 3 กรณีคือ 1)กรณีการซื้อในเรื่องสำคัญ 2)กรณีมีความต้องการจะเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากขึ้น 3)กรณีที่ค้นหาข้อมูลทำได้ง่าย (Punj and Staelin, 1983) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Bettman & Park(1980) ที่ว่าผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางจะมีการสืบค้นข้อมูลมากกว่าผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในระดับสูงและระดับต่ำ ดังนั้นยิ่งการตัดสินใจซื้อต้องมีกระบวนการคิดหรือแก้ไขปัญหาอย่างรอบคอบมากเท่าไร การค้นหาข้อมูลจะยิ่งมีความถี่มากขึ้นตามลำดับ

3. การนำข้อมูลมาประเมินทางเลือก (Evaluate of Alternatives) ในการประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะไม่พิจารณาทุกทางเลือกที่เป็นไปได้ แต่จะมีการกำหนดชุดของการพิจารณา ซึ่งหากผู้บริโภคเคยมีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นมาก่อน มักจะพิจารณาจากชุดข้อมูลที่อยู่ในความทรงจำ แต่หากไม่เคยมีประสบการณ์ในผลิตภัณฑ์นั้น จะสร้างวิธีการประเมินใหม่ โดยอาศัยข้อมูลจากการค้นหาสร้างชุดของการพิจารณาใหม่ (Blackwell et al, 2007) ผู้บริโภคอาจใช้เกณฑ์ เช่น ราคา ตราลินค้า ประเทศผู้ผลิต คุณภาพ กระแสนิยม ความเคยชิน เป็นทางเลือกในการตัดสินใจ โดยผู้บริโภคมักจะเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดโดยอาศัยข้อมูล เกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ ที่จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ

4. การซื้อ (Purchase Decision) ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นประจำจากร้านที่คุ้นเคย ชอบร้านขนาดใหญ่ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ราคาถูก จัดวางสินค้าเป็นระเบียบ ใกล้บ้าน ร้านที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีการบริการของร้านค้า พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ เป็นกันเอง การซื้ออาจเกิดขึ้นจากตราลินค้าที่พบเห็นในร้านค้า (Young & Faber, 2000) ดังนั้นการสื่อสาร ณ จุดซื้อ การส่งเสริมการขาย การจัดผังของร้าน รวมถึงรูปแบบและเงื่อนไขการชำระเงิน จึงมีส่วนต่อการตัดสินใจซื้อ

5. การประเมินผลหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior) การใช้สินค้าหรือบริการ อาจเกิดขึ้นได้ทันทีหลังการซื้อหรือเกิดขึ้นในภายหลัง ประเด็นคือการซื้อนั้น ผู้บริโภคจะใช้เมื่อใด ใช้ที่ไหน ใช้อย่างไร ใช้มากน้อยเพียงใด และการกำจัดส่วนที่เหลืออย่างไร นักการตลาดยังสนใจพฤติกรรมหลังการอุปโภค/บริโภค ว่าผู้บริโภคพึงพอใจหรือไม่ เนื่องจากจะนำไปสู่พฤติกรรมอื่นๆ อาทิ หากพึงพอใจจะซื้อซ้ำ บอกต่อ แนะนำผลิตภัณฑ์ให้ผู้อื่นและเกิดความภักดีต่อตราสินค้า และหากไม่พึงพอใจ ผู้บริโภคอาจแสดงพฤติกรรม เช่น การร้องเรียนหรือบอกต่อผู้อื่นถึงความไม่พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ (Blachwell et al, 2006)

รูปแบบของการสื่อสารในอดีตถูกจำกัดอยู่ในเครื่องมือไม่กี่ชนิด การหาข้อมูลไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ประกอบกับผลิตภัณฑ์มีให้เลือกน้อย การตัดสินใจซื้อจึงทำได้ง่าย แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคมีทักษะและความสามารถในการสืบค้นเพิ่มขึ้น มีเครื่องมือในการสืบค้นที่มีประสิทธิภาพและการเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ เป็นเรื่องง่าย ประกอบกับการพัฒนาของช่องทางตลาดในยุคดิจิทัลที่ไม่ได้จำกัดเพียงแค่หน้าร้าน หากแต่มีช่องทางตลาดที่

ถูกพัฒนาขึ้นโดยให้ความสำคัญกับความสะดวกของผู้บริโภค เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ เป็นต้น ทำให้เกิดความซับซ้อนและคาดเดายากในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การใช้รูปแบบของกระบวนการตัดสินใจซื้อแบบเดิมจึงอธิบายพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้ไม่ครบถ้วน เนื่องจากผู้บริโภคไม่ได้รับข่าวสารจากโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์เป็นสื่อหลักอย่างในอดีต สื่อออนไลน์กลายมาเป็นสื่อหลักของผู้บริโภคในปัจจุบัน อีกทั้งการตัดสินใจซื้อไม่ได้เกิดขึ้นในร้านค้าเพียงอย่างเดียว แต่อาจตัดสินใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ หรืออาจเกิดการตัดสินใจซื้อสลับไปมา ไม่แน่นอน หรือแม้กระทั่งก่อนการซื้อ อาจมีการสืบค้นเพิ่มเติมอีก ทำให้เกิดการตลาดต้องศึกษารูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค (Customer Journey) ว่าต้องวางสื่อการตลาดอย่างไรจึงจะครอบคลุมสื่อที่จะติดต่อผู้บริโภคได้ (Touch Point Communication) (Baxendale et al, 2015)

การทำความเข้าใจผู้บริโภคในเชิงลึก (Customer Insight) เป็นเครื่องมือที่นักการตลาดนำมาใช้เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล รูปแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลมีความซับซ้อนขึ้น เทคโนโลยีกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ผู้บริโภคใช้เทคโนโลยีเกี่ยวกับความบันเทิง การศึกษา การทำงาน การติดต่อสื่อสาร การดำเนินธุรกิจ นักพัฒนาด้านเทคโนโลยีจึงออกแบบสื่อดิจิทัลในรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการและการคำนึงถึงความสะดวกของผู้บริโภค เช่น เฟสบุ๊ก ยูทูบ เว็บไซต์ อินสตาแกรม กระจู๋ ไลน์ เครื่องมือค้นหา เป็นต้น จากการสำรวจของ ACNielsen (2008) กับกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทย พบว่า จำนวนผู้ซื้อหนังสือทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น จากปี ค.ศ. 2007 ถึงร้อยละ 7 แต่ผู้ซื้อกลุ่มเสื้อผ้า/เครื่องประดับ/รองเท้า ทางอินเทอร์เน็ตมีอัตราการเติบโตสูงที่สุด โดยเพิ่มจากร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 36 จากผลการสำรวจดังกล่าวสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการซื้อและอัตราการเติบโตของการใช้เทคโนโลยีในยุคดิจิทัลที่ชัดเจน ดังนั้นรูปแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล (Customer Journey) จึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสมระหว่างขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ควบคู่กับการนำเสนอเนื้อหาทางการตลาด (Marketing Content) ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lemon & Verhoef (2016) โดยสรุปเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1. การกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการและตระหนักถึงปัญหา โดยเริ่มจากการศึกษาข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าเป้าหมายว่าคือใคร มีวิถีชีวิตอย่างไร สื่อที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ ความชอบ กำลังซื้อ ความคาดหวังของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในมุมมองลูกค้า แล้วนำข้อมูลเชิงลึกมาใช้ประโยชน์ ในการวางแผนกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะแสดงออกต่อลูกค้าเป้าหมาย เช่น การนำเสนอว่าผลิตภัณฑ์เป็นเหมือนเพื่อนที่รู้ใจ เป็นที่ปรึกษา หรือผู้ช่วยที่คอยแก้ไขปัญหา

ส่วนที่ 2. การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกและการซื้อ ผู้บริโภคนั้นมีทักษะในการค้นหาข้อมูลและมีช่องทางในการค้นหาข้อมูลที่หลากหลาย อาทิ การค้นหาข้อมูลผ่านกูเกิล เพื่อหาข้อมูลในเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ การอ่านความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในกระทู้พันธุทิพย์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในยูทูบ ไลน์ถามข้อมูลเพิ่มเติมจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้พบว่าผู้บริโภคบางคนไปดูผลิตภัณฑ์จริงที่ร้านจำนวน 2 ร้าน เพื่อฟังข้อมูลจากพนักงานขาย ได้เห็นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์จริง ได้ทดลองใช้ เห็นการสาธิตการใช้งาน แต่ยังไม่ซื้อข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อทำการเปรียบเทียบราคา แล้วยังกลับไปดูผลิตภัณฑ์จริงที่ร้านที่ 3 แต่สุดท้ายเมื่อตัดสินใจซื้อกลับตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางออนไลน์เพราะถูกกว่า อีกตัวอย่างหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าออนไลน์ คือ การเกิดขึ้นของร้าน SOS (Sense of Style) Matchbox และ A.SAP ที่แม้แนวโน้มของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าออนไลน์จะเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับยุคสมัย แต่ร้านเหล่านี้กลับพบโอกาสโดยการรวบรวมร้านเสื้อผ้าบนออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมมาไว้ที่ร้าน ทั้งนี้แม้ผู้บริโภคจะเลือกชมสินค้าบนออนไลน์ แต่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ยากเห็นและสัมผัสสินค้าจริง ได้ลองสวมเสื้อผ้า/เครื่องประดับ/รองเท้า ว่าพอดีและเหมาะสมกับตนเองหรือไม่

ส่วนที่ 3. พฤติกรรมหลังการซื้อในยุคดิจิทัลแสดงออกในสังคมออนไลน์อย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อผู้บริโภคไม่พึงพอใจผลิตภัณฑ์ มีช่องทางออนไลน์หลายช่องทางที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคแสดงออกนอกเหนือจากช่องทางรับฟังความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์ อาทิ กระทู้ในพันธุทิพย์ การเขียนข้อความในเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ กลุ่มไลน์

เป็นต้น พฤติกรรมการชอบอ่านความคิดเห็นของคนยุคดิจิทัล ทำให้ธุรกิจต้องสอดส่องในช่องทางการสื่อสารต่างๆ ว่ามีผู้กล่าวถึงผลิตภัณฑ์และตราสินค้าของตนในด้านลบอย่างไร และจะแก้ไขอย่างไรได้ทันที่ ทั้งนี้หากผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์แล้วเกิดความพึงพอใจก็จะแสดงพฤติกรรมการถ่ายภาพและโพสต์ภาพในเฟซบุ๊ก อิน스타그램 กระทั่งผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ กระทั่งพันธุทิพย์ ซึ่งเป็นโอกาสของผลิตภัณฑ์ที่จะมีผู้ช่วยในการสื่อสารในสังคมออนไลน์

สรุป

การเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของคนในสังคมยุคดิจิทัล ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลแตกต่างจากผู้บริโภคในอดีตมาก สื่อหลัก อาทิ โทรศัพท์ หนังสือนิตยสาร วิทยุและนิตยสาร ถูกแทนที่ด้วยสื่อในสังคมออนไลน์ เช่น ยูทูบ เฟซบุ๊ก อิน스타그램 ไลน์ ทวิตเตอร์ การสืบค้นข้อมูลทำได้ง่ายด้วยเครื่องมือในการสืบค้นข้อมูลอย่างกูเกิล การซื้อ-ขายเกิดขึ้นในช่องทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น และการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ดังนั้นดังนั้นผลิตภัณฑ์ควรมีจุดยืนและมีความชัดเจนว่าจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายในประเด็นใด และนักการตลาดต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อสร้างความเข้าใจผู้บริโภคในเชิงลึก (Customer Insight) ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าที่เกิดขึ้นทั้งในร้านและบนสังคมออนไลน์ เพื่อทำความเข้าใจและวิเคราะห์หาความเชื่อมโยงของข้อมูล เพื่อนำไปสู่การวางแผนการสื่อสารที่ครอบคลุมทุกสื่อที่จะติดต่อกับลูกค้าได้ (Communication Touch Point) การกำหนดรูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า (Customer Journey) ที่มีความซับซ้อนจากเดิม และการนำเสนอเนื้อหาทางการตลาด (Content Marketing) ที่เหมาะสมสอดคล้องกับแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อจึงเป็นสิ่งสำคัญ

เอกสารอ้างอิง

- ACNielsen. (2008). **The number of internet shoppers in Thailand up 27% in two years**. Retrieved February 15, 2009, from <http://www.ACNielsen.co.th/news/20080325.shtml>
- Baxendale, Shane, Emma K. Macdonald, and Hugh N. Wilson (2015), "The Impact of Different Touchpoints on Brand Consideration," **Journal of Retailing**, 91 (2), 235–53.
- Bettman, J.R., and Park, C.W. (1980). Effects of Prior Knowledge and Experience and Phase of the Choice Process on Consumer Decision Processes: A Protocol Analysis. **Journal of Consumer Research**, 7 (December), 234-248.
- Blackwell, R., D'Souza, C., Taghian, M., Miniard, P., & Engel, J. (2007). **Consumer Behavior: An Asia Pacific approach**. Australia: Thomson.
- Blackwell, R., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). **Consumer Behavior**. (10th ed.). Mason, OH: Thomson/South-Western.
- Drucker, P.F. (1958), "Marketing and economic development", **Journal of Marketing**, 22(3), pp. 252-9.
- Engel, James F., Kollat, David T. and Blackwell, Rodger D. (1968) **Consumer Behavior**, (1st ed). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Kenneth Alan Grossberg, (2016) The new marketing solutions that will drive strategy implementation, **Strategy & Leadership**, 44 (3), 20-26.

- Lauterborn, B., (1990). **New marketing litany: four ps passe': c-words take over.** Advertising Age 61 (41), 26.
- Lemon, Katherine N.; Verhoef, Peter C., (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. **Journal of Marketing.** Nov2016, Vol. 80 Issue 6, p69-96. 28p.
- McCarthy, E.J., (1960). **Basic Marketing: A Managerial Approach.** Irwin, Homewood.
- Nicosia, Francesco M. (1966) **Consumer Decision Process.** Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Punj, G. & Staelin, R. (1983). A model of consumer information search behavior for new automobiles. **Journal of Consumer Research**, 9(4), 366-380.
- Young, S. & Faber, R. J. (2000). **Impulse buying: Its relation to personality traits and cues.** Advances in Consumer Research, 27, 179-185.

คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล THE SERVICE QUALITY OF HOSPITAL CLINIC IN BANGKOK AND VICINITY.

¹บุญसान ฤทธิ์

² กัญญาภรณ์ อินทวงศ์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มารับบริการและระดับคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิกในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิกในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มารับบริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยหาค่า t-test และค่า F-test หรือค่า One Way ANOVA กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธีการ Scheffe' test เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ และทดสอบสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple linear regression)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 45 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท และลูกค้าส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญต่อ คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้านการสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก ด้านการสร้าง ความเชื่อมั่นไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก ด้านความมั่นคงปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจำแนกตามสถานภาพ 5 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ไม่แตกต่างกัน แต่พบว่า อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ สถานพยาบาลคลินิก กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

¹ บุญसान ฤทธิ์ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

² อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญาภรณ์ อินทวงศ์ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ABSTRACT

This study aimed to study: 1) Individual segments of the general public who use the service and the quality of services provided in hospitals, clinics Metropolitan. 2) quality of Service Clinical Nursing. In the BMA 3) Comparison of Quality of Service Clinical Nursing. In the BMA By personal factors

The samples used in the research. Were 400 customers who come to the hospital clinic. in the BMA the research instrument used in this research were five-level rating scale questionnaire the statistical analysis used . Were tasted frequency, percentage, average, and standard deviation. the hypotheses by using t-test and the F-test or One Way ANOVA cases, the difference was statistically significant. To detect differences in pairs. The significance level 0.05 or 95% confidence level using a formula based on how Schaffer 'test to test the difference in pairs. And regression testing complexes (Multiple linear regressions).

The research found that Individual groups of customers who use the services of a female between the ages of 31-45 years are married. Educational Courses Private company employees Most have a monthly income of between 15001-20000 baht and most customers give priority to the quality of services the hospital clinic in the BMA overall, was at a high level When considering each side, sort in descending order, of reliability. At a high level in the concrete service. At a high level for the needs of the client for building confidence, trust. At a high level and Security. At a high level the results of the test. Comparison of Quality of Service Clinical Nursing. In the BMA The study was 5 on sex, age, education, occupation and income per month, found that gender, education and occupation are different levels of influence on the quality of services the hospital clinic. And found no significant difference in age and average revenue per month. different Affect the quality of the services provided nursing clinical different. The statistical significance level. 05.

Keywords : Quality of service. Hospital clinic. Bangkok and vicinity

บทนำ

ปัจจุบันประชาชนหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพ ประกอบกับจำนวนประชากรของประเทศมีจำนวนสูงขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มประชากรผู้สูงอายุ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและการเติบโตของธุรกิจ ด้านสุขภาพนี้ ประกอบกับนโยบายสนับสนุนของภาครัฐ เช่น การส่งเสริมให้ประเทศเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ในภูมิภาคอาเซียน (Medical Hub of ASEAN) การพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ของไทยให้มี เทคโนโลยีและคุณภาพเพื่อเป็นฐานการผลิต Medical and Health Industry ที่สำคัญในอาเซียน และนโยบาย ส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษของอุตสาหกรรมเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ เป็นหนึ่งใน อุตสาหกรรมเป้าหมายที่ได้รับสิทธิประโยชน์จากการขอส่งเสริม การลงทุน ซึ่งจะต้องสร้างมาตรฐานและพัฒนา ความก้าวหน้าทางการแพทย์ให้เป็นที่ยอมรับทั้งใน และต่างประเทศ เพื่อเป็นการสร้างโอกาสแก่ผู้ประกอบการและ ขยายไปยังธุรกิจการแพทย์ในต่างประเทศ (Global Health Care) รวมทั้งเอกลักษณ์ในด้านการบริการของไทย ทำให้สามารถดึงดูดชาวต่างชาติให้เข้ามาใช้บริการสุขภาพ มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการรักษาด้วยแพทย์เฉพาะทาง ซึ่ง กำลังได้รับความสนใจและมีความต้องการที่หลากหลาย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้บริโภค พร้อมทั้ง นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจและเป็นที่

ต้องการรวมทั้งเป็นที่ยอมรับของตลาดอย่างไรก็ตาม ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย การแข่งขันของตลาดที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้นจึงจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้องให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ให้ดีและรวดเร็วที่สุด รวมทั้งจะต้องมีความยืดหยุ่นพร้อมที่จะรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป อยู่เสมอ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไม่หยุดนิ่งเช่นกัน

การจัดตั้งของธุรกิจด้านสุขภาพในเดือนพฤศจิกายน 2560 มีจำนวน 51 ราย เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน (พ.ย.59) เพิ่มขึ้นจำนวน 16 ราย คิดเป็น 46% และเมื่อพิจารณาสถิติการจัดตั้งใหม่ย้อนหลังรายปีตั้งแต่ 2555 จนถึงปัจจุบัน พบว่า มีแนวโน้มสูงขึ้นสอดคล้องกับธุรกิจอุปกรณ์การแพทย์ที่มีการจัดตั้งธุรกิจเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ประกอบกับปัจจุบันผู้บริโภคช่วงวัยรุ่น วัยทำงาน หรือแม้แต่ผู้สูงอายุที่มีความต้องการการบริการทางการแพทย์เพิ่มสูงขึ้นตามสถานการณ์การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ต่างให้ความสนใจในสุขภาพมากขึ้น เทคโนโลยีในปัจจุบันที่มีความทันสมัยสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวได้ จึงเป็นโอกาสของธุรกิจด้านสุขภาพที่จะเติบโตในอุตสาหกรรมนี้ได้ ภาพรวมของธุรกิจด้านสุขภาพมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัว การหันมาใส่ใจสุขภาพ การส่งเสริมนโยบายของรัฐบาลให้อุตสาหกรรม ด้านสุขภาพสามารถแข่งขันในตลาดอาเซียนและตลาดโลกได้อย่างเข้มแข็ง ประกอบกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยี ของอุตสาหกรรมด้านสุขภาพที่มีมาตรฐาน ซึ่งทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์การแพทย์ วิตามิน อาหารเสริมต่างๆ ได้รับผลดีจากปัจจัยสนับสนุนดังกล่าวข้างต้นด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามธุรกิจประเภทนี้ต้องอาศัยการลงทุนที่สูง องค์กรความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ผู้ประกอบธุรกิจจึงควรมีการร่วมกลุ่มสร้าง ความเชื่อมโยงเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อสามารถแข่งขันทั้งตลาดภายในและต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน ภาครัฐและเอกชนของประเทศสมาชิกอาเซียนทุกประเทศ ต่างเตรียมปรับตัวหลายประการ ที่จะเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี 2563 เนื่องจากจะมีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศสมาชิกได้เสรี วัตถุดิบและแรงงานสามารถเคลื่อนได้โดยอิสระ ภายใต้มาตรฐานสินค้า กฎเกณฑ์ และกฎระเบียบเดียวกัน ทั้งนี้บริการสุขภาพเป็นหนึ่งใน 13 สาขาหลัก ที่จะต้องเร่งรัดดำเนินการในขณะที่ประเทศประสบกับการขาดแคลนกำลังคนวิชาชีพด้านสุขภาพ โดยเฉพาะแพทย์และพยาบาลดังนั้นการรักษาสมดุล ทั้งการปกป้องประชาชนไทยให้ได้รับบริการสุขภาพที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมกับการแข่งขัน เพื่อดำรงความเป็นผู้นำตลาดศูนย์กลางบริการทางการแพทย์แห่งภูมิภาคเอเชีย (Medical Hub of Asia) จึงเป็นเรื่องที่รัฐบาลจำเป็นต้องดำเนินนโยบายควบคู่กันไป ทั้งนโยบายสุขภาพของประเทศและนโยบายศูนย์กลางทางการแพทย์และลดผลกระทบเชิงขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นได้ระหว่างสองนโยบาย อันจะนำไปสู่ความสำเร็จและประโยชน์ของประเทศ เพื่อลดผลกระทบต่อระบบบริการสุขภาพของประเทศ ที่จะมีแนวโน้มไปสู่การตอบสนองต่อกลุ่มที่มีอำนาจซื้อมากเป็นสำคัญ และกระทบกับความเป็นธรรมในการเข้าถึงและได้รับบริการสุขภาพ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 , 2555-2559)

ส่วนธุรกิจบริการด้านสุขภาพคุณภาพในการบริการเป็นแนวความคิดของธุรกิจสมัยใหม่ที่มีความสำคัญมากที่ผู้ผลิตสินค้าและบริการทั้งหลายไม่อาจละเลย ภายใต้ระบบการผลิตสมัยใหม่ และการเอาใจใส่อย่างจริงจังของผู้บริหารธุรกิจทุกระดับ รวมทั้งพนักงานผู้ให้บริการ จึงมีการปรับปรุงคุณภาพ ตั้งแต่การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การผลิต การจัดส่ง และการบริการ โดยเริ่มผลักดันให้ทุกฝ่ายรับรู้ข้อมูลที่เป็นความจริง (Fact) จากงานบริการลูกค้า และเทคโนโลยีสมัยใหม่ และส่งข้อมูลเหล่านั้นย้อนกลับไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อทำการปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องต่อไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ทั้งนี้เพื่อสร้างความประทับใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า และให้เหนือกว่าคู่แข่งตลอดไป โดยเฉพาะธุรกิจบริการมีความสำคัญมากเช่นกัน คุณภาพการให้บริการ จะเป็นส่วนหนึ่งของตัวสินค้า ซึ่งความรวดเร็วของการให้บริการก็เป็นคุณภาพอย่างหนึ่งที่วัดได้ไม่ยากนักแนวความคิดสมัยใหม่ ธุรกิจชั้นนำจะพยายามขยายขอบเขตคุณภาพการบริการ ไปถึงลูกค้าภายในและลูกค้าภายนอก ซึ่งลูกค้าภายในได้แก่กระบวนการหรือขั้นตอนการผลิต หรือคนงานคนต่อไปที่รับงานจากเราไปทำต่อ ส่วนลูกค้าภายนอกก็คือ ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้เข้ามา

รับบริการนั่นเอง รูปแบบนวัตกรรมธุรกิจบริการองค์ประกอบบนเส้นทางการบริการที่มีผลต่อประสบการณ์ของลูกค้า ทั้งทางตรงและทางอ้อม 5 ประการ ที่เรียกว่าพื้นที่สำหรับนวัตกรรมบริการ (Voss & Zomeraijk, 2007) เป็นธุรกิจ มีแนวโน้มที่จะเติบโตมาก เพราะผู้ที่ห่วงใยสุขภาพได้หันมาดูแลและรักษาสุขภาพของตนเองมากขึ้น แต่รูปแบบ บริการที่ต้องการก็มีความหลากหลาย อันเป็นผลมาจากธรรมเนียมและกำลังซื้อที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจุบันบริการด้าน สุขภาพยังมีน้อย และรูปแบบบริการยังมีไม่มากหากภาครัฐให้ความสนใจส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชนบริการ ด้านสุขภาพก็จะเป็นธุรกิจสาขาหนึ่งที่สร้างโอกาสและสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการประเทศไทยมีศักยภาพและจุด แข็งหลายด้านในการพัฒนาธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุที่สามารถให้บริการได้ ทั้งตลาดในประเทศและ ต่างประเทศ ดังนี้ 1) คนไทยมีจิตใจบริการและความเอื้ออาทรเป็นพื้นฐานงานบริการสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นธุรกิจที่ เหมาะสมกับคนไทย 2) ภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย เช่น การนวดแผนโบราณสมุนไพรมีความสอดคล้อง กับความ ต้องการของผู้รักษาสุขภาพ 3) ค่าครองชีพและค่าใช้จ่ายในการซื้อบริการของไทยต่ำกว่าประเทศที่พัฒนาแล้วทำให้ ชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาใช้บริการในประเทศไทยเพิ่มขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560, ออนไลน์)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าไทยจะมีจุดแข็งหลายประการในการให้บริการสำหรับธุรกิจบริการสุขภาพ (Healthcare) แต่จุดอ่อนและอุปสรรคหลายประการ ที่ควรได้รับการพิจารณาหาแนวทางปรับปรุงและแก้ไขเพื่อให้ การพัฒนาธุรกิจบริการนี้สามารถให้บริการในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการขาด แนวทางที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ จึงควรกำหนดให้เป็นมาตรฐานเดียวกันรวมทั้ง ควรมีบุคลากรทางการแพทย์ ที่ มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านสำหรับการให้บริการด้านสุขภาพ และเข้าใจในธุรกิจบริการด้านสุขภาพอย่าง แท้จริงยังมีจำนวนน้อยและมีจำกัดในบางกลุ่ม ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นผู้ที่ศึกษาในด้านสังคมศาสตร์หรือ สาธารณศาสตร์ ขณะที่ภาคธุรกิจและภาคการเงินยังมีความเข้าใจในโอกาสทางธุรกิจนี้ไม่เพียงพอจึงส่งผลให้การพัฒนา ในเชิงพาณิชย์เป็นไปได้ช้าและขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และขาดทักษะการจัดการบริการสำหรับธุรกิจการ บริการด้านสุขภาพ ได้แก่ แพทย์ พยาบาล ผู้ช่วยการพยาบาล รวมทั้งนักกายภาพบำบัด นักโภชนาการและนัก กิจกรรมบำบัด และการให้บริการในปัจจุบันยังไม่มีกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจน เนื่องจากไม่มีการกำกับดูแล และ ไม่มีข้อกำหนดด้านมาตรฐานที่เผยแพร่ให้เป็นที่ทราบโดยทั่วไป

คุณภาพในการบริการ อันเป็นแนวความคิดของธุรกิจสมัยใหม่ที่มีความสำคัญมากสำหรับผู้ผลิตสินค้า และบริการทั้งหลาย ซึ่งไม่อาจละเลย ภายใต้ระบบการผลิตสมัยใหม่ และการเอาใจใส่อย่างจริงจังของผู้บริหารธุรกิจ ทุกกระดับ รวมทั้งพนักงานผู้ให้บริการ ดังนั้นธุรกิจการให้บริการจึงมีการปรับปรุงคุณภาพ ตั้งแต่การวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การผลิต การจัดส่ง และการบริการ โดยเริ่มผลักดันให้ทุกฝ่ายได้รับรู้ข้อมูลที่เป็นความจริง (Fact) จากงานบริการลูกค้า และเทคโนโลยีสมัยใหม่ และส่งข้อมูลเหล่านั้นย้อนกลับไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทราบ เพื่อทำการปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องต่อไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ทั้งนี้เพื่อสร้างความประทับใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ธุรกิจบริการมีความสำคัญมากโดยเฉพาะคุณภาพการให้บริการ จะเป็นส่วนหนึ่งของตัวสินค้า ซึ่งความรวดเร็วของ การให้บริการ ก็เป็นคุณภาพอย่างหนึ่งที่วัดได้ไม่ยากนักแนวความคิดสมัยใหม่ ธุรกิจชั้นนำจะพยายามขยายขอบเขต คุณภาพการบริการ ไปถึงลูกค้าภายในและลูกค้าภายนอก ซึ่งลูกค้าภายในได้แก่กระบวนการหรือขั้นตอนการผลิต หรือคนงานคนต่อไปที่รับงานจากเราไปทำต่อ ส่วนลูกค้าภายนอกก็คือ ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้เข้ามาใช้บริการนั่นเอง รูปแบบนวัตกรรมธุรกิจบริการองค์ประกอบบนเส้นทางการบริการที่มีผลต่อประสบการณ์ของลูกค้าทั้งทางตรงและ ทางอ้อม 5 ประการ ที่เรียกว่าพื้นที่สำหรับนวัตกรรมบริการ (Voss & Zomeraijk, 2007)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการบริการด้านสุขภาพและคุณภาพในการบริการ ซึ่งเป็น แนวความคิดของธุรกิจสมัยใหม่ที่มีความสำคัญมากสำหรับผู้ผลิตสินค้าและบริการทั้งหลายไม่อาจละเลย ภายใต้ระบบการ ผลิตสมัยใหม่ และการเอาใจใส่อย่างจริงจังของผู้บริหารธุรกิจทุกกระดับ รวมทั้งพนักงานผู้ให้บริการ จึงมีการปรับปรุง คุณภาพ ตั้งแต่การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การผลิต การจัดส่ง และการบริการ โดยเริ่มผลักดันให้ ทุกฝ่ายรับรู้ข้อมูลที่เป็นความจริง (Fact) จากงานบริการลูกค้า และเทคโนโลยีสมัยใหม่ และส่งข้อมูลเหล่านั้น ย้อนกลับไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อทำการปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องต่อไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ทั้งนี้เพื่อสร้าง

ความประทับใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะธุรกิจบริการมีความสำคัญมากเช่นกัน คุณภาพการให้บริการ จะเป็นส่วนหนึ่งของตัวสินค้า ซึ่งความรวดเร็วของการให้บริการ ก็เป็นคุณภาพอย่างหนึ่งที่วัดได้ไม่ยากนักแนวความคิดสมัยใหม่ ธุรกิจชั้นนำจะพยายามขยายขอบเขตคุณภาพการบริการ ไปถึงลูกค้าภายในและลูกค้าภายนอก ซึ่งลูกค้าภายในได้แก่กระบวนการหรือขั้นตอนการผลิต หรือคนงานคนต่อไปที่รับงานจากเราไปทำต่อ ส่วนลูกค้าภายนอกก็คือ ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้เข้ามาใช้บริการนั่นเอง รูปแบบนวัตกรรมธุรกิจบริการองค์ประกอบบนเส้นทางการบริการที่มีผลต่อประสบการณ์ของลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม 5 ประการ ที่เรียกว่าพื้นที่สำหรับนวัตกรรมบริการ (Voss & Zomeraijk, 2007)

ปัจจุบันสถานพยาบาลคลินิกในประเทศไทยเปิดใช้ในการรักษาด้านสุขภาพ การรักษาโรคต่าง ๆ มากขึ้น อย่างไรก็ตามการจัดการจัดบริการดูแลและการรักษาโรคในสถานพยาบาล คลินิกยังได้รับการพัฒนาให้ก้าวหน้า สร้างความพึงพอใจและการเข้าถึงในการรับบริการไม่เต็มที่ ทั้งๆ ที่การรักษาที่มีความสำคัญจำเป็นที่จะต้องมีส่วนพยาบาลคลินิกเปิดใช้เพื่อทั่วถึงในการดูแลรักษาสุขภาพ นอกจากนี้ยังไม่มีการศึกษาว่าจะมีแนวทางในการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการการดูแลและรักษาโรคในสถานพยาบาล คลินิกเป็นอย่างไร ประกอบกับแนวคิดคุณภาพการให้บริการที่ดี แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเป็นแนวทางเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการดูแลและการรักษาโรคในสถานพยาบาล คลินิกให้มีคุณภาพทั้งในด้านของการบริหารและการบริการการแพทย์ปัจจุบันให้ยั่งยืนสืบต่อไป

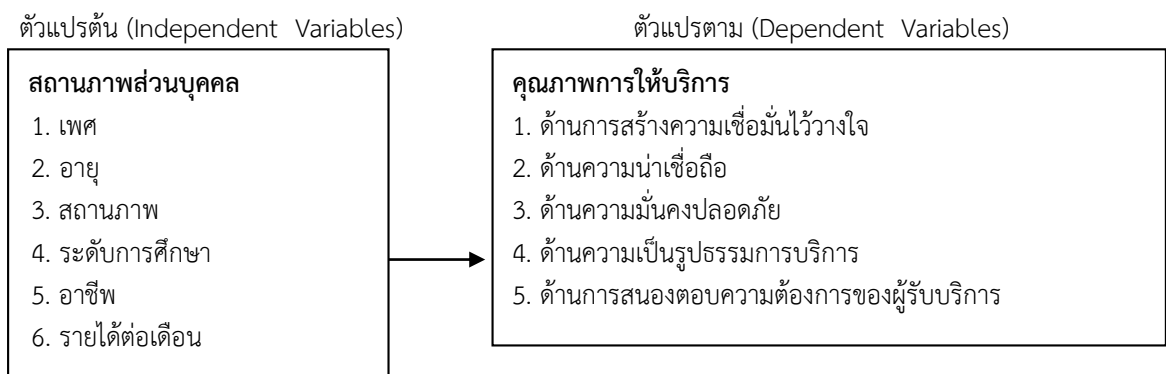
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการและระดับคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิกในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิกในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ผู้วิจัยได้มีทำการวิจัย ตามแนวคิดทฤษฎี คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้กรอบแนวความคิดในการศึกษาดังภาพประกอบ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน) โดยใช้สูตรการคำนวณของ W.G.cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 400 คน

แทนสูตรการคำนวณหา $n =$ (จำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับประชากรที่มีขนาดใหญ่)

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

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม
(โดยทั่วไปนิยมใช้สัดส่วน 50% หรือ 0.50)

E คือ ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

Z คือ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96
(ความเชื่อมั่น 95%) $\gg Z = 1.96$

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (จะต้องสอดคล้องกับค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นนั้นๆ) เช่น ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$n = 384.16$ หรือ 385 คน

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่างและเพื่อป้องกันผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามยังไม่สมบูรณ์ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจแบบสอบถามเพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง รวมแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการสำหรับสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่ศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนด เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสำรวจความคิดเห็น (Quantitative) Research สำหรับวิจัยเชิงปริมาณ เนื้อหาแบบสอบถาม (Questionnaire)

สำหรับแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสำหรับสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ข้อมูลจากผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ 1. ด้านการสร้างเชื่อมั่นไว้วางใจ 2. ด้านความน่าเชื่อถือ 3. ด้านความ

มั่นคงปลอดภัย 4. ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ และ 5. ด้านการสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ ระดับดีมากที่สุด ระดับดี ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาหลักการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา

2. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ

3. สร้างเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งเกณฑ์ในการให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับนั้น ผู้วิจัยใช้การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแบบแบ่งช่วง โดยแปลความตามหลักการแบ่ง อัตราภาคชั้น (Class Interval) ซึ่งใช้เกณฑ์ในการประเมินผล ดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2540) มีดังต่อไปนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการในระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการในระดับมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการในระดับปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการในระดับน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยลักษณะข้อคำถามของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ 1. ด้านการสร้างเชื่อมั่นไว้วางใจ 2. ด้านความน่าเชื่อถือ 3. ด้านความมั่นคงปลอดภัย 4. ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ และ 5. ด้านการสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ

5 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการในระดับมาก

3 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการในระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการในระดับน้อย

1 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการในระดับน้อยที่สุด

4. เสนอร่างเครื่องมือต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ

5. นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อคำถามและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of item Objective Congruence) จากนั้นนำมาปรับปรุง แก้ไข ตามข้อเสนอแนะ การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา กำหนดเงื่อนไขให้ผู้ทรงคุณวุฒิตัดสินใจอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดระดับความคิดเห็นการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

+1 หมายถึง รู้สึกแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องวิจัย

0 หมายถึง รู้สึกไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องวิจัย

-1 หมายถึง รู้สึกไม่แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องวิจัย

สำหรับสูตรในการตรวจสอบว่าดัชนีมีความสอดคล้อง (IOC : Index of item Objective Congruence) มีรายละเอียดดังนี้

สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทนค่า	ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย
	$\sum R$	แทนค่า	ผลรวมของค่าคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
	N	แทนค่า	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การพิจารณาเลือกข้อคำถาม พิจารณาจากข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องไม่ต่ำกว่า 0.50 นำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะก่อนที่จะนำไปทดลองใช้ สำหรับข้อคำถามใดมีค่าดัชนีความสอดคล้องต่ำกว่า 0.50 จะทำการตัดทิ้ง หากผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ พบว่า ค่าถามข้อใดมีค่าดัชนีความสอดคล้องสูงกว่า 0.50 ขึ้นไป จึงแสดงว่าคำถามนั้นใช้ได้ จากผลการวิจัยการตรวจสอบคุณภาพได้ค่าดัชนีความสอดคล้องกันที่ 1.00

ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมของแบบสอบถาม ความเหมาะสมและความชัดเจนของการใช้ภาษาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พบว่า ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามทั้งฉบับมีตั้งแต่ 60% ขึ้นไป หรือ ค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งตามเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าที่คำนวณได้จะต้องมากกว่า 0.50 (IOC > 0.50) (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2545) แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามมีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการศึกษาจึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขคำถาม ตามประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ เช่น ปรับเรียงข้อคำถามตามลำดับความสำคัญ การแก้ไข ประเด็นคำถามให้มีความชัดเจนการแก้ไขภาษาที่ไม่เป็นทางการให้เป็นทางการ การตัดคำในประเด็นคำถามที่ไม่จำเป็นออก

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสถานพยาบาลคลินิกที่มีได้เป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยวิธีการของ Cronbach's วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรง หรือค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient alpha) โดยค่าความเชื่อมั่นจะต้องอยู่ที่ระดับ 0.70 เพื่อแสดงว่าเป็นแบบสอบถามที่สามารถยอมรับได้ (Hair, Anderson, & Tatham, 1987; Hair, Black, Cabin, & Anderson, 2009) และมีความเชื่อมั่น จึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป (ไพฑูริย์ โพธิสว่าง, 2556, หน้า 154-155) โดยงานวิจัยนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 8.10

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนเพื่อนำมาใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการเก็บข้อมูลดังนี้

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาวิเคราะห์ โดยค้นคว้าจากหนังสือ ตำราวิชาการ รายงานการศึกษาวิทยานิพนธ์ของผู้ที่ทำการศึกษาก่อนหน้านี้ และงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยการนำทฤษฎี แนวคิด ข้อมูลที่ค้นคว้าจากตำรา และข้อมูลสารสนเทศ รวบรวมมาวิเคราะห์ร่วมกับผลวิจัยที่ได้จากข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อจัดทำข้อวิจารณ์ และสรุปผลการศึกษา

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลปฐมภูมิในครั้งนี้ โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการใช้แบบสอบถาม สอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่ใช้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบบสอบถามในส่วนต่าง ๆ นั้นจะใช้สถิติในการวิเคราะห์ผลดังนี้

1. คำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน วิเคราะห์โดย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. แบบสอบถามเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์หาข้อสรุปของสมมติฐาน ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการศึกษาดังนี้

การวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1 ระหว่าง ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม กับส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้สถิติ Independent t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม และใช้สถิติการทดสอบแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มขึ้นไปเมื่อพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบด้วยวิธีการ Scheffe' test เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 45 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท และลูกค้าส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญต่อ คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.31) ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.29) ด้านการสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.28) ด้านการสร้างเชื่อมั่นไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.22) ด้านความมั่นคงปลอดภัย อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.21) ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจำแนกตามสถานภาพ 5 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ไม่แตกต่างกัน แต่พบว่า อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.31) ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.29) ด้านการสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ (\bar{X} = 4.28) ด้านการสร้างเชื่อมั่นไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.22) และด้านความมั่นคงปลอดภัย อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.21) ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจำแนกตามสถานภาพ 5 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ไม่แตกต่างกัน และพบว่า อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัย Lukosiute, Zivile (2009) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านเจ้าหน้าที่และความพึงพอใจของผู้ป่วยเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานในโรงพยาบาล ในประสิทธิภาพการทำงานของโรงพยาบาลหรือองค์กรใด ๆ ไม่สามารถทำได้โดยไม่ต้องมีกลยุทธ์ชนะและการปรับปรุงเปรียบเทียบการแข่งขันอย่างยั่งยืน ต้องมองไปที่ผู้ป่วยและความพึงพอใจของพนักงานเป็นแหล่งที่มาของเปรียบเทียบในการแข่งขันที่จะต้องมีการบำรุงรักษาและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ผลการสำรวจความพึงพอใจช่วยให้การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของโรงพยาบาลไปยังโรงพยาบาลอื่น ๆ และที่จะแสวงหาการปรับปรุงในผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้นำในการจูงใจและรักษาผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลสุขภาพที่มีความรับผิดชอบและความต้องการของผู้ป่วย ในงานวิจัยพยายามที่จะพิสูจน์ให้เห็นว่ามีความพึงพอใจผู้ป่วยเกิดจากความพึงพอใจของบุคลากรในการดูแลสุขภาพ มีความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างวิธีการที่พนักงานรู้สึกและผู้ป่วยรู้สึกว่าเป็น เป้าหมายคือ การพิสูจน์ให้เห็นว่าการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยพนักงานและความพึงพอใจผู้ป่วยในโรงพยาบาลไม่สามารถทำได้โดยไม่ต้องมีผู้นำที่มีประสิทธิภาพแรงจูงใจที่เหมาะสมและกลยุทธ์การเก็บรักษาในการพยาบาลและวัฒนธรรมองค์กรที่สร้างสรรค์ เพราะประเด็นสำคัญในปัจจุบันในการพยาบาลหรือไม่พอใจกับงานพยาบาลนั้นเลือกที่จะนำเสนอกลยุทธ์การเก็บรักษาในการพยาบาลโดยใช้ทฤษฎีการสร้างแรงบันดาลใจและข้อมูลจากผลการวิจัยได้ พบว่า ในการแข่งขันสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลสุขภาพและกลยุทธ์การเก็บรักษาในการพยาบาลอาจจะกลายเป็นแหล่งที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขันของโรงพยาบาล ความพึงพอใจของผู้ป่วยกับโรงพยาบาลจะขึ้นอยู่กับผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลสุขภาพและความสามารถของพวกเขานั้นคือเหตุผลที่ผมชอบที่จะพูดว่า: ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลสุขภาพเป็นแหล่งที่มาหลักของเปรียบเทียบในการแข่งขันของโรงพยาบาลเพราะทักษะและความสามารถของพวกเขา ผมได้กล่าวถึงรูปแบบการเป็นผู้นำต่างๆเพื่อที่จะหารูปแบบที่เป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในความพึงพอใจความต้องการของพนักงานและผู้ป่วย ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงคือการได้รับการพิจารณาแบบที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในความพึงพอใจงานของพนักงานซึ่งมีผลกระทบในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยเช่นกันตามการวิจัยที่จัดทำโดย ดร. เจแอมเมย์เลอร์จากอิมพิเรียลวิทยาลัยพยาบาล วัฒนธรรมองค์กรที่สร้างสรรค์เป็นแหล่งหนึ่งของการเปรียบเทียบในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นและความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์กรณีของโรงพยาบาลที่เปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรของพวกกลุ่มผู้ป่วยเพื่อการดูรักษาและหลีกเลี่ยงไม่ได้เป็นเพียงการล้มละลายแต่กลายเป็นตัวอย่างที่โดดเด่นและโรงพยาบาลชั้นนำในความพึงพอใจความต้องการของ ผู้ป่วย และ พนักงานของพวกเขาภายในอุตสาหกรรมดูแลสุขภาพ เพื่อที่จะแข่งขันและเพื่อประสิทธิภาพของโรงพยาบาลที่ต้องการที่จะสร้างและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งเป็นผลมาจากความสามารถหลักของโรงพยาบาล ในท้ายที่สุดผมอยากจะเน้นว่าความฉลาดทางอารมณ์เป็นตัวกำหนดความเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพเพราะงานหลักของการเป็นผู้นำคืออารมณ์ มันเป็นงานของผู้นำที่จะสร้างแรงบันดาลใจเพื่อให้พนักงานมีแรงจูงใจและความมุ่งมั่นและการดำเนินการวัฒนธรรมองค์กรที่การันตีประสิทธิภาพ ในท้ายที่สุดจะเน้นว่าความฉลาดทางอารมณ์เป็นตัวกำหนดความเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพเพราะงานหลักของการเป็นผู้นำคือ

อารมณ์ มันเป็นงานของผู้นำที่จะสร้างแรงบันดาลใจเพื่อให้พนักงานมีแรงจูงใจและความมุ่งมั่นและการดำเนินการองค์กรที่การันตีประสิทธิภาพ Lynch & Schuler (1990) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของคุณภาพการให้บริการด้านการพอใจในคุณภาพการบริการด้านการรักษาพยาบาล ปัจจัยเรื่องสถานที่รอคอย ห้องพัก อาหาร ทำเลที่ตั้ง มนุษย์สัมพันธ์ของผู้ให้บริการ การรับบริการครั้งก่อนความเชื่อในความสามารถ ความรู้ ความชำนาญของผู้ให้บริการ และ Martin Harris (2016) ได้ศึกษาและพบว่าการนำ IT ไปใช้ในวงการบริการเพื่อสุขภาพที่คลีนิกคลีฟแลนด์ โดยระบบ IT ช่วยให้ 1.ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกันระหว่างคลีนิกและคนไข้โดยจะมีการติดตามความคืบหน้าในสถานะของคนไข้และติดต่อสื่อสารกันได้ทุกที่ตลอดเวลา 2. ช่วยให้เกิดการประสานและสร้างเครือข่ายสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ แพทย์ ผู้เชี่ยวชาญต่างสาขาที่อยู่ในที่ต่างๆ กัน ในการดูแล ให้คำแนะนำแก่คนไข้รายเดียวกัน 3. สร้างบันทึกประวัติการรักษา ผลการทดสอบด้านต่างๆซึ่งสามารถดึงมาใช้ได้ตลอดเวลาแบบ real-time 4. สร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน มีการสนทนาสดออนไลน์ การเข้ารับรักษาแบบเสมือนจริง และการให้ความคิดเห็นที่เป็น second opinion มีการสร้างเว็บไซต์ให้ใช้ง่ายและเป็นศูนย์กลางสื่อสังคมออนไลน์ในระหว่างคนไข้และผู้ดูแล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

ในการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1 ด้านการสร้างเชื่อมั่นไว้วางใจ สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ควรให้ความสำคัญและมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ หรือ อินเทอร์เน็ต เนื่องจากผลการวิจัยกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเมื่อพิจารณาจากการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยสุด

2 ด้านความน่าเชื่อถือ สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ควรให้ความสำคัญและมีการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับกำหนดค่าใช้จ่ายในการตรวจสุขภาพอย่างเหมาะสมและยุติธรรม เนื่องจากผลการวิจัยกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเมื่อพิจารณาจากการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยสุด

3 ด้านความมั่นคงปลอดภัย สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ควรให้ความสำคัญและมีการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับห้องตรวจโรค และจุดที่ให้บริการมีระบบการให้บริการที่เอื้อต่อการไหลเวียนผู้ป่วยอย่างเป็นระบบ และสะดวก เนื่องจากผลการวิจัยกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเมื่อพิจารณาจากการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยสุด

4 ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ควรให้ความสำคัญและมีการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานพยาบาล เช่น รถเข็น เนื่องจากผลการวิจัยกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเมื่อพิจารณาจากการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยสุด

5 ด้านการสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ควรให้ความสำคัญและมีการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับค่าเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้เหมาะสมกับการรักษา เนื่องจากผลการวิจัยกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเมื่อพิจารณาจากการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยสุด

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีขอบเขตในการศึกษาที่จำกัดในหลายๆ ด้าน ฉะนั้นหากมีผู้สนใจศึกษาวิจัยในลักษณะนี้ต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

2.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้น การทำศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรที่จะมีการศึกษาวิจัยในจังหวัดอื่นๆ ที่

เป็นอำเภอหรือตัวจังหวัดที่มีลูกค้าเข้าไปใช้บริการสถานคลินิก ซึ่งอาจจะได้ผลการวิจัยที่แตกต่างไปตามสภาพของแต่ละพื้นที่

2.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้น การทำการศึกษารั้งต่อไปควรมีการศึกษาโดยลงรายละเอียดในแต่ละระดับของสถานพยาบาลคลินิก

2.3 การวิจัยครั้งนี้เป็นการมุ่งเน้นในศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลคลินิก ในด้านการสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ และด้านการสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ ดังนั้น การทำการศึกษารั้งต่อไปควรที่จะมีการศึกษาในปัจจุบันด้านอื่นๆ ที่จะส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการสถานพยาบาลคลินิก

เอกสารอ้างอิง

- ชัชวาลย์ ทัดศิวัช. (2552). คุณภาพการให้บริการTPA WRITER:แบ่งปันความรู้สู่กันและกัน. วันที่ค้นข้อมูล 27 ตุลาคม 2555, เข้าถึงได้จาก<http://www.tpa.or.th/writer/readthisbook-Topic>
- ณัฐวุฒินงษ์สิงห์. (2554). คุณภาพการให้บริการของศูนย์แพทยศาสตร์ ศึกษาโรงพยาบาล สรรพสิทธิ ประสงค์จังหวัดอุบลราชธานี.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- นรินทร์ สีงาม. (2553). ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณสุขของ สถานีอนามัยบ้านหนองหญ้าปล้อง ตำบลศีลาลัย อำเภอสามร้อยยอด จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานโยบายสาธารณสุข, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ. 2543. เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุษดี แก้วกันยา. (2554). คุณภาพบริการงานห้องตรวจผู้ป่วยนอกประกันสังคม โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ อุบลราชธานี.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ ทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- พัชรวิมาดา. (2553). คุณภาพการให้บริการตรวจสุขภาพของโรงพยาบาลหัวเฉียว.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป,โครงการบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว) 2560
<http://www.thaيلandsmedevelopment.com/16532719>
- ศิริชัย กาญจนวาสิ. (2545). **ทฤษฎีการประเมิน**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Best, J. W. (1977). Research in Education. (3rd ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml; Valerie, A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing, 49(4), 41-5
- Lynch,J., & Schuler,D.(1990). Consumer evaluation of the quality of hospital services form an economics of information perspective. Journal of health care

marketing.10(6),pp.16-22.

Lukosiute, Zivile. (2009) Building A Competitive advantage Through Staff And Patients` Satisfaction - Improving Performance In A Hospital. Masteroppgave, University of Oslo,

Harris, Alison Marie. 1998. "School-Community Relationship : A Namibian Cast Study." Dissertation Abstracts International. 36(6) : 1437-A; December, 1998.

ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
THE EFFICIENCY OF THE CIVIL SERVICE OFFICE OF DON MUANG, BANGKOK.

จิตติพันธ์ ชีวรุ่งโรจน์*
ดร.ธนาชัย สุขวณิช**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มประชาชนที่มาใช้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 2) ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 3) ภาพลักษณ์ขององค์กรงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 4) การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) ภาพลักษณ์ขององค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มประชาชนที่มาใช้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยหาค่า t-test และค่า F-test หรือค่า One Way ANOVA กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธีการ Scheffe' test เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ และทดสอบสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple linear regression)

ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ขององค์กรของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านองค์กร รองลงมา คือ ด้านพนักงาน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญาชญา ไชยแก้ว (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของพนักงานส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหลุม จังหวัดสุโขทัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล และนำผลการศึกษาเสนอต่อผู้บริหาร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของพนักงาน

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ การให้บริการ สำนักงานเขตดอนเมือง

ABSTRACT

This study aimed to study: 1) individual factors of people who use services of civil department Don Mueang District Office Bangkok. 2) Efficiency of services of civil department Don Mueang District Office Bangkok. 3) The image of civil department Don Mueang District Office

*ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ มหาวิทยาลัยเกริก.

** ปริญญาเอก มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์(ร.ป.ด.).

Bangkok. 4) To compare the efficiency of services of civil department Don Mueang District Office Bangkok categorize by individual factor 5) The image of the organization that affect to efficiency of civil department Don Mueang District Office Bangkok service.

The Samples used in the Research. The people who use the services of civil department Don Mueang District Office Bangkok amount 400 peoples. Analyze statistic such as frequency, percentage, average and standard deviation to hypothesis testing by t-test and F-test or One Way ANOVA. In cases the difference was statistically significant. To detect differences in pairs. The significance level 0.05 or 95% confidence level using a formula based on how Scheffe 'test to test the difference in pairs. And regression testing complexes (Multiple linear Regression).

Keywords: Performance. Serving. Don Muang Dist

บทนำ

ประเทศไทยหรือหน่วยงานภาครัฐของไทย ได้นำเอาเครื่องมือทางการจัดการ (Management Tools) อันนับว่าเป็นเครื่องมือสากลเช่น การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) การจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management-TQM) มาใช้ต่อเนื่องและขยายตัวในเชิงปริมาณเป็นลำดับ กระทั่งต่อมาประเทศไทยได้มีการพัฒนาเครื่องมือการจัดการมาใช้ในการบริหารงานภาครัฐของไทยอย่างหลากหลาย อาทิ ระบบมาตรฐานสากลของประเทศไทยด้านการจัดการและสัมฤทธิ์ผลของงานภาครัฐ (P.S.O.) รางวัลคุณภาพแห่งชาติของประเทศไทย (TQA) และการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) ก็ได้รับการพัฒนาและผลักดันเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงระบบการบริหารและการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐทั้งราชการส่วนกลาง และราชการส่วนภูมิภาค รวมถึงราชการส่วนท้องถิ่นอย่างแพร่หลาย คุณภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ จัดได้ว่าเป็นเรื่องหรือแนวคิดใหม่ที่หน่วยงานภาครัฐจะต้องดำเนินการตามกรอบและบริบทของการปฏิรูประบบบริหารภาครัฐของไทย โดยเฉพาะนับแต่ได้มีการรื้อปรับระบบราชการครั้งใหญ่เมื่อปี พ.ศ.2545 อันเป็นผลมาจากทั้งนโยบายของรัฐบาลในสมัยนั้น (สมัยพันตำรวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี) และข้อกำหนดจากบทบัญญัติของกฎหมายหลายฉบับ อาทิ กฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน กฎหมายว่าด้วยการปรับปรุงส่วนราชการ และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี เป็นต้น ประกอบกับการนำแนวคิดของการบริหารงานราชการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result-based Management) ได้ทำให้หน่วยงานราชการต่างๆ มุ่งกำหนดเป้าประสงค์หลักเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Core Objective) ในการจัดบริการประชาชนทุกระดับเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ อันเป็นไปตามเจตนารมณ์ในการพัฒนาระบบราชการในเชิงการจัดระบบบริหารราชการแผ่นดินที่เน้นความมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามบทบัญญัติที่ระบุไว้ในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546

จากที่ได้กล่าวถึงมิติของการประเมินการให้บริการ ซึ่งเป็นมิติหลักด้านหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานครโดยมีตัวชี้วัดที่สำคัญในเรื่องความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนการปรับปรุงแก้ไขบริการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการนั้น ในทางวิชาการและปฏิบัติ แม้จะสามารถวัดผลโดยกำหนดเครื่องมือได้ง่าย เช่น การใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มาใช้หรือขอรับบริการจากหน่วยงาน แต่ก็ยังคงมีประเด็นที่น่าสนใจอันนำมาสู่การทำความเข้าใจในครั้งนี้อ่า คุณค่าของการวัดของผู้รับบริการเพื่อสะท้อนคุณภาพของการให้บริการของสำนักงานเขตดอนเมืองที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนั้น เป็นเรื่องชี้วัดที่สะท้อนถึงการให้บริการอย่างแท้จริงหรือไม่ เพียงใด และการกำหนดเครื่องมือเพื่อชี้วัดการให้บริการจากผู้รับบริการนั้น มีตัวแบบหรือทฤษฎีพื้นฐานที่เป็นมาตรฐานกำหนดแนวทางปฏิบัติหรือการวัดหรือไม่ และความ

สนใจของผู้เขียนเองว่า หากได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องประสิทธิภาพของการให้บริการ ตามตัวแบบที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย จะให้ผลของการวัดที่สะท้อนมิติของการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ดีขึ้นหรือไม่ รวมทั้งจะสามารถพัฒนาตัวแบบการให้บริการเป็นเครื่องมือพื้นฐานเพื่อการตรวจวัดการให้บริการของหน่วยงาน (Service Quality Diagnostic Tools) ได้เพียงใด อันจะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน ให้ความสนใจศึกษาประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานครรวมทั้งการพัฒนาเครื่องชี้วัดคุณภาพการให้บริการของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานครขึ้นโดยลำดับ

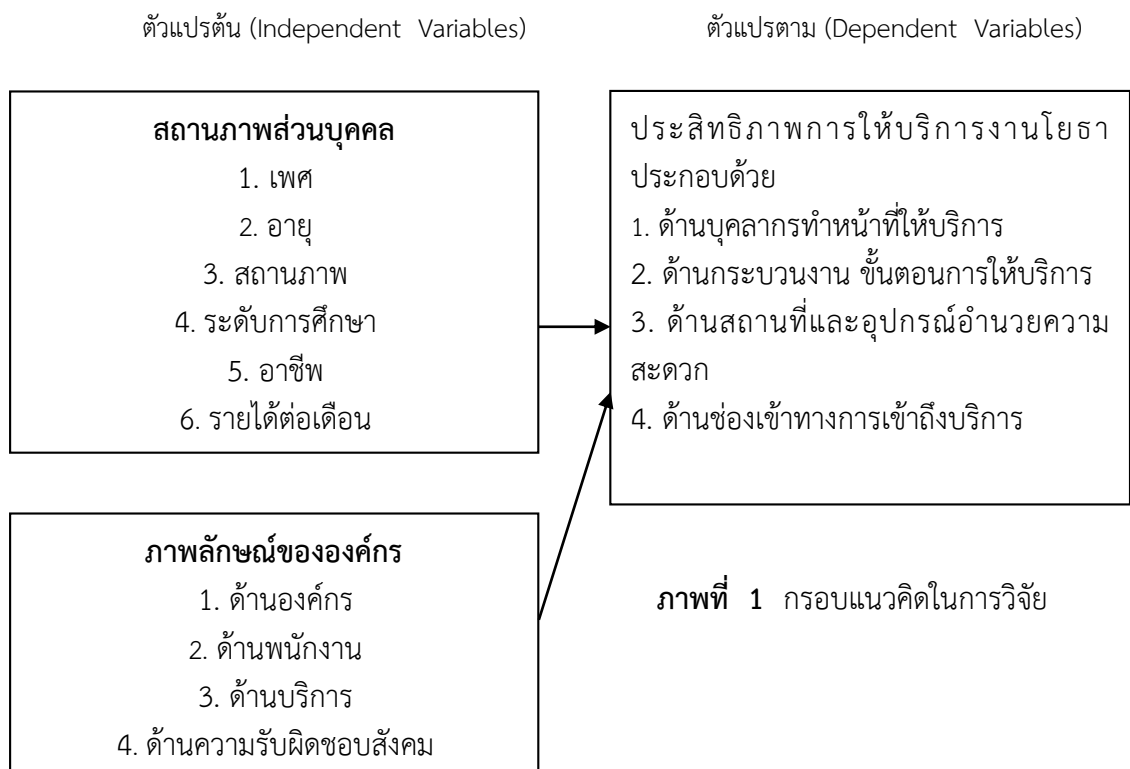
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มประชาชนที่มาใช้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาระดับภาพลักษณ์ขององค์กรงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
5. ภาพลักษณ์ขององค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ผู้วิจัยได้มีทำการวิจัย ตามแนวคิดทฤษฎี 3 ด้านโดยเลือกใช้ ทฤษฎีปัจจัยส่วนบุคคลของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 41-42) ทฤษฎีประสิทธิภาพของการให้บริการของ Elmore Peterson and E. Grosvenor P; owman (1953: 433), Herbert A. Simon (1960: 180-181) และทฤษฎีการให้บริการของ Millet (1954: 397-400) ในการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยมีกรอบแนวความคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) ได้แก่ กลุ่มประชาชนที่มาใช้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มประชาชนที่มาใช้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร (ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน) โดยใช้สูตรการคำนวณของ W.G.Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 400 คน

แทนสูตรการคำนวณหา $n =$ (จำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับประชากรที่มีขนาดใหญ่)

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

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

(โดยทั่วไปนิยมใช้สัดส่วน 50% หรือ 0.50)

E คือ ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

Z คือ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96

(ความเชื่อมั่น 95%) $\gg Z = 1.96$

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (จะต้องสอดคล้องกับค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นนั้นๆ) เช่น ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$n = 384.16$ หรือ 385 คน

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่างและเพื่อป้องกันผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามยังไม่สมบูรณ์ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรองแบบสอบถามเพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง รวมแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 3 เดือน

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นศึกษาวิจัยที่เน้นการดำเนินงานเชิงปริมาณ ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ในขั้นตอนนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมี 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) ได้แก่ กลุ่มกลุ่มประชาชนที่มาใช้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 4 หัวข้อใหญ่ คือ ด้านบุคลากรทำหน้าที่ให้บริการ ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการด้านสถานที่และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านช่องเข้าทางการเข้าถึงบริการ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 4 หัวข้อใหญ่ คือ ด้านองค์กร ด้านพนักงาน ด้านบริการ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ข้อมูลทั้งส่วนที่ 2 และ 3 ใช้ระดับการวัดเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ 2549, น.77) 5 อันดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนและค่าน้ำหนักตัวเลขตามวิธีวิจัยของ ลิเคิร์ท (Likert Scale) ตามระดับความสำคัญ ดังนี้

5 หมายถึง	ระดับความสำคัญมากที่สุด
4 หมายถึง	ระดับความสำคัญมาก
3 หมายถึง	ระดับความสำคัญปานกลาง
2 หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อย
1 หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

การแปลค่าความหมาย ผู้วิจัยใช้คะแนนเฉลี่ยเป็นเกณฑ์ในการแปลค่า โดยกำหนดช่วงในการจำแนก ดังนี้

$$\text{ช่วงการวัด} = \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าได้} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์การแปลค่าความหมายของแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ดังนี้

4.21-5.00	ระดับความสำคัญมากที่สุด
3.41-4.20	ระดับความสำคัญมาก
2.61-3.40	ระดับความสำคัญปานกลาง
1.81-2.60	ระดับความสำคัญน้อย
1.00-1.80	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นศึกษาวิจัยที่เน้นการดำเนินงานเชิงปริมาณ ดังนั้นการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมี 2 วิธี คือ

1. ตรวจสอบเครื่อง โดยนำเครื่องมือที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ว่าประเด็นคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยหรือไม่ แล้วนำผลการพิจารณาไปทำการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธีการหาดัชนีความสอดคล้อง โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

+1 หมายถึง	คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย
0 หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย
-1 หมายถึง	คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

หลังจากนั้นนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญของผู้เชี่ยวชาญหาความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยแทนค่าสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC คือ ดัชนีความสอดคล้อง (index of item - objective congruence)

R คือ คะแนนความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การแปลความหมายมีดังนี้

ค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 หมายความว่า คำถามนั้นวัดตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า IOC น้อยกว่า 0.50 หมายความว่า คำถามนั้นวัดไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

โดยในการศึกษานี้ได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม

โดยค่า IOC ของแบบสอบถามทั้งชุดมีค่าอยู่ในระหว่าง 0.667-1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ ดังนั้นแบบสอบถามดังกล่าวจึงตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มประชาชนที่มาใช้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตที่มีได้เป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยวิธีการของ Cronbach's วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรง หรือค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient alpha) โดยค่าความเชื่อมั่นจะต้องอยู่ที่ระดับ 0.70 เพื่อแสดงว่าเป็นแบบสอบถามที่สามารถยอมรับได้ (Hair, Anderson & Tatham, 1987; Hair, Black, Cabin & Anderson, 2009) และมีความเชื่อมั่น จึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป (ไพฑูริย์ โพธิสว่าง, 2556, หน้า 154-155) โดยงานวิจัยนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 8.20

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายความคิดเห็นของกลุ่มประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานครโดยแบบสอบถามในส่วนต่างๆ นั้น จะใช้สถิติในการวิเคราะห์ผลดังนี้

1. เป็นสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) ได้แก่ กลุ่มกลุ่มประชาชนที่มาใช้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน วิเคราะห์โดย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์หาข้อสรุปของสมมติฐาน ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการศึกษาดังนี้

การวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1 ระหว่าง ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม กับส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Independent t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม และใช้สถิติการหาความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มขึ้นไปเมื่อพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบด้วยวิธีการ Scheffe' test เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่

การวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2 ระหว่าง ส่วนที่ 2 ภาพลักษณ์ขององค์กรงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร กับส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยใช้รูปแบบสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple linear regression) ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (dependent variable, outcome, Y) 1 ตัว และตัวแปรอิสระ (independent variable, predictor, X) หลายตัวพร้อมกัน เพื่อทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ ทิศทางความสัมพันธ์ และลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สถิติที่ใช้หาคุณภาพของเครื่องมือ

- 1) หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)
- 2) หาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (index of items objective congruence: IOC)

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 249 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.20 และเป็นเพศหญิง จำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.80 อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41 -50 ปี จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมา คือ 51- 60 ปี จำนวน 101 ราย สถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สถานภาพโสด จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.40 รองลงมา สถานภาพสมรส จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 ตามลำดับ ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.20 รองลงมา ปริญญาโท จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.20 ตามลำดับ อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.20 ตามลำดับ รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 171 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.80 รองลงมา รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 ตามลำดับ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.51) รองลงมา คือ ด้านช่องเข้าทางการเข้าถึงบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.46) ด้านบุคลากรทำหน้าที่ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.41) ด้านสถานที่และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.39) ตามลำดับ

ภาพลักษณ์ขององค์กรงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ ระดับภาพลักษณ์ขององค์กรงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.38) รองลงมา คือ ด้านพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.33) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.33) ด้านบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.32) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ในช่วง 41 -50 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ระดับความสำคัญต่อประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธา โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ รองลงมา ด้านช่องเข้าทางการเข้าถึงบริการ ด้านบุคลากรทำหน้าที่ให้บริการ ด้านสถานที่และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวิชญ์ มาลัยกุล (2552) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลเมืองปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของเทศบาล 3 ด้าน คือ 1) ด้านระบบการให้บริการ ประกอบด้วย ขั้นตอนการให้บริการและรูปแบบการบริการ 2) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ประกอบด้วย การปฏิบัติงานและบุคลิกภาพ การแสดงออก และ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย ความสะดวกในการรับบริการ เวลา สถานที่และอุปกรณ์ที่ให้บริการ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 423 คน วิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านระบบการให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการโดยรวมระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจในความเหมาะสมของเวลาในการรอรับบริการและให้บริการติดต่อกันไม่หยุดบริการ สามารถขอรับบริการได้ตลอดเวลาในระดับมากที่สุด ส่วนรูปแบบการบริการพึงพอใจในระดับมาก 2) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ การปฏิบัติงาน ภาพรวมพึงพอใจในระดับมาก โดยพึงพอใจเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ เจ้าหน้าที่มีทักษะและความจริงใจในการบริการในระดับมากที่สุด ส่วนบุคลิกภาพพึงพอใจในระดับมาก 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมพึงพอใจในระดับมาก โดยพึงพอใจต่อเทคโนโลยีที่ให้บริการ และสถานที่ให้บริการเหมาะสม เพียงพอ กว้างขวาง

สามารถรองรับผู้รับบริการได้จำนวนมากในระดับมากที่สุด และพึงพอใจในอุปกรณ์/เวลาในระดับมาก ส่วนรูปแบบการบริการพึงพอใจในระดับมาก 2) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ การปฏิบัติงาน ภาพรวมพึงพอใจในระดับมาก โดยพึงพอใจเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ เจ้าหน้าที่มีทักษะและความจริงใจในการบริการในระดับมากที่สุด ส่วนบุคลิกภาพพึงพอใจในระดับมาก 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมพึงพอใจในระดับมาก โดยพึงพอใจต่อเทคโนโลยีที่ให้บริการ และสถานที่ให้บริการเหมาะสม เพียงพอ กว้างขวาง สามารถรองรับผู้รับบริการได้จำนวนมากในระดับมากที่สุด และพึงพอใจในอุปกรณ์/เวลาในระดับมาก

ภาพลักษณ์ขององค์กรของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญต่อภาพลักษณ์ขององค์กรของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านองค์กร รองลงมา คือ ด้านพนักงาน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญาชญา ไชยแก้ว (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของพนักงานส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหลุม จังหวัดสุโขทัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล และนำผลการศึกษาเสนอต่อผู้บริหาร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของพนักงานส่วนตำบลองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหลุมจังหวัดสุโขทัย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหลุม จำนวน 68 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้ และนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผล ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการส่วนมากเป็นเพศหญิงอายุ 36 – 45 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพเกษตรกร รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของพนักงานส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหลุม จังหวัดสุโขทัยมีระดับความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกวิเคราะห์รายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทั้งสิ้น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรม ด้านหลักสำนึกรับผิดชอบต่อ ด้านหลักความโปร่งใส ด้านหลักความคุ้มค่า และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางในด้านหลักการมีส่วนร่วมและประชาชนมีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการสนับสนุนและสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบ เพื่อเป็นการเชิญชวนและชี้แนะให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหลุมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

ในการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

1.1 ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธา

1.1.1 ด้านบุคลากรทำหน้าที่ให้บริการ สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญและมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่มีความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ตรงไปตรงมา ตามลำดับก่อน-หลัง

1.1.2 ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญและมีการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับมีป้ายประชาสัมพันธ์ลำดับขั้นตอนการให้บริการให้เห็นอย่างชัดเจน

1.1.3 ด้านสถานที่และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญและมีการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับอาคารสถานที่มีความสะอาด สวยงาม เป็นระเบียบ มีความปลอดภัย

1.1.4 ด้านช่องเข้าทางการเข้าถึงบริการ สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพของการให้บริการงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญและมีการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับการติดต่อสอบถามข้อมูล/บริการไว้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ โทรสาร E-Mail Internet Hotline Webpage

1.2. ภาพลักษณ์ขององค์กร

1.2.1 ด้านองค์กร สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญและมีการปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับมีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ

1.2.2 ด้านพนักงาน สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญและมีการปรับปรุงพัฒนาระบบให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ที่มีความประพฤติเหมาะสม น่าเชื่อถือ

1.2.3 ด้านบริการ สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญและมีการสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ

1.2.4 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรงานโยธาของสำนักงานเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญและมีการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นในหัวข้อเกี่ยวกับจัดให้มีความช่วยเหลือหรือคำปรึกษานุคคลภายนอก

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 แนะนำให้ทำการศึกษาแบบการสัมภาษณ์โดยตรงเพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบอย่างสมบูรณ์ ว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างจากผลการศึกษาระดับนี้มากน้อยเพียงใด

2.2 แนะนำให้ทำการศึกษาในกลุ่มประชากร กลุ่มอื่นๆ เช่น ศึกษาในจังหวัดอื่นเพิ่มเติม เพื่อศึกษาว่าสถานที่ต่างนั้นผลการศึกษามีความแตกต่างจากที่นำเสนอในงานวิจัยฉบับนี้หรือไม่ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงวางแผน กลยุทธ์ทางการตลาดแบบเจาะลึกกลุ่มประชาชนเพื่อให้ตรงกับความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้มากที่สุดกับประชาชนแต่ละกลุ่มแต่ละพื้นที่ได้

เอกสารอ้างอิง

จรัส สุวรรณมาลา. (2539). การตรวจสอบผลการดำเนินงาน กลยุทธ์ในการปรับปรุงบริการภาครัฐ. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ.

ชูบ กาญจนประกร. (2510). **หลักรัฐประศาสนศาสตร์**. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ตุลา มหามสุธานนท์. (2545). **หลักการจัดการ หลักการบริหาร**. กรุงเทพฯ: นศ. พัฒนา.

เทพศักดิ์ บุญรัตน์. (2536). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติ กรณีศึกษา สำนักงานของกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการพัฒนา. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาบัณฑิตบริหารศาสตร์

ธงชัย สันติวงษ์. (2537). **ทฤษฎีองค์กรและการออกแบบ**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธงชัย สันติวงษ์. (2543). **กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. (2551). **นิตยภับริหาร**. เชียงใหม่: ออเรนจ์ กรุ๊ป ดีไซน์.

นิรมน กิติกุล (2545) **องค์กรและการจัดการ**. กาญจนบุรี: สถาบันราชภัฏกาญจนบุรี.

ปรัชญา เวสารัชช. (2523). **องค์กรกับลูกค้า**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิทยา บวรวัฒนา. (2549). **ทฤษฎีองค์กรสาธารณะ**. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภากการพิมพ์.

- วรภัทร์ ภูเจริญ. (2541). **แนวทางการประเมินคุณภาพภายในสถานศึกษา**. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีด.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2548). **การบริหารจัดการและการบริหารการพัฒนาขององค์กรตาม รัฐธรรมนูญ และหน่วยงานของรัฐ**. กรุงเทพฯ: นิติธรรม.
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2555). **แนวคิด ทฤษฎี และประเด็นเพื่อการบริหารทางการศึกษา** (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุทธิ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). **การวิจัยการตลาด ฉบับมาตรฐาน**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สมพงศ์ เกษมสิน. (2526). **การบริหาร** (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- สมิต สัจฉกร. (2542). **การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ**. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). **การจัดการ: จากมุมมองนักบริหาร** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จีพีไอเบอร์พริ้นท์.
- สินเลิศ สุขุม. (2543). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรม คอมพิวเตอร์ของเจ้าหน้าที่ตำรวจกองบังคับการสืบสวนคดีเศรษฐกิจ**. วิทยานิพนธ์ สังคมวิทยา มหาวิทยาลัยศิลปากร และสังคม, บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนันทา ทวีผล. (2550). **ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการด้านให้คำปรึกษา แนะนำปัญหา ด้านกฎหมายของสำนักงานอัยการพิเศษฝ่ายช่วยเหลือทางกฎหมาย3 (สคช.)**. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุรพันธ์ฉันทะแดนสุวรรณ. (2546). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏจันทรเกษม.
- Barnard, Chester, V. (1961). **The Functions of The Executive**. Massachusetts: Harvard University Press.
- Certo, S. C. (2000). **Modern Management**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Drucker, Peter F. (2005). **The effective executive**. Australia : Wadsworth.
- Good, C.V. (1973). **Dictionary of Education**. New York : McGraw-hill Book.
- Grant, George F. (1979). **Development administration: Concepts, goals, methods**. Madison: The University of Wisconsin.
- Gulick, L. & Urwick, L. (editors). (1937). **Paper on the Science of Administration**. New York: Institute of Public Administration.
- Harrington, H. (1996). **James and James S. Harrington**. High performance benchmarking – 20 steps to success. New York: McGraw-Hill.
- Katz, D., & Kahn, R.L. (1978). **The Social Psychology of Organization** (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Koontz, H. and Weihrich . H. (1988). **Management**. New York : McGraw –Hill
- McGregor, Douglas. (1960). **The Human Side of Enterprise**. New York : McGraw-Hill.
- Millet, John D. (1954). **Management in the Public Service**. New York : McGraw Hill Book Company.
- Millet. (1954). **Management in the Public Service**. The quest for effective performance. New York: McGraw-Hill Book.
- Munsterberg, Hugo. (1913). **Psychology and Industrial Efficiency**. Available: from <http://en.wikipedia.org>.
- Peterson, Elmore and E. Grosvenor Plowman. (1953). **Business Organization and Management**. Homewood, Ill. : Richard D. Irwin.
- Ryan, T.A. and Smith, P.C. (1954). **Principle of Industrial Psychology**. New York: The Mcnalla Press Company.

- Simon, Herbert A. (1960). **Administrative Behavior**. New York : The McMillen Company.
- Stoner,A.F. (1978). **Management**. Englewood Cliffs, New York : Prentice Hall,
- Zaleanick et al. (1958). **Motion productivity and Satisfaction of worker**. Massachusettes:
Division of Research, Harward University.

คุณภาพชีวิตของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด QUALITY OF WORK LIFE EMPLOYEES SOMAX SYNDICATES CO., LTD.

ปัทมา ทิมาสรวิชกิจ*
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาชัย สุขวณิช**

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด และเพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอายุการทำงาน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่พนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำนวน 164 คน ใช้สถิติวิจัย โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean:) และค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าที (t-test) และค่าเอฟ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป

ผลการศึกษาพบว่า

ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการปฏิบัติงานในสังคม และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การบูรณาการด้านสังคม การเปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอายุการทำงาน พบว่าพนักงานที่มี เพศ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอายุการทำงานแตกต่างกัน มีระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานไม่แตกต่างกัน ยกเว้นพนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด อยู่ในระดับสูง การเปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอายุการทำงาน พบว่าพนักงานที่มีเพศ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอายุการทำงานแตกต่างกันมีระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานไม่แตกต่างกัน ยกเว้นพนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน

ABSTRACT

The purposes of this research were to study the level of quality of work life of employees in Somax Syndicates Co., Ltd. And comparison the level of quality of work life of employees in Somax Syndicates Co., Ltd. that categorize following are sex, ages, incomes, status, educations and work experiences by use the

* ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ มหาวิทยาลัยเกริก.

** ปริญญาเอก มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์(ร.ป.ด.).

quantitative research methods collect the data by using questionnaire. Samples are the employees in Somax Syndicates Co., Ltd amount 164 peoples. Statistics used to analyze the data were arithmetic mean and standard deviation: S.D. Statistical hypothesis testing are t-test and f-test for comparison the samples.

The results revealed that

The level of quality of work life of employees in Somax Syndicates Co., Ltd were a high level when consider as income were found that work-life balance were the highest mean. The higher were community work and the lowest mean were social integration. Comparison the level of quality of work life of employees in Somax Syndicates Co., Ltd. that categorize following are sex, ages, incomes, status, educations and work experiences. The employees who are different about sex, income, status, education levels, and working life that theirs level of quality of work life are not different. Except the employees who are different about ages that theirs level of quality of work life are different.

The results of the hypothesis test showed that

The quality of work life of employees in Somax Syndicates Co., Ltd were a high level. Comparison the level of quality of work life of employees in Somax Syndicates Co., Ltd. that categorize following are sex, ages, incomes, status, educations and work experiences. The employees who are different about sex, income, status, education levels, and working life that theirs level of quality of work life are not different. Except the employees who are different about ages

Keyword: Quality of Work Life

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของโลกได้ส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิต และการทำงานของมนุษย์ในทุกส่วนของโลก ทำให้ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการในการบริหารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการบริหารทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและมีความสำคัญที่สุดขององค์การที่จะทำให้งานมีคุณภาพ การพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานที่เหมาะสมจะทำให้บุคลากรในองค์การสามารถปฏิบัติงานได้เต็มศักยภาพ ส่งผลให้องค์การประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ความสำเร็จดังกล่าวเกิดขึ้นได้จากความสามารถ ความรอบรู้ในงาน ความตั้งใจทุ่มเทและความร่วมมือกันทำงานของพนักงานภายในองค์การ ทั้งหมดนี้ต้องมาจากการที่พนักงานในองค์การส่วนใหญ่มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดี โดยได้รับความพึงพอใจในเรื่องเกี่ยวกับตัวพนักงานมากที่สุดก่อนเรื่องอื่น ๆ ซึ่งเกิดจากสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่มองเห็นความก้าวหน้าในอาชีพการงานที่ดี เพื่อนร่วมงานดี ผลตอบแทนและสวัสดิการที่พอเพียงมีการพัฒนาขีดความรู้ ความสามารถของพนักงานอยู่เสมอ และมีการสื่อสารภายในองค์การอย่างทั่วถึงเมื่อคุณภาพชีวิตการทำงานดี สุขภาพจิตที่ดีตามความร่วมมือในการทำงานก็จะง่ายขึ้น ความสำคัญในการอยู่ร่วมกันเรียนรู้ร่วมกันเพื่อองค์การก็จะเกิดขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและทำให้องค์การพัฒนาก้าวหน้าต่อไป

นอกจากนี้ คุณภาพชีวิตการทำงานยังรวมถึงความสุขใจ และความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์การ บุคคลที่มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดี ย่อมมีความผูกพันเสียสละ และทุ่มเททั้งแรงกายแรงใจให้แก่การทำงาน อีกทั้งการได้แสดงความคิดเห็น ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางในการปฏิบัติงาน จะทำให้บุคคลนั้น ๆ มีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์การ (Smith, 1981; Zhan, 1992 อ้างถึงใน บานชื่น ทาจันทร์, 2548) ส่วนมาตรฐานในการกำหนดคุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of work life indicator) จะพิจารณาจากการให้สิ่งตอบแทนที่เหมาะสมและยุติธรรม สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ มีโอกาสพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง

มีความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน มีการทำงานร่วมกันและสัมพันธ์ภาพที่ดี มีสิทธิส่วนบุคคล มีการดำเนินชีวิตที่เหมาะสม โดยมีความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ตลอดจนกิจกรรมการทำงานเป็นไปในลักษณะที่มีประโยชน์ต่อตนเองและสังคม (Richard E. Walton, 1973 อ้างถึงใน บานชื่น ทาจันทร์, 2548)

จะเห็นได้ว่าคุณภาพชีวิตการทำงาน เป็นคำที่มีความหมายกว้างครอบคลุมไปในทุกคนที่เกี่ยวข้องกับชีวิตในการทำงาน ของแต่ละบุคคลโดยมีเป้าหมายสำคัญ อยู่ที่การลดความตึงเครียดทางจิตใจ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในงานที่ทำถือเป็นกลไกสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตในสถานที่ทำงาน (บดินทร์ วิจารณ์, 2552: 1-4) คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of work life) เป็นสิ่งที่สะท้อนความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานในทุกระดับนั้นที่มีต่อองค์กรนั้น เป็นผลมาจากการดูแลเอาใจใส่และให้ความสำคัญต่อพนักงานในฐานะที่เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสูงที่สุด ด้วยการสร้างสภาพแวดล้อมและระบบงานที่ดี (จาลักษณ์ ขุนพล แก้ว, 2552)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดนโยบาย ปรับปรุง ส่งเสริม และพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัดให้เหมาะสมต่อไป

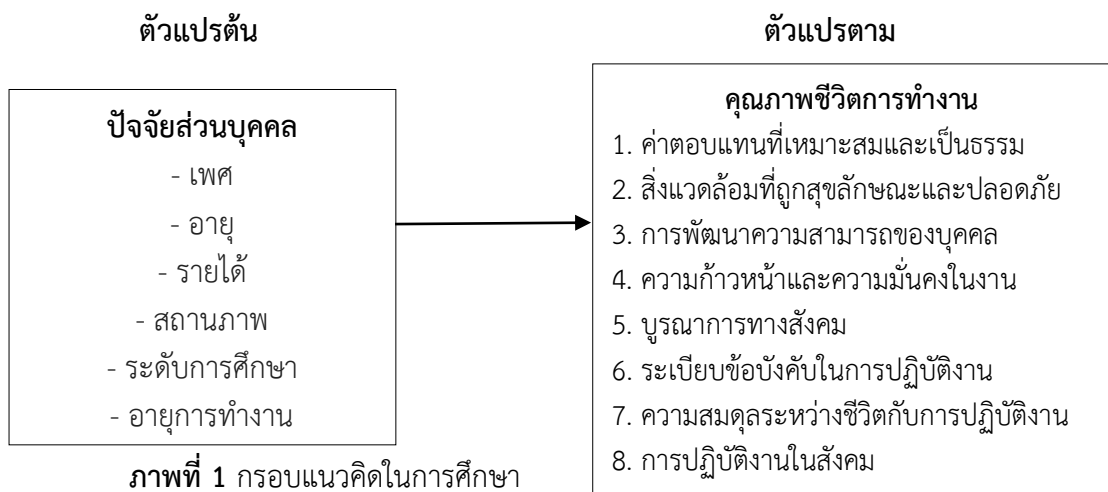
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทโซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตาม ตามเพศ อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอายุการทำงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด ตามแนวคิดของฮิวส์ และโทมัสส์ (Huse & Thomas, 1985) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 8 ด้าน ดังนี้

- 1) ค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม
- 2) สิ่งแวดล้อมที่ถูกลงลักษณะและปลอดภัย
- 3) การพัฒนาความสามารถของบุคคล
- 4) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน
- 5) บำรุงการทางสังคม
- 6) ระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน
- 7) ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการปฏิบัติงาน
- 8) การปฏิบัติงานในสังคม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา เรื่อง คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โสแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่พนักงานบริษัท โสแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด ในสายปฏิบัติงาน จำนวน 278 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัท โสแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำนวน 164 คน โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดที่เหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างของ (Taro Yamane, 1973 และประคอง กรรณสูตร, 2538) ความคลาดเคลื่อนที่ .05 โดยการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและผลงานที่เกี่ยวข้อง โดยยึดความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดในการศึกษาเป็นหลัก จำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอายุการทำงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน จำนวน 8 ด้าน ประกอบด้วย ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน การพัฒนาความสามารถทางบุคคล การบูรณาการด้านสังคม ระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน และการปฏิบัติงานในสังคม

ลักษณะแบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิคิรท์ (Likert อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) โดยกำหนดค่าระดับคะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การคำนวณหาค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพชีวิตในการทำงาน กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายระดับคุณภาพชีวิตในการทำงาน ตามเกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1981 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{(5-1)}{5} = 0.8$$

ซึ่งสามารถแปลความหมายระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับสูงมาก
3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับสูง
2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับสูงมากปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับคุณภาพชีวิตอยู่ในน้อยที่สุด

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดของขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังต่อไปนี้

1) ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสภาพจริงในปัจจุบันของสถานที่ทำงานเพื่อหากรอบแนวคิด เนื้อหาต่างๆ ที่จะนำมาสร้างแบบวัดแต่ละชุด

2) นำแนวคิดเกี่ยวกับเนื้อหาต่างๆ เหล่านี้มากำหนดเป็นแนวคิดของตัวแปรแต่ละตัวที่จะศึกษาในครั้งนี้นำมาสร้างแบบวัดที่มีลักษณะสอดคล้องกับเกณฑ์ของแนวคิดนั้นๆ

3) นำแบบสอบถามให้คณะกรรมการที่ปรึกษาภาคินิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา

4) ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม ตามที่คณะกรรมการที่ปรึกษาภาคินิพนธ์ แนะนำ

5) เมื่อได้แบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาภาคินิพนธ์แล้ว จึงขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องที่เที่ยงตรงในเนื้อหา

6) นำหนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิพร้อมทั้งแบบสอบถามมอบให้กับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงในเนื้อหา (Validity) โดยหาค่าดัชนีของความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence) ระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ (ยทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543) แปลความหมายของคะแนนดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนนข้อคำถามแต่ละข้อมี 3 ค่า ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถวัดตัวแปรที่ศึกษาได้

1 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถวัดตัวแปรที่ศึกษาได้

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สามารถวัดตัวแปรที่ศึกษาได้

และเลือกค่าที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 ส่วนที่มีค่าน้อยกว่า 0.6 นำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ (ยทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543)

7) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดลอง (Try Out) กับพนักงานที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ก่อนเก็บข้อมูลจริง และนำกลับมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรของครอนบาค (Conbach's Alpha Coefficient) ซึ่งเรียกว่า "สหสัมพันธ์อัลฟา" (ยทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมดมาวิเคราะห์ใช้วิธีการทางสถิติ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่รวบรวมได้

2. ลงรหัสข้อมูล แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ

3. วิเคราะห์แบบสอบถามโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป

4. นำผลการวิเคราะห์มาสรุปและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าที (t-test) และค่าเอฟ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำนวน 164 คน พบว่า ส่วนใหญ่เพศชาย (ร้อยละ 54.4) มี ช่วงอายุปีระหว่าง 31-40 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 31.5) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41-50 ปี (ร้อยละ 24.8) ตามลำดับ สถานภาพที่มากที่สุด คือ สมรส (ร้อยละ 50.9) รองลงมา คือ โสด (ร้อยละ 37.6) ตามลำดับ ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 51.5) รองลงมาคือ ต่ำปริญญาตรี (ร้อยละ 36.4) ตามลำดับ อายุการทำงาน มากที่สุดในช่วง ต่ำกว่า 5 ปี (ร้อยละ 67.9) รองลงมาคือ 5 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 32.1) ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด โดยรวม

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงาน			
	\bar{X}	S.D	แปลผล	ลำดับ
1. ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ	3.98	.40	มาก	5
2. ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	3.42	.39	มาก	8
3. ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล	4.01	.39	มาก	4
4. ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน	3.96	.54	มาก	6
5. ด้านการบูรณาการด้านสังคม	3.94	.47	มาก	7
6. ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน	4.19	.34	มาก	3
7. ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน	4.26	.34	มากที่สุด	1
8. ด้านการปฏิบัติงานในสังคม	4.23	.29	มากที่สุด	2
รวม	3.99	.59	มาก	

สำหรับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด มากที่สุดคือ ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล (ร้อยละ 4.01) รองลงมาคือ ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ (ร้อยละ 3.98) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (ร้อยละ 3.96) ตามลำดับ

การเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามอายุ

คุณภาพชีวิต	ชาย		หญิง		t	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1.ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ	3.95	.36	4.01	.45	-.87	.38
2.ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	3.40	.33	3.44	.45	-.58	.55
3.ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน	4.04	.33	3.97	.46	.11	.24
4.ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล	4.03	.51	3.88	.57	1.78	.08
5.ด้านการบูรณาการด้านสังคม	3.96	.39	3.9	.55	.68	.49
6.ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน	4.21	.31	4.16	.37	.96	.33
7.ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน	4.31	.26	4.21	.41	1.85	.06
8.ด้านการปฏิบัติงานในสังคม	4.24	.252	4.21	.33	.88	.41
รวม	4.19	.24	4.15	.29	1.00	.31

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โชนัมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามเพศ ทางด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล ด้านการบูรณาการด้านสังคม ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน ด้านการปฏิบัติงานในสังคม พบว่าค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน พบว่าค่า Sig. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โชนัมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามอายุ

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	1.838	5	.368	2.305	.047*
	ภายในกลุ่ม	25.352	159	.159		
	รวม	27.189	164			
2. ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.234	5	.247	1.627	.156
	ภายในกลุ่ม	24.132	159	.152		
	รวม	25.366	164			
3. ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.647	5	.529	1.806	.115
	ภายในกลุ่ม	46.608	159	.293		
	รวม	49.255	164			
4. ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	.451	5	.090	.560	.731
	ภายในกลุ่ม	25.604	159	.161		
	รวม	26.055	164			
5. ด้านการบูรณาการด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.070	5	.214	.951	.450
	ภายในกลุ่ม	35.791	159	.225		
	รวม	36.861	164			
6. ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	.730	5	.146	1.241	.292
	ภายในกลุ่ม	18.694	159	.118		
	รวม	19.424	164			
7. ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.321	5	.264	2.307	.047*
	ภายในกลุ่ม	18.205	159	.114		
	รวม	19.526	164			
8. ด้านการปฏิบัติงานในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	.358	5	.072	.816	.540
	ภายในกลุ่ม	13.941	159	.088		
	รวม	14.299	164			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.803	5	.161	2.323	.045*
	ภายในกลุ่ม	10.992	159	.069		
	รวม	11.795	164			

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โชนัมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามอายุ ทางด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ

ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล ด้านการบูรณาการด้านสังคม ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน ด้านการปฏิบัติงานในสังคม พบว่าค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามรายได้

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	.390	2	.195	1.179	.210
	ภายในกลุ่ม	26.799	162	.165		
	รวม	27.189	164			
2.ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.854	2	.927	6.388	.155
	ภายในกลุ่ม	23.512	162	.145		
	รวม	25.366	164			
3.ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน	ระหว่างกลุ่ม	.423	2	.211	.701	.497
	ภายในกลุ่ม	48.832	162	.301		
	รวม	49.255	164			
4.ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	.982	2	.491	3.172	.145
	ภายในกลุ่ม	25.073	162	.155		
	รวม	26.055	164			
5.ด้านการบูรณาการด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	.646	2	.323	1.446	.209
	ภายในกลุ่ม	36.214	162	.224		
	รวม	36.861	164			
6.ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	.549	2	.274	2.355	.198
	ภายในกลุ่ม	18.875	162	.117		
	รวม	19.424	164			
7.ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	.284	2	.142	1.194	.316
	ภายในกลุ่ม	19.243	162	.119		
	รวม	19.526	164			
8.ด้านการปฏิบัติงานในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	.334	2	.167	1.939	.247
	ภายในกลุ่ม	13.965	162	.086		
	รวม	14.299	164			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.803	5	.161	2.323	.045*
	ภายในกลุ่ม	10.992	159	.069		
	รวม	11.793	162			

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามรายได้ ทางด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล ด้านการบูรณาการด้านสังคม ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน ด้านการปฏิบัติงานในสังคม พบว่าค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามสถานภาพ

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	1.943	2	.971	6.233	.002*
	ภายในกลุ่ม	25.247	162	.156		
	รวม	27.189	164			
2.ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.391	2	.195	1.268	.284
	ภายในกลุ่ม	24.975	162	.154		
	รวม	25.366	164			
3.ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน	ระหว่างกลุ่ม	3.022	2	1.511	5.294	.006*
	ภายในกลุ่ม	46.233	162	.285		
	รวม	49.255	164			
4.ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.561	2	.780	5.162	.007*
	ภายในกลุ่ม	24.494	162	.151		
	รวม	26.055	164			
5.ด้านการบูรณาการด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	.992	2	.496	2.240	.110
	ภายในกลุ่ม	35.869	162	.221		
	รวม	36.861	164			
6.ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	.716	2	.358	3.100	.048*
	ภายในกลุ่ม	18.708	162	.115		
	รวม	19.424	164			
7.ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	.388	2	.194	1.644	.196
	ภายในกลุ่ม	19.138	162	.118		
	รวม	19.526	164			
8.ด้านการปฏิบัติงานในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	.310	2	.155	1.795	.169
	ภายในกลุ่ม	13.989	162	.086		
	รวม	14.299	164			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.112	2	.056	.778	.461
	ภายในกลุ่ม	11.683	162	.072		
	รวม	11.795	164			

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามสถานภาพ ทางด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล ด้านการบูรณาการด้านสังคม ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน ด้านการปฏิบัติงานในสังคม พบว่าค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน พบว่าค่า Sig. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โสแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด
 จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	.390	2	.195	1.179	.310
	ภายในกลุ่ม	26.799	162	.165		
	รวม	27.189	164			
2.ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.854	2	.927	6.388	.002
	ภายในกลุ่ม	23.512	162	.145		
	รวม	25.366	164			
3.ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน	ระหว่างกลุ่ม	.423	2	.211	.701	.497
	ภายในกลุ่ม	48.832	162	.301		
	รวม	49.255	164			
4.ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	.982	2	.491	3.172	.045
	ภายในกลุ่ม	25.073	162	.155		
	รวม	26.055	164			
5.ด้านการบูรณาการด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	.646	2	.323	1.446	.239
	ภายในกลุ่ม	36.214	162	.224		
	รวม	36.861	164			
6.ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	.549	2	.274	2.355	.098
	ภายในกลุ่ม	18.875	162	.117		
	รวม	19.424	164			
7.ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	.284	2	.142	1.194	.306
	ภายในกลุ่ม	19.243	162	.119		
	รวม	19.526	164			
8.ด้านการปฏิบัติงานในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	.334	2	.167	1.939	.147
	ภายในกลุ่ม	13.965	162	.086		
	รวม	14.299	164			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.131	2	.066	.910	.405
	ภายในกลุ่ม	11.664	162	.072		
	รวม	11.795	164			

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โสแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามรายได้ ทางด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านการบูรณาการด้านสังคม ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน ด้านการปฏิบัติงานในสังคม พบว่าค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล พบว่าค่า Sig. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามอายุงาน

คุณภาพชีวิต	ต่ำกว่า 5 ปี		5 ปีขึ้นไป		t	Sig
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ	3.96	.43	4.00	.35	-.62	.53
2. สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	3.43	.45	3.53	.38	.67	.49
3. ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน	4.00	.44	4.02	.29	-2.6	.79
4. การพัฒนาความสามารถทางบุคคล	3.93	.59	4.03	.44	-.10	.28
5. การบูรณาการด้านสังคม	3.91	.52	3.99	.34	-.99	.32
6. ระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน	4.18	.37	4.21	.27	-.48	.62
7. ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน	4.23	.38	4.35	.21	-.21	.04*
8. การปฏิบัติงานในสังคม	4.21	.33	4.26	.19	-1.14	.25
รวม	4.17	.29	4.18	.20	-.24	.80

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด จำแนกตามรายได้ ทางด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล ด้านการบูรณาการด้านสังคม ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน ด้านการปฏิบัติงานในสังคม พบว่าค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน พบว่าค่า Sig. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด ทางด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล ด้านการบูรณาการด้านสังคม ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน ด้านการปฏิบัติงานในสังคม โดยใช้การทดสอบทางสถิติ t-test เพื่อการทดสอบสมมติฐาน เนื่องจากค่า Sig. < 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) จึงสรุปได้ว่า พบว่า อายุ รายได้ ค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ เพศ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน พบว่าค่า Sig. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สถานภาพ ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน พบว่าค่า Sig. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านการพัฒนาความสามารถทางบุคคล พบว่าค่า Sig. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อายุการทำงาน ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน พบว่าค่า Sig. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท โซแมกซ์ ซินดิเคท จำกัด ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การบูรณาการด้านสังคม ดังนั้นผู้บริหารควรจัดกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน เช่น การแข่งขันกีฬา หรือกิจกรรมนันทนาการต่างๆ เพื่อให้พนักงานมีกิจกรรมร่วมกัน ให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกว่าตนประสบความสำเร็จและเห็นว่าตนเองมีคุณค่า มีการยอมรับและร่วมมือกันทำงาน
2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กร ด้วยเพราะความผูกพันนี้จะให้พนักงานมีความรักในองค์กร มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนนาท เรืองวรารกร .(2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัท กรณีศึกษา บริษัท ควอลิตี้ เทรตติ้ง จำกัด.วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ, 3(4)
- จำลักษณ์ ขุนพลแก้ว. (2552). *work like a pro : คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Work Life)*, กรุงเทพฯ จุริกิจ. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.bangkokbiznews.com>.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: ประชุมชา.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ, (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11*. กรุงเทพมหานคร: บิซิเนสอาร์แอนด์ด
- บดีนทร์ วิจารณ์. (2552). *ชุดเครื่องมือการพัฒนางานองค์กร (Organization Improvement Toolkids) ตาม แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ: หมวด 5 การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล*. กรุงเทพฯ: ทวีเนอ์ชั่นปรีนติ้ง.
- บานชื่น ทาจันทร์. (2548). *คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการสาย ข และสาย ค ของ การคั่นคว้าแบบอิสระ* ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ประคอง กรรณสูต. (2538). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ปิยวรรณ พงกษะ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัทกรณีศึกษา บริษัท ควอลิตี้ เทรตติ้ง จำกัด. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ, 3(4), 290-308.
- ภัทรธิดา ผลงาม. (2542). *ความพึงพอใจและความต้องการของนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาต่อกระบวนการจัดการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษาสถาบันราชภัฏเลย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- ยุทธพงษ์ กัยวรรณ .(2543). *พื้นฐานการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- สุพจน์ ธนาศิริเจริญ. (2550). *คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานในฝ่ายทรัพยากรมนุษย์กรณีศึกษา : ผู้ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในกลุ่มบริษัท ไทยซัมมิท วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Best, J. W. (1981). *Research in education* (4th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Huse, Edgar F & Cummings, Thomas G. (1985). *Organization Development and Change*. New York : West Publishing Company.
- Smith, R.H. and Others. (1980). *Management: Making organizations perform*. New York: Macmillan.
- Werther, W.B. and David, K. (1982). *Personal Management and Human Resource*. Tokyo: Mc. Graw – Hill.
- Yamane Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed). New York : Harper and Row Publication.

รูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชนของผู้ซื้อ ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

THE MARKETING STRATEGY MODEL EFFECTING TO INTENTION TO BUY OF FIGHTING COCK OF BUYER IN MUANG DISTRICT PHITSANULOK PROVINCE

ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ*

ลัสดา ยาวิละ**

ณัฐพันธ์ อารมณ***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชนของผู้ซื้อไก่ชนในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ซื้อไก่ชนในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่า ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

การวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ซื้อไก่ชนต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของตัวแปรที่ศึกษา โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือกลยุทธ์ราคา กลยุทธ์การจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่าอิทธิพลของตัวแปรอิสระซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจซื้อไก่ชนของผู้ซื้อได้ร้อยละ 53.90 โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชนของผู้ซื้อมากที่สุดคือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาด, ความตั้งใจซื้อ, ไก่ชน

Abstract

The purposes of this research were to investigated the effect of the marketing strategy on the Intention to buy of fighting cock of buyer in Muang District, Phitsanulok Province. The quantitive method was used 400 questionnaire as instrument for collection data. The instrument of data was being analyzed by using frequency, percentages, mean, standard deviation and the multiple regression analysis was used to analyze and test research hypotheses.

The results have shown that the intention to buy of fighting Cock was in high level. The result also insists that the product strategy, price strategy, place strategy, promotion strategy

* บธ.ด. (บริหารธุรกิจ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

** บธ.ด. (บริหารธุรกิจ) อาจารย์สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

*** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการประยุกต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม have impact on the intention to buy of fighting Cock of Buyer 53.90 percent. The product strategy was in higher level following the price strategy place strategy promotion strategy.

Keywords: Marketing Strategy, Intention to Buy, Fighting Cock.

บทนำ

กีฬาไก่ชนเป็นกีฬาที่สืบทอดกันมาตั้งแต่โบราณกาลมีมาตั้งแต่ในยุคของกษัตริย์ อเล็กซานเดอร์มหาราชในประเทศไทยมีมาตั้งแต่สมัยสุโขทัยสืบทอดกันมาถึงสมัยอยุธยา มีประวัติศาสตร์ กล่าวว่าพระนเรศวรมหาราชตอนที่ตกเป็นองค์ประกันได้นำไก่ชนของประเทศไทย เป็นไก่ชนเหลืองหางขาวหรือพระเจ้าห้าพระองค์ และได้สืบทอดกีฬาชนไก่มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นที่นิยมและทำให้เกิดเป็นธุรกิจการซื้อขายไก่ชนในประเทศไทยที่มีความเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ทฤษฎี เสาวรส, 2556) ซึ่งไก่ชนนับได้ว่าเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่มีมูลค่าการซื้อขายกันเป็นจำนวนเงินไม่น้อย ขึ้นอยู่กับความสวยงาม รูปร่างลักษณะของไก่เป็นพื้นฐาน ถ้าลักษณะของไก่ดี เก่ง สวยงาม จะทำให้ราคาซื้อขายก็จะมีมูลค่าสูงขึ้น ฉะนั้นการซื้อขายไก่ชนในปัจจุบันนี้ จึงมีการประกอบกิจการฟาร์มไก่ชนเพื่อทำเป็นธุรกิจ แต่ด้วยความนิยมในกีฬาไก่ชนที่มีสูงเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต่างก็พยายามหากลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้เลี้ยงไก่หรือธุรกิจที่ประกอบธุรกิจฟาร์มไก่ชนในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นถิ่นกำเนิดในพงศาวดารองค์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช และมีธุรกิจไก่ชนหลายแห่ง ซึ่งมีพันธุ์ไก่ชนที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศ โดยในแต่ละธุรกิจต่างก็เริ่มนำรูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจของตนเองให้สามารถแข่งขันในระดับประเทศได้ (ศิลายุทธ ฤทธิ, 2561) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำองค์ความรู้จากผลงานวิจัยและเรื่องเล่า วัฒนธรรม รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น มาบูรณาการกับศาสตร์ทางด้านการตลาดที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ จะทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับผลิตภัณฑ์ เพื่อการพึ่งพาตนเองและสร้างความเข้มแข็งทางสังคมอย่างยั่งยืนได้ (บุญทวารณ วิงวอน, อัจฉราภรณ์ วรรณมะกอก และอัจฉรา เมฆสุวรรณ, 2557)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชนของผู้ซื้อไก่ชนในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจการซื้อขายไก่ชน ซึ่งผลของการศึกษาจะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจไก่ชน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้กับธุรกิจ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจและกระตุ้นความตั้งใจซื้อของผู้ซื้อ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการสร้างความรักดีของผู้ซื้อให้เพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งเป็นข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายเพื่อเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการหรือการจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับการตลาดให้ภาคธุรกิจ และนำไปสู่การส่งเสริมการตลาดในการซื้อขายไก่ชนในเชิงพาณิชย์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และความตั้งใจซื้อไก่ชนของผู้ซื้อไก่ชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชนของผู้ซื้อไก่ชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การตลาดนั้นเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจการซื้อขายไก่ชน ผู้วิจัยจึงศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างคุณค่ากับผลิตภัณฑ์และเป็นเครื่องมือกระตุ้นพฤติกรรมการตลาดตัดสินใจซื้อให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคได้รับรู้ และเชื่อถือเชื่อมั่นและเกิดความศรัทธาต่อสายพันธุ์ไก่ชนของแต่ละซุ้มที่บางซุ้มมีพ่อพันธุ์ สามารถ

ขณะเป็นแชมป์รางวัลเดิมพันเงินแสนเงินล้านได้ของแต่ละสนามชนไก่ ทำให้ผู้ซื้อเชื่อใจในสายพันธุ์เงินล้าน และทำให้เกิดการซื้อซ้ำๆ อย่างต่อเนื่องได้ (นิตยสารเพื่อนไก่ชน ส่งเสริมเศรษฐกิจไก่ชนเพื่อชุมชน) ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจไก่ชนในด้านการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของสายเลือดไก่ชนของแต่ละซุ้ม โดยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนในการดำเนินงาน นักการตลาดต้องทำความเข้าใจถึงความจำเป็นและความต้องการของผู้ซื้อไก่ชนเป็นอย่างดีแล้ว นักการตลาดยังต้องเน้นปัจจัย 4 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และส่งเสริมการตลาด (Promotion) (Kotler and Armstrong, 2014) ต่อมา Philip Kotler ปรมาจารย์ทางการตลาดได้เสนอส่วนประสมทางการตลาดที่ถูกลำมาแพร์หลาย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ข้อเสนอของสินค้า (Product) และการบริการ (Service) ที่ธุรกิจพัฒนาขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพ รูปลักษณ์ การรับประกัน และให้บริการ โดยเฉพาะลักษณะของไก่ชน ได้แก่ รูปแบบการบริการ รูปแบบผลิตภัณฑ์ คุณภาพ การพัฒนาสายเลือด ตราหรือโลโก้ของซุ้มไก่ชนต่างๆ รูปแบบการบริการ ผลิตภัณฑ์ สิ่งสำคัญลำดับแรกๆ ของส่วนประสมทางการตลาดเพื่อนำไปสู่การวางแผนส่วนประสมทางการตลาดในด้านอื่นๆ เป็นต้น

2. ราคา (Place) เป็นเงินที่ผู้ซื้อจะต้องจ่ายเพื่อที่จะแลกกับไก่ชนที่มีพันธุกรรมที่ดีมีสายเลือดของแชมป์จากสนามชนไก่ที่มีชื่อเสียงทำให้ราคาของไก่ชนแต่ละตัวที่เป็นแชมป์ มีราคาสูง ตลาดการซื้อไก่ชนนั้นไม่มีราคาที่ตายตัวมากนัก อยู่ที่การตกลงของผู้ซื้อและผู้ขายว่าผู้ซื้อและผู้ขายพึงพอใจในราคาที่ตั้งไว้หรือไม่ ไก่ชนที่เป็นแชมป์บางตัวมีราคาถึงหลักล้าน ยกตัวอย่าง เช่น มณีแดงของซุ้มชนะชัยฟาร์ม ที่ได้มีราคาแพงที่สุดในโลก อยู่ในราคา 22,000,000 บาท ปัจจุบันจำหน่ายสายเลือดอยู่ที่ ลูกไก่

อายุ 2-3 เดือน ราคาอยู่ที่คู่ละ 15,000 บาท ไข่ไก่ใบละ 2,500 บาท นั่นคือจำนวนเงินที่ผู้ซื้อจะต้องเสียไปซึ่งจะได้สายพันธุ์มาพัฒนาต่อยอดให้กับฟาร์มนั่นเอง

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การจำหน่ายไก่ชนในปัจจุบันนี้ได้มีการใช้สื่อออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตประชาสัมพันธ์ในการเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสามารถเห็นความเก่งของไก่ของแต่ละซุ้มแต่ละฟาร์มได้ชัดขึ้น บุคคลธรรมดาทั่วไปที่เพาะขยายพันธุ์ไก่ชนไว้ตามบ้านสามารถลงขายผ่านสื่อออนไลน์ได้และมีการใช้ ลอจิสติกส์ เข้ามาร่วมในการขนส่งไก่ชนไปทั่วประเทศไทย สามารถวางแผนโครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่ายและสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้านั่นเอง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่กำหนดขึ้นเพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการเป็นการกระตุ้นและเชิญชวนเพื่อให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อไก่ชนและบริการของธุรกิจ

เครื่องมือของกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญนี้จะช่วยสร้างคุณค่าให้กับผู้ประกอบการธุรกิจไก่ชนให้เกิดขึ้นกับผู้ซื้อ และจะเกิดเป็นพฤติกรรมตัดสินใจซื้อ ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์และการสื่อสารตราสินค้าให้มีความน่าสนใจให้เกิดขึ้นกับผู้ซื้อไก่ชน ซึ่งกลยุทธ์นี้จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อไก่ชน ผู้ประกอบการธุรกิจไก่ชนจะสามารถนำไปดำเนินการตลาดเพื่อก่อให้เกิดผลประกอบการที่ดีได้ทำให้ผู้ซื้อไก่ชนจะซื้อไก่ชนของเราอย่างต่อเนื่อง ซึ่งความตั้งใจซื้อ (intention to buy) นั้นหมายถึง การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อสำหรับการตัดสินใจซื้อซ้ำในสินค้าและบริการของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

กลยุทธ์ทางการตลาด

- ด้านการผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรตาม

ความตั้งใจซื้อไก่ชนในอำเภอเมือง
จังหวัดพิษณุโลก

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชนในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาการทำวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ซื้อไก่ชนในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกซึ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อที่ไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่ชัดได้ จึงได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % (Yamane, 1973, p. 125) ได้จำนวน 400 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีรายละเอียดแบบสอบถามดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็น คำถามแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อไก่ชนของผู้ซื้อในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เป็น คำถามแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ ตอนที่ 3 กลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น และจะส่งผลต่อการตั้งใจซื้อ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) รวม 20 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน จากนั้นจึงได้นำมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item – Objectime congruce:IOC) จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแล้ว จึงได้นำมาทำการทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Try Out) จากประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อที่จะทำการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Coefficient Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.87

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 และตอนที่ 2 ใช้วิธีการแจกแจงความถี่คิดเป็นร้อยละแบบสอบถามตอนที่ 3 โดยใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นลูกค้าที่ซื้อไก่ชนในจังหวัดพิษณุโลก ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ มีอายุ 31-45 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมา อายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.00 และน้อยที่สุด อายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.75 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ -34.30 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8.70ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นด้านกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชนของผู้ซื้อในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก แสดงในตารางที่ 2 และตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้ซื้อต่อกลยุทธ์ทางการตลาด

ตัวแปร (Variables)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	
	X	มาตรฐาน	การแปลความหมาย
		S.D.	
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (PRD)	4.58	0.78	มากที่สุด
กลยุทธ์ด้านราคา (PRI)	4.18	0.57	มาก

กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (PLA)	4.02	0.74	มาก
กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (PRM)	3.87	0.88	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ซื้อต่อกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชนของตัวแปรที่ศึกษา โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.58 รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์ด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของพหุคูณปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชน

ตัวแปรปัจจัย (Variables)	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่าสัมประสิทธิ์	t-statistic	p-value
	ถดถอย (β)	ถดถอยปรับ มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (Constant)	2.712		4.116	.004*
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (PRD)	.458	.078	2.424	.002*
กลยุทธ์ด้านราคา (PRI)	.421	.083	2.574	.042*
กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (PLA)	.346	.049	1.986	.016*
กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (PRM)	.265	.098	2.227	.027*
R				.698
R ²				.539
Adjust R ²				.568

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความตั้งใจซื้อไก่ชน (INT) ที่ประกอบด้วย ปัจจัยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (PRD) กลยุทธ์ด้านราคา (PRI) กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (PLA) และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (PRM) สามารถร่วมกันพยากรณ์ตั้งใจซื้อไก่ชน ได้เท่ากับร้อยละ 53.90 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 46.10 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ผู้วิจัยไม่ได้นำมาศึกษาในงานวิจัยนี้ โดยมีขนาดของอิทธิพล (β) มากที่สุดคือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ .458 ($\beta = .458$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลยุทธ์ด้านราคา เท่ากับ .421 ($\beta = .421$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย เท่ากับ .346 ($\beta = .346$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ .265 ($\beta = .265$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{INT} = 2.712 + .458 \text{ PRD} + .421 \text{ PRI} + .346 \text{ PLA} + .265 \text{ PRM} \quad \text{--- (1)}$$

$$(4.116^*) \quad (2.424^*) \quad (2.574^*) \quad (1.986^*) \quad (2.227^*)$$

$$R^2 = .539$$

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน (Hypothesis)	เส้นทาง (Path way)	สัมประสิทธิ์เส้นทาง (β)	t-value	สรุปผล
H1	PRD \rightarrow CONT	.458	2.424 *	สนับสนุน
H2	PRI \rightarrow CONT	.421	2.574 *	สนับสนุน
H3	PLA \rightarrow CONT	.346	1.986 *	สนับสนุน
H4	PRM \rightarrow CONT	.265	2.227 *	สนับสนุน

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยอมรับสมมติฐานการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมทุกข้อ โดยผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถอธิบายได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (PRO) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชน (INT) ผลการทดสอบพบว่ากลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .458 ($\beta = 0.458$) และค่า t-test เท่ากับ 2.424 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 2 กลยุทธ์ด้านราคา (PRI) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชน (INT) ผลการทดสอบพบว่ากลยุทธ์ด้านราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .421 ($\beta = 0.421$) และค่า t-test เท่ากับ 2.574 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (PLA) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชน (INT) ผลการทดสอบพบว่ากลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .346 ($\beta = 0.346$) และค่า t-test เท่ากับ 1.986 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (PRO) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชน (INT) ผลการทดสอบพบว่ากลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .265 ($\beta = 0.265$) และค่า t-test เท่ากับ 2.227 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

การอภิปรายผล

การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชนของผู้ซื้อไก่ชนในอำเภอ เมืองจังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของผู้ซื้อไก่ชนมากที่สุดคือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น พันธุ์ของไก่ชน ความแข็งแรงของไก่ชน ชื่อเสียงของฟาร์มไก่ชนในสนามแข่ง มีผลต่อความตั้งใจซื้อไก่ชนมากที่สุด ซึ่งพันธุ์ไก่ชนที่นิยมคือสายพันธุ์ที่พ่อพันธุ์ชนชนะสนามชนไก่มาตรฐานยิ่งพ่อพันธุ์ของซุ่มไหนที่ชนมาแล้วได้เงินเต็ม พันสูงๆ จะได้รับความนิยมสูง รองลงมา ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒนจิรัชย์ เวชชินินนาท. (2557) ทั้งนี้เนื่องมาจากพฤติกรรมผู้ซื้อไก่ชนในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะการซื้อเพื่อนำไปประกวดเป็นไก่ชนสวยงาม เนื่องจากไก่ชนพันธุ์เหลือหางขาวเป็นไก่ชนที่ได้รับความนิยมกันมาก ตลอดจนมีวิถีชีวิตแบบเกษตรกรที่นิยมปลูกพืชเลี้ยงสัตว์ จึงทำให้ผู้ซื้อไก่ชนสะดวกและง่ายจึงทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้ออย่างต่อเนื่องได้มากขึ้น และกลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ก็ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออย่างต่อเนื่องของผู้ซื้อไก่ชนด้วย (วรภาพร โภชนิกะ, 2558) เนื่องจากในปัจจุบันความนิยมในการเพาะเลี้ยงไก่ชนที่มีความต้องการมากขึ้น ผู้ซื้อจะตระหนักถึงคุณภาพด้านสายพันธุ์และชีวิตความเป็นอยู่ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 โดยใช้วิถีชีวิตเกษตรกรกันมากขึ้น มีฟาร์มไก่ชนเกิดขึ้นได้รับความนิยมมากขึ้นได้รับผลตอบแทนที่ดีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำไปใช้ในการปฏิบัติ

1.1 สำหรับผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านการพัฒนาสายพันธุ์ในรูปแบบที่แปลกใหม่ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความตื่นตาตื่นใจและรู้สึกเกิดความต้องการซื้อไก่ชนในสายพันธุ์และเป็นลูกค้าประจำที่จะทำการซื้อไก่ชนของสายพันธุ์ที่เก่งอย่างต่อเนื่อง

1.2 ผู้ประกอบการควรใส่ใจในกระบวนการดูแลและเลี้ยงไก่ชนทุกขั้นตอนให้มีคุณภาพมาตรฐานฟาร์มต้องปลอดโรคที่เกี่ยวข้องกับไก่ชน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของไก่ชน สร้างความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการขนส่งและสุขภาพของไก่เพื่อที่ผู้ซื้อและผู้ขายจะได้สบายใจกันทั้งสองฝ่าย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ นำปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดตามแนวคิดของคอตเลอร์ ซึ่งยังอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความต้องการซื้ออย่างต่อเนื่องของลูกค้า ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มปัจจัยอื่นที่ยังไม่ได้นำมาศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้

บรรณานุกรม

- บุญทวารณ วังวอน, อัจฉราภรณ์ วรรณมะกอก และอัจฉรา เมฆสุวรรณ. (2557). แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการวิสาหกิจขนาดย่อมอำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2557) : 38-55
- ศิลายุทธ์ ฤทธิ. (2561). ไก่ชนเปรู. วารสารไก่ชนซุเปอร์แชมป์ ปีที่ 7 ฉบับที่ 80 (ตุลาคม) : 91-93
- หฤษฎ์ เสาวรส. (2556). การศึกษาธุรกิจการเลี้ยงไก่ชนในอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- วรภาพร โภชน์เกาะ. (2558). การพัฒนาศักยภาพการตลาดของกลุ่มชุมชนบ้านโพธิ์สูง ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. รายงานการประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติครั้งที่ 6 : 529-539
- วัฒน์จิรัชย์ เวชชนินนาท. (2557). การพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลผาสุก อำเภอกุมวาปี จังหวัดอุดรธานี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ การประชุมวิชาการ มหาสารคามวิจัยครั้งที่ 10 : 271-283.
- Kotler, P. & Armstrong, G., (2014). **Principles of Marketing**. (15th ed.). United States of America : Courier / Kendallville. Prentice - Hall, Inc.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.

การประเมินความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์การ
หลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในธุรกิจโรงแรม
ตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต
Assessing the Availability in Competency Management of Human Resource
Management after the Asian Economic Community in the Hotel Business
in Patong, Phuket

เดชา สีตูกา*
รุ่งนภา อริยะผลปัญญา**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจโรงแรมและประเมินความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์การหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในธุรกิจโรงแรม ตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต จากนักทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 132 คนจากโรงแรม 200 แห่ง ที่เป็นสมาชิกของชมรมงานบุคคลและตั้งอยู่ในตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต โดยคำนวณจากตารางของ Krejcie and Morgan เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงแรมภายหลังการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ส่วนใหญ่โรงแรมมีลักษณะการดำเนินธุรกิจโดยมียุทธศาสตร์เน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก กลยุทธ์ขยายตลาดในประเทศ และมีพนักงานต่างชาติ มากที่สุด รองลงมา คือ ดำเนินธุรกิจโดยมียุทธศาสตร์เน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก กลยุทธ์ไม่มีการขยายตลาดและมีพนักงานต่างชาติ และการประเมินการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การด้านการจัดการสมรรถนะ พบว่า ระดับความพร้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาระดับความพร้อมแต่ละประเด็นสำหรับพนักงานทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า ระดับความพร้อมการกำหนดสมรรถนะให้เป็นส่วนหนึ่งใน Competency สำหรับพนักงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับผู้บริหารภาพรวมอยู่ในระดับมากและสำหรับนักทรัพยากรมนุษย์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ความพร้อมด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์, ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, ด้านการจัดการสมรรถนะ

Abstract

This research aims to study the business characteristics after the Asian Economic Community and Assessing the Availability in Competency Management of Human Resource Management after the Asian Economic Community in the Hotel Business in Patong, Phuket from 132 human resources from 200 hotels that are members of the Personnel Club and located in Patong Sub-district, Kathu District, Phuket Province, Calculated from the table of Krejcie and Morgan. Data were collected by questionnaire. The data were analyzed by using frequency,

*ร.ป.ม. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยทักษิณ และ วท.ม. เทคโนโลยีและการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อ.,สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต83000
**ศ.ค.ม. เศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
อ.,สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต83000

percentage, mean and standard deviation. The ASEAN Business Area (AEC) is characterized by a business strategy with a focus on the domestic market. Strategy to expand the market in the country. Most of the employees are foreigners, and the second is the business with a focus on the domestic market. No strategy to expand the market and have foreign employees and evaluation of human resource management. The Competency Management found that the considering the level of readiness for each of the three groups of employees, it was found that the level of readiness for performance was a part of the competency for employees. The overall score was. The overall scores were at a high level and for human resources The overall score was

Keywords : Availability of Human Resource Management, Asian Economic Community, Competency Management

บทนำ

ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) การปรับตัวในทุกภาคส่วนของประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรภาคธุรกิจมีความสำคัญเป็นอย่างมาก องค์กรต้องดำเนินธุรกิจภายใต้การแข่งขันในระบบเศรษฐกิจที่กำลังจะได้รับการปรับมาตรฐานกระบวนการและข้อกำหนดต่างๆ ให้ใกล้เคียงกัน ซึ่งเป็นทั้งข้อได้เปรียบและเสียเปรียบ แต่สิ่งที่เห็นได้อย่างเด่นชัดคือ องค์กรต้องมีความสามารถที่จะเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ทั้งในลักษณะเร่งรัดและตั้งรับต้องสามารถสร้างความได้เปรียบและลดข้อเสียเปรียบทั้งด้านการลงทุน กระบวนการผลิต การขนส่ง เทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์

การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นส่วนสำคัญขององค์กรที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากกลไกและมาตรการการเคลื่อนย้ายเสรีจะมีแรงงานมากมายที่เข้ามาสู่ระบบตลาดแรงงานภายในประเทศ ในขณะที่แรงงานไทยก็เคลื่อนย้ายตนเองเข้าสู่ตลาดแรงงานในต่างประเทศกลายเป็นระบบตลาดแรงงานอาเซียน องค์กรที่มีความได้เปรียบในด้านใดด้านหนึ่งย่อมมีโอกาสที่จะได้สรรหาและคัดเลือกแรงงานที่มีคุณภาพมากขึ้น ในขณะที่บางองค์กรยังต้องกังวลกับภาวะการไหลออกของแรงงานที่อาจเกิดขึ้นหากไม่มีระบบการบริหารจัดการทุนมนุษย์ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพให้สามารถรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพไว้ได้ และทรัพยากรมนุษย์ในระบบตลาดที่มีความผันผวนเช่นนี้ หากไม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพชีวิต ความสุขสมบูรณ์ของทรัพยากรมนุษย์เหล่านั้นมีแนวโน้มที่จะลดลง (พงษ์เดช ศรีวิชัยประดิษฐ์, 2553)

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ที่มีเป้าหมายเพื่อการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจการโรงแรม เนื่องจากเขตจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันทั้ง 6 จังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจโรงแรม ตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ตมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางจำนวนมากที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภูมิภาค สำหรับจังหวัดภูเก็ตนั้นมีจุดเด่นคือการเป็นเมืองที่มีความอุดมสมบูรณ์และความสวยงามของชายหาด มีศิลปวัฒนธรรมที่ถูกสืบทอดต่อกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน และความมีเอกลักษณ์ของบ้านเมืองที่ผสมผสานระหว่างวิถีเมืองและวัฒนธรรมวิถีชุมชนแบบดั้งเดิมที่แทรกซึมอยู่ในพื้นที่ต่างๆของจังหวัดภูเก็ต ประกอบกับการเป็นศูนย์กลางด้านการคมนาคมทางอากาศที่เชื่อมโยงไปสู่จังหวัดอื่นๆ และต่างประเทศ ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ ทำให้ภูเก็ตมีศักยภาพในการพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางธุรกิจภาคการท่องเที่ยวและบริการ ส่งผลให้การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพด้านการจัดการธุรกิจทั้งในภาคการผลิต และบริการเข้าสู่ตลาดแรงงานมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อรองรับการพัฒนาดังกล่าว

ประเทศไทยและจังหวัดภูเก็ตเองเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปัจจุบันการปรับตัวในทุกภาคส่วนของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งขององค์การภาคธุรกิจมีความสำคัญเป็นอย่างมาก องค์การต้องดำเนินธุรกิจภายใต้การแข่งขันในระบบเศรษฐกิจที่กำลังจะได้รับการปรับมาตรฐานกระบวนการ และข้อกำหนดต่างๆ ให้ใกล้เคียงกัน ซึ่งเป็นทั้งข้อได้เปรียบและเสียเปรียบ แต่สิ่งที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือ องค์การต้องมีความสามารถที่จะเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ในทั้งลักษณะที่เร่งรุกและตั้งรับต้องสามารถสร้างความได้เปรียบและลดข้อเสียเปรียบทั้งด้านการลงทุน กระบวนการผลิตและการบริการรวมไปถึงด้านทรัพยากรมนุษย์

การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นส่วนสำคัญขององค์การที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากกลไกและมาตรการการเคลื่อนย้ายเสรี จะมีแรงงานมากมายที่เข้ามาสู่ระบบตลาดแรงงานภายในประเทศ ในขณะที่เดียวกันแรงงานไทยก็เคลื่อนย้ายตนเองเข้าสู่ตลาดแรงงานในต่างประเทศกลายเป็นระบบตลาดแรงงานอาเซียน องค์การที่มีความได้เปรียบในด้านใดด้านหนึ่งย่อมมีโอกาสที่จะได้สรรหาและคัดเลือกแรงงานที่มีคุณภาพมากขึ้น ในขณะที่บางองค์การยังต้องกังวลกับภาวะการไหลออกของแรงงานที่อาจจะเกิดขึ้นหากไม่มีระบบการบริหารจัดการทุนมนุษย์ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพให้สามารถรักษาทรัพยากรมนุษย์ในระบบตลาดที่มีความผันผวนเช่นนี้ หากไม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพชีวิต ความสุขสมบูรณ์ของทรัพยากรมนุษย์เหล่านั้นก็มีแนวโน้มที่จะลดลง (พงษ์เดช ศรีวิชัยประดิษฐ์, 2553)

ความตระหนักถึงความสามารถในการดำเนินการด้านทรัพยากรมนุษย์ขององค์การภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจึงมีความสำคัญยิ่งในการรองรับระบบเศรษฐกิจใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะด้านการจัดการสมรรถนะซึ่งความสามารถในการดำเนินการด้านทรัพยากรมนุษย์ขององค์การในด้านดังกล่าวข้างต้นจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์การในแง่ความสามารถทางการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจอาเซียน และพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อสรรหา พัฒนาและรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพและมีคุณภาพชีวิตที่ดีท่ามกลางการแข่งขันด้านทุนมนุษย์ในตลาดแรงงานอาเซียน

ดังนั้นองค์การจะต้องมีความสามารถที่จะเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังที่กล่าวมาข้างต้นได้ในทั้งลักษณะที่เร่งรุกและตั้งรับต้องสามารถสร้างความได้เปรียบและลดข้อเสียเปรียบทั้งด้านการลงทุน กระบวนการผลิตและการบริการรวมไปถึงด้านทรัพยากรมนุษย์ผู้วิจัยจึงต้องการประเมินความพร้อมด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในธุรกิจโรงแรม ตำบลป่าตอง อำเภอเกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ด้านการจัดการสมรรถนะ ซึ่งผลจากการประเมินดังกล่าว จะสามารถนำมาพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์การให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับความเจริญเติบโตและการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้แก่ประเทศเป็นโดยส่วนรวม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจโรงแรมตำบลป่าตอง อำเภอเกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต หลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
2. เพื่อประเมินความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์การหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในธุรกิจโรงแรม ตำบลป่าตอง อำเภอเกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัยและได้นำเสนอเป็นหัวข้อตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การประเมินดังกล่าวใช้แบบประเมินความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์การผู้ที่จะทำการประเมิน คือ นักทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นสมาชิกของชมรมงาน

บุคคล ในธุรกิจโรงแรม ตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ตจำนวน 132 คนจากโรงแรม 200 แห่ง ที่เป็นสมาชิกของชมรมงานบุคคลและตั้งอยู่ในตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต โดยคำนวณจากตารางของ Krejcie and Morgan

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามดังกล่าวประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจโรงแรมในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และส่วนที่ 3 การประเมินความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์กร ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการดัดแปลงเครื่องมือจากแบบประเมินการเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของโครงการ "การบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อนำองค์กรไปสู่องค์การสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของโครงการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทยและมหาวิทยาลัยมหิดล โดยทุนสนับสนุนจากสำนักงานสนับสนุนสภาวะองค์กรทั้งนี้เครื่องมือดังกล่าว ผ่านการนำมาวิจัยแบบ Mixed Method Research โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 10 คน การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) 2 ครั้ง มีผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในงานทรัพยากรมนุษย์เข้าร่วมจำนวน 20 คน การศึกษาคูงานในองค์กร 2 แห่ง และการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม โดยมีองค์การเข้าร่วมทดลองใช้เครื่องมือจำนวน 109 องค์กรตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งสิ้น 881 ตัวอย่าง เป็นผู้บริหารองค์กรจำนวน 69 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.8) นักทรัพยากรมนุษย์ 148 ตัวอย่าง (ร้อยละ 16.8) และพนักงานระดับปฏิบัติการ 664 ตัวอย่าง (ร้อยละ 75.4) จากการวิจัยดังกล่าวทำให้เกิดผลผลิตจากการวิจัยประกอบด้วยภาพที่พึงประสงค์ด้านทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเครื่องมือประเมินการเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับการประเมินการเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Software: Go Go AEC)

เครื่องมือดังกล่าวข้างต้น เป็นเครื่องมือประเมินความพร้อมด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร เป็นการประเมินกระบวนการการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HR Process) ซึ่งประเมินใน 13 ประเด็นหลัก และการประเมินระดับของระบบทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร (Stage of HR Evolution) ใช้แบบประเมินความพร้อมด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในแต่ละด้านจะมีข้อความที่มีจำนวนแตกต่างกันไปมีลักษณะเป็นมาตราการประเมิน 5 ระดับ เครื่องมือมีความเชื่อมั่นในระดับสูง (Alpha = .96) และมีค่าอำนาจจำแนกระหว่าง .75 - .88 และจากการวิเคราะห์ CFA พบว่าเครื่องมือ มีความตรงเชิงโครงสร้าง และมีน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .65 - .93

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขอความร่วมมือกลุ่มตัวอย่าง คือ นักทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 132 คนจากโรงแรม 200 แห่ง ที่เป็นสมาชิกของชมรมงานบุคคลและตั้งอยู่ในตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต แล้วจึงรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้มาดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์หลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในธุรกิจโรงแรม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยถือเกณฑ์ดังนี้ (ตามข้อกำหนดของเครื่องมือข้างต้น)

ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
4.50 – 5.00	มีความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับมาก
2.50 – 3.49	มีความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับปานกลาง

- 1.50 – 2.49 มีความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับน้อย
- 1.00 – 1.49 มีความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การประเมินความพร้อมด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้านการจัดการสมรรถนะสามารถแสดงผลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจโรงแรม ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- ส่วนที่ 3 การประเมินความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์กร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 132 คนจากโรงแรม 200 แห่ง ที่เป็นสมาชิกของชมรมงานบุคคลและตั้งอยู่ในตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอายุงานในตำแหน่งและอายุงานในองค์กร

รายการ	N	\bar{x}	S.D
อายุงานในตำแหน่ง	132	5.43	6.32
อายุงานในองค์กร	132	5.21	5.99

จากตารางที่ 1 พบว่า นักทรัพยากรมนุษย์มีอายุงานในตำแหน่งเฉลี่ย 5.43 ปีต่อคน และอายุงานในองค์กรเฉลี่ย 5.21 ปีต่อคน

ตารางที่ 2 ค่าร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	101	76.1
ชาย	30	22.2
ไม่ระบุ	1	0.77
รวม	132	100.0

จากตารางที่ 2 ร้อยละของเพศของนักทรัพยากรมนุษย์พบว่า เป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 และเพศชาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ลักษณะการดำเนินธุรกิจโรงแรมหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ผู้วิจัยขอความร่วมมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 132 คนจากโรงแรม 200 แห่ง ที่เป็นสมาชิกของชมรมงานบุคคลและตั้งอยู่ในตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต โดยการพิจารณาว่าองค์กรใกล้เคียงกับรูปแบบใดมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าร้อยละของลักษณะการดำเนินธุรกิจโรงแรมหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	พนักงาน	รูปแบบ	จำนวน	ร้อยละ
มีแผนขยายตลาดไปในต่างประเทศ	ตั้งฐานการผลิต/ กระจายสินค้า/ บริการ	มี Expat, Local, Inpat	1	4	3.0
มีแผนขยายตลาดไปในต่างประเทศ	ตั้งฐานการผลิต/ กระจายสินค้า/ บริการ	มี Expat และ Local	2	13	9.8
มีแผนขยายตลาดไปในต่างประเทศ	ร่วมทุนกับ บ.อื่นที่ มี ฐานการผลิต/ บริการ	มี Expat และ Inpat	3	0	0
มีแผนขยายตลาดไปในต่างประเทศ	ร่วมทุนกับ บ.อื่นที่ มี ฐานการผลิต/ บริการ	มี Expat เท่านั้น	4	0	0
มีแผนขยายตลาดไปในต่างประเทศ	ร่วมทุนกับ บ.อื่นที่ มี ฐานการผลิต/ บริการ	มี Inpat เท่านั้น	5	1	0.8
มีแผนขยายตลาดไปในต่างประเทศ	ส่งออกสินค้า/ บริการ	มีพนักงานต่างชาติ	6	13	9.8
มีแผนขยายตลาดไปในต่างประเทศ	ส่งออกสินค้า/ บริการ	ไม่มีพนักงาน ต่างชาติ	7	13	9.8
เน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก	ขยายตลาดใน ประเทศ	มีพนักงานต่างชาติ	8	59	44.7
เน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก	ขยายตลาดใน ประเทศ	ไม่มีพนักงาน ต่างชาติ	9	0	0
เน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก	ไม่มีการขยายตลาด	มีพนักงานต่างชาติ	10	29	22.0
เน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก	ไม่มีการขยายตลาด	ไม่มีพนักงาน ต่างชาติ	11	0	0
รวม				132	100.0

หมายเหตุ

Expat (Expatriate) ในที่นี้หมายถึง พนักงานโรงแรมในประเทศที่ส่งไปทำงานยังสาขาต่างประเทศ

Inpat (Inpatriate) ในที่นี้หมายถึง พนักงานโรงแรมจากสาขาต่างประเทศที่เข้ามาทำงานในประเทศ

Local (Local Staff) ในที่นี้หมายถึง พนักงานโรงแรมที่เป็นคนท้องถิ่นในต่างประเทศ

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของ องค์การ	\bar{X}	S.D	ระดับ ความ พร้อม	ลำดับ ความ พร้อม
ด้าน Competency Management				
1.มีการบริหารบนพื้นฐานของ สมรรถนะ(Competency-Based) กำหนดความรู้ ทักษะ ทักษะคิตีที่มี ความจำเป็นในงานแต่ละตำแหน่งเพื่อ ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานมีความ เหมาะสมกับแต่ละตำแหน่งงาน	4.37	1.37	มาก	1
เฉลี่ย	4.3 7	1.37	มาก	
2.กำหนดสมรรถนะดังต่อไปนี้ ให้เป็น ส่วนหนึ่งใน Competency สำหรับ พนักงาน	3.95	1.14	มาก	13
2.1มีความรู้เกี่ยวกับประเทศและ วัฒนธรรมอาเซียน				
2.2มีทักษะการสื่อสารด้วย ภาษาอังกฤษ	3.96	.90	มาก	12
2.3มีทักษะวิชาชีพเฉพาะตนเอง (Professional Competency)	4.00	.84	มาก	9
2.4มีทักษะการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศและเครือข่ายทางสังคม ออนไลน์	3.86	.90	มาก	15
2.5มีทักษะการทำงานภายใต้ความ หลากหลายทางวัฒนธรรม	4.23	.85	มาก	2
2.6 การพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง	4.16	.78	มาก	3
2.7มีจิตสำนึกร่วมและความ รับผิดชอบต่อสังคมในฐานะพลเมือง อาเซียน	4.23	.85	มาก	2
2.8มีความยืดหยุ่นต่อการใช้ชีวิตและ การทำงาน(Work-Life Flexibility)	4.11	.94	มาก	5
เฉลี่ย	3.6 1	0.80	มาก	
3.กำหนดสมรรถนะดังต่อไปนี้ ให้เป็น ส่วนหนึ่งในCompetency สำหรับ ผู้บริหาร	4.04	.96	มาก	7
3.1มีวิสัยทัศน์เพื่อรองรับการ เปลี่ยนแปลง				
3.2มีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจใ ภูมิภาคอาเซียน	4.02	.87	มาก	8
3.3มีความรู้ความสามารถในหลักการ บริหารความเปลี่ยนแปลง	4.09	.90	มาก	6
3.4มีความรู้ความสามารถในหลักการ บริหารความเสี่ยง	3.83	.86	มาก	17
3.5มีความรู้ความสามารถในหลักการ บริหารความหลากหลายทั้งด้านคน วัฒนธรรม ระบบ	3.92	.79	มาก	14

3.6มีความสามารถในการสอนแนะ (Coach) และส่งเสริมพนักงานให้เข้าสู่ AEC	3.71	1.0	มาก	21
เฉลี่ย	3.9	0.90	มาก	
4.กำหนดสมรรถนะดังต่อไปนี้ ให้เป็นส่วนหนึ่งในCompetency สำหรับนักทรัพยากรมนุษย์				
4.1มีความรู้อย่างลึกซึ้งในกฎหมายแรงงานในอาเซียน	3.81	.98	มาก	18
4.2มีความรู้อย่างลึกซึ้งในหลักสิทธิมนุษยชน ความเป็นธรรม และความเท่าเทียมกัน	3.80	.91	มาก	19
4.3มีความรู้อย่างลึกซึ้งในหลักคุณภาพและความปลอดภัยสากล	3.62	.93	มาก	22
4.4มีความรู้ในองค์การ ธุรกิจอาเซียน และกลยุทธ์ทางการตลาด	4.15	1.46	มาก	4
4.4มีทักษะในการเชื่อมโยง อธิบาย ชับซ้อนและจับประเด็นได้อย่างรวดเร็ว	3.98	.97	มาก	10
4.6มีทักษะเจรจาต่อรองและการโน้มน้าวกับบุคคลต่างวัฒนธรรมเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์ขององค์การ	3.85	.90	มาก	16
4.7มีทักษะสร้างเครือข่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ	3.75	.91	มาก	20
4.8มีทักษะการกำหนดนโยบายที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม	3.95	.91	มาก	13
4.9มีความอดทนต่อความไม่แน่นอน/ไม่ชัดเจนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	3.98	.84	มาก	11
4.10มีความเที่ยงตรงและความเป็นธรรมในการทำงาน	4.37	1.37	มาก	1
เฉลี่ย	3.9	0.93	มาก	
เฉลี่ยรวม	3.9	1.00	มาก	

จากตารางที่ 3 ร้อยละของลักษณะการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมภายหลังการเข้าสู่ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) พบว่าโรงแรมส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินงานในรูปแบบที่ 8 โดยมียุทธศาสตร์เน้นตลาดในประเทศเป็นหลักกลยุทธ์ขยายตลาดในประเทศ และมีพนักงานต่างชาติ มากที่สุด จำนวน 59 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมา คือ รูปแบบที่ 10 โดยมียุทธศาสตร์เน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก กลยุทธ์ไม่มีการขยายตลาดและมีพนักงานต่างชาติจำนวน 29 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 22.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การประเมินการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรด้านการจัดการสมรรถนะ

ความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในด้านการจัดการสมรรถนะขององค์กรภายหลังการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4 ระดับความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์กรหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในธุรกิจโรงแรม ตำบลป่าตอง อำเภอเกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

จากตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์กรหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในธุรกิจโรงแรม ตำบลป่าตอง อำเภอเกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, $S.D = 1.00$) เมื่อพิจารณาระดับความพร้อมแต่ละประเด็นพบว่า ระดับความพร้อมที่กำหนดสมรรถนะให้เป็นส่วนหนึ่งใน Competency สำหรับพนักงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, $S.D = 0.80$) ระดับความพร้อมที่กำหนดสมรรถนะให้เป็นส่วนหนึ่งใน Competency สำหรับผู้บริหารภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, $S.D = 0.90$) และ ระดับความพร้อมที่กำหนดสมรรถนะให้เป็นส่วนหนึ่งใน Competency สำหรับนักทรัพยากรมนุษย์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, $S.D = 0.93$) หากพิจารณาระดับความพร้อมแต่ละประเด็นในการกำหนดสมรรถนะให้เป็นส่วนหนึ่งใน Competency สำหรับพนักงานทั้ง 3 กลุ่มพบว่า ระดับความพร้อมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก คือ ความพร้อมในการบริหารบนพื้นฐานของสมรรถนะ (Competency-Based) และความพร้อมในการมีความเที่ยงตรงและความเป็นธรรมในการทำงาน ($\bar{X} = 4.37$, $S.D = 1.37$), ความพร้อมในการมีทักษะการทำงานภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความพร้อมในการมีจิตสำนึกร่วมและความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะพลเมืองอาเซียนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, $S.D = 0.85$), ความพร้อมในการรับการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, $S.D = 0.78$) และความพร้อมในการมีความรู้ในองค์กร ธุรกิจอาเซียนและกลยุทธ์ทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, $S.D = 1.46$), ตามลำดับ

ทั้งนี้หากจัดลำดับความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์กรหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในธุรกิจโรงแรม ตำบลป่าตอง อำเภอเกาะภูเก็ตพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากและระดับความพร้อมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก คือ ความพร้อมในการบริหารบนพื้นฐานของสมรรถนะ (Competency-Based) และความพร้อมในการมีความเที่ยงตรงและความเป็นธรรมในการทำงาน, ความพร้อมในการมีทักษะการทำงานภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความพร้อมในการมีจิตสำนึกร่วมและความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะพลเมืองอาเซียนอยู่ในระดับมาก, ความพร้อมในการรับการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมากและความพร้อมในการมีความรู้ในองค์กร ธุรกิจอาเซียนและกลยุทธ์ทางการตลาดอยู่ในระดับมากตามลำดับ

การอภิปรายผล

การประเมินความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์กรหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในธุรกิจโรงแรม ตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ตพบว่า ลักษณะการดำเนินธุรกิจโรงแรม.ภายหลังการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ส่วนใหญ่โรงแรมมีลักษณะการดำเนินธุรกิจโดยมียุทธศาสตร์เน้นตลาดในประเทศเป็นหลักกลยุทธ์ขยายตลาดในประเทศ และมีพนักงานต่างชาติ มากที่สุด รองลงมาคือ มียุทธศาสตร์เน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก กลยุทธ์ไม่มีการขยายตลาดและมีพนักงานต่างชาติซึ่งจะเห็นได้ว่าลักษณะการดำเนินธุรกิจทั้ง 2 รูปแบบนี้ มียุทธศาสตร์เน้นตลาดในประเทศเป็นหลักและมีการว่าจ้างพนักงานต่างชาติ ซึ่งนับวันมีปริมาณที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้เกิดจากภายในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี (พงษ์เดช ศรีวิชัยประดิษฐ์, 2553) และการประเมินความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์กรหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในธุรกิจโรงแรม ตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ตพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาระดับความพร้อมแต่ละประเด็น พบว่า ระดับความพร้อมการกำหนดสมรรถนะให้เป็นส่วนหนึ่งใน Competency สำหรับพนักงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ระดับความพร้อมการกำหนดสมรรถนะให้เป็นส่วนหนึ่งใน Competency สำหรับผู้บริหาร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และระดับความพร้อมการกำหนดสมรรถนะให้เป็นส่วนหนึ่งใน Competency สำหรับนักทรัพยากรมนุษย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก หากพิจารณาระดับความพร้อมแต่ละประเด็นในการกำหนดสมรรถนะให้เป็นส่วนหนึ่งใน Competency สำหรับพนักงานทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า ระดับความพร้อมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก คือ ความพร้อมในการบริหารบนพื้นฐานของสมรรถนะ(Competency-Based) และความพร้อมในการมีความเที่ยงตรงและความเป็นธรรมในการทำงาน, ความพร้อมในการมีทักษะการทำงานภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม, ความพร้อมในการมีจิตสำนึกร่วมและความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะพลเมืองอาเซียน, ความพร้อมในการรับต่อการเปลี่ยนแปลงและความพร้อมในการมีความรู้ในองค์กร ธุรกิจอาเซียนและกลยุทธ์ทางการตลาดอยู่ในระดับมากตามลำดับ(จำเนียร จวงตระกูล, เลิศชัย สุธรรมานนท์ และคณะ, 2555) สอดคล้องกับการศึกษาของ Collin and Porras (1995) และ Institute for Social Research รัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกา พบว่า องค์กรที่มีศักยภาพในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน กล่าวคือ คุณลักษณะขององค์กรที่มีสมรรถนะสูงนั้นล้วนเกิดจากการวางกลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร (High Performance Organization) มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement & Renewal) มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยการสร้างความพร้อมในการบริหารบนพื้นฐานของสมรรถนะที่ชัดเจนอย่างเป็นรูปธรรมมีความแตกต่างจากองค์กรอื่น (Maitland, R., 2002) รวมทั้งการให้ความสำคัญกับระบบแรงงานต่างชาติและระบบเศรษฐกิจใหม่ที่เกิดขึ้นในกลุ่มประเทศอาเซียนและทั่วโลก โดยเฉพาะด้านการบริหารความแตกต่างทางวัฒนธรรมของแรงงานที่สามารถเคลื่อนย้ายมาสู่องค์กร พัฒนาทักษะให้พนักงานสามารถทำงานภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมมีจิตสำนึกร่วมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความหลากหลาย สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีความยืดหยุ่นพร้อมรับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง การยอมรับและเคารพในความแตกต่างจึงเป็นเรื่องที่สำคัญในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมีความทันสมัย เกิดวัฒนธรรมระบบเปิด (Openness & Action Orientation) องค์กรมีการสร้างระบบสนับสนุนต่างๆเพื่อให้องค์กรใส่ใจตระหนักถึงผลกระทบต่อแรงงานในภูมิภาคสู่การเลื่อนไหลสู่องค์กรมุ่งเน้นประสิทธิภาพการดำเนินงานมีการส่งเสริมความรู้ในองค์กร ธุรกิจอาเซียนและกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างมีความเที่ยงตรงและความเป็นธรรม ผ่านการสื่อสารกับพนักงานหลากหลายรูปแบบอย่างทั่วถึงในการแลกเปลี่ยนความรู้และการเรียนรู้โดยให้พนักงานทุกกลุ่ม ทุกเชื้อชาติเข้ามีส่วนร่วมในกระบวนการที่สำคัญก่อให้เกิดนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ กระบวนการและการบริการใหม่ๆเกิดความสามัคคีและร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายด้วยกันได้ (พงษ์เดช ศรีวิชัยประดิษฐ์, 2553) แต่ทั้งนี้ความพร้อมในการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อเป้าหมายไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในแต่ละองค์กรมีความเหมาะสมแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของ องค์กร เป้าหมาย วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ พันธกิจขององค์กร ดังนั้นถ้าสามารถแจกแจงได้ว่า

องค์กรนั้นมีระดับพัฒนาการการบริหารทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับใด และมีเป้าหมายไปในทิศทางใด ก็จะสามารถวิเคราะห์ได้ว่าลักษณะองค์กรนั้นกับระดับความพร้อมที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสมเพียงพอแล้วหรือไม่ (วิริณธ์ กิตติพิชัย, อรทัย เลิศพิชิตกุล และถนอมรัตน์ ฟองเลา, 2557)

ข้อเสนอแนะ

ควรประเมินความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์กรในกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ในธุรกิจโรงแรมทั้งที่เป็นสมาชิกของชมรมงานบุคคลและตั้งอยู่ในตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นสมาชิกของชมรมงานบุคคลได้แก่ ผู้บริหาร เจ้าของกิจการ หรือพนักงานแผนกอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความพร้อมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการสมรรถนะขององค์กรที่สมบูรณ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จำเนียร จวงตระกูล, เลิศชัย สุธรรมานนท์ และคณะ .(2555). การพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรธุรกิจไทยในบริบทประชาคมอาเซียน. (น. 99-103). กรุงเทพฯ: สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย สถาบันการจัดการงานบุคคล
- พงษ์เดชศรีวิชรประดิษฐ์. (2553). ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โอกาสและความท้าทายที่ HR ไทยต้องรู้. เอกสารการสัมมนา.
- วิริณธ์ กิตติพิชัย, อรทัย เลิศพิชิตกุล และถนอมรัตน์ ฟองเลา. (2557). การสร้างเครื่องมือประเมินความพร้อมด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Collin, J. C. and Porras, J. I. (1995). Built to Last. Successful Habits of Visionary Companies. New York: Harper Business.
- Maitland, R. (2002). "Due Consideration". People Management. 8 (2): 51.

แนวทางการพัฒนาตลาดผ้าทอไทลื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา
กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
GUIDELINES FOR DEVELOPING TAI-LUE WOVEN TEXTILE MARKETS THROUGH
FACEBOOK : A CASE STUDY OF SRI DON CHAI WEAVING WOMAN GROUP
IN CHIANG KHONG, CHIANG RAI PROVINCE.

สุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ^{1*} เฉลิมชัย คำแสน²
ณัฐกิตติ์ เสงตระกุล³สุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้า 2) พัฒนาช่องทางการจำหน่ายผ้าทอและผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม เก็บข้อมูลจากคณะกรรมการกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย จำนวน 20 คน พบว่า กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยขาดความรู้ด้านการตลาด ช่องทางการตลาดทำแบบเดิมที่เคยทำมาโดยจำหน่าย 4 ช่องทาง ได้แก่ 1) จำหน่ายที่ศูนย์ทอผ้า 2) ออกงานต่างๆ ตามหน่วยราชการจัด 3) ขายส่ง 4) คนในชุมชนนำไปจำหน่าย คณะผู้วิจัยจึงจัดอบรมส่งเสริมความรู้และหาแนวทางเพิ่มช่องทางการตลาด จากการระดมความคิดเห็นจึงเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก หลังจากอบรมและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทำให้มีช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น

หลังจากการเปิดเฟซบุ๊กเพจทำให้กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยเป็นที่รู้จัก มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นทำให้สมาชิกมีรายได้มากขึ้น มีเงินเหลือเก็บออมและทำให้เยาวชนมีความสนใจที่จะยึดอาชีพทอผ้าเป็นอาชีพหลัก สมาชิกสามารถทำการค้าออนไลน์ได้ มีความสนใจและมีทักษะความรู้การค้าออนไลน์มากขึ้น สามารถทำงานและสื่อสารกับผู้อื่นได้ดี มีความรับผิดชอบตามที่ได้รับมอบหมาย สามารถแก้ปัญหาของกลุ่มได้ดี อีกทั้งการมีเฟซบุ๊กเพจครั้งนี้สามารถนำไปต่อยอดกับกลุ่มอาชีพอื่นๆ ได้

คำสำคัญ : ช่องทางการตลาด , สื่อสังคมออนไลน์ , เฟซบุ๊ก , ผ้าทอไทลื้อ

^{1,2} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

³ รองศาสตราจารย์ สาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

⁴ อาจารย์ประจำ สาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

* Corresponding author, email : su_patta_nee@hotmail.com

Abstract

The main purposes of the study were 1) to study the potential operation of woven textiles group and 2) to develop the marketing channels for woven textiles and Tai-Lue woven textile products by the use of social media, called 'Facebook'. The research was qualitatively conducted through participatory methods. The data was collected from 20 members of Sri Don Chai weaving women group. Due to the lack of new knowledge of marketing, just do the same as ever, the members of Sri Don Chai weaving woman group, therefore, were selected as the sample of the study. Regarding the analysis of the potential of the sample group, it was found that their product distribution was occurred into 4 channels: Distribution center; Various Displays organized by the government sectors; Wholesales to various stores; and, Community members who are retailers. Therefore, the training to promote the marketing knowledge and to appropriately increase marketing channels was provided. By the group brainstorming, they agreed that marketing channels should be increased through the social media. After training, it was found that the marketing channel on 'Facebook' could increase the distribution of textiles and Tai-lue woven textile products.

That is, the 'Facebook' page could enable Sri Don Chai weaving woman group to be more well known, and their sales raised. Also, the income was higher for saving. As a result of this high income, the youths have paid more attention of weaving as their main career. Besides, it can be seen that the group members are knowledgeable enough to do online trading themselves and are further interested in the knowledge of online trading. Besides, they are able to work and communicate with others very well. Regarding the responsibility as assigned, they are able to solve the problem occurred in the group well. Definitely, trading through the 'Facebook' page is able to increase the connection with other professional groups as well.

Keywords : marketing channel , social media, Facebook ,Tai-Lue Woven Textile

บทนำ

ผ้าเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยที่บ่งบอกถึงความรุ่งเรืองของวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ของคนในชาติในการนำมาทำเครื่องนุ่งห่มและผลิตภัณฑ์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน ผ้าทอเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่สะท้อนถึงภูมิปัญญาดั้งเดิมได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ผ้าไทยมีหลายรูปแบบและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาคและจังหวัด ในจังหวัดเชียงรายมีชาติพันธุ์หลายกลุ่ม โดยกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีชื่อเสียงทางการทอผ้าเป็นที่รู้จักและยอมรับของคนทั่วไป คือ กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ เนื่องจากผ้าทอไทลื้อมีลวดลายสวยงามบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ซึ่งได้มีการบูรณาการเอาศิลปะ วิถีชีวิต สภาพแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณีและความเชื่อผ่านการถักทอเป็นเส้นใยเล็กๆ ออกมาเป็นผ้าแต่ละผืน ทำให้เป็นสินค้าภูมิปัญญาที่มีคุณค่า ผ้าทอที่มีชื่อเสียงมากที่สุด คือ ผ้าจกไทลื้อลายที่โดดเด่นสวยงามมากที่สุด คือ ลายน้ำไหลที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อ สาเหตุที่เรียกว่า ลายน้ำไหลเพราะลวดลายที่ทอมีลักษณะเหมือนสายน้ำไหล จึงเป็นที่นิยมของประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจนกลายเป็นสินค้าภูมิปัญญาที่หารายได้ให้กับครอบครัวและชุมชน

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างมาก เป็นยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศได้รับการพัฒนาทำให้โลกก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศก่อให้เกิดการพัฒนาด้านการ

จัดระบบเผยแพร่และเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของมนุษย์ อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนห้องสมุดขนาดใหญ่เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลมากมายในโลกไว้ด้วยกัน จึงเป็นปัจจัยหนึ่งของการพัฒนาและมีความเกี่ยวข้องกับผู้คนในทุกสาขาอาชีพ (ประเวศ ธนกุลกิจ, 2558 หน้า 1) ปัจจุบันการใช้งานด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) เพิ่มมากขึ้นทุกวัน เพราะการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตสามารถใช้งานได้ทุกที่และสะดวก ผู้บริโภคจะสามารถดูหรือเลือกซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมงไม่ว่าจะอยู่มุมใดของโลก (นักชัชตภาส เรื่องเพิ่มพูน, 2556 หน้า 1) ทำให้เกิดช่องทางการค้ามากขึ้นอีกทั้งยังทำให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นแนวทางใหม่ที่มีความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยสามารถลดบทบาทขององค์ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเลที่ตั้ง อาคารประกอบการ พนักงานขายและพนักงานแนะนำสินค้า จึงสามารถลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเงินเดือนพนักงาน ลดข้อจำกัดของระยะทางและเวลาลงได้ (ศิริณา บุญฟู และคณะ, 2555 หน้า 1) การค้าขายออนไลน์หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) สามารถทำธุรกิจและแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

จากการที่คณะผู้วิจัยลงพื้นที่พบว่า กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เป็นกลุ่มทอผ้าที่ลือชื่อที่มีศักยภาพ สามารถทอผ้าลายโบราณและลายประยุกต์ได้ สมาชิกกลุ่มมีประมาณ 265 คน หากทางกลุ่มสามารถจำหน่ายสินค้าได้มากก็จะทำให้สมาชิกในกลุ่มมีรายได้ ครวี่เรือนมีความมั่นคงมากขึ้น ปัจจุบันช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การจัดจำหน่ายที่ศูนย์ สมาชิกในหมู่บ้านนำไปจำหน่ายต่างถิ่น และจากลูกค้าเก่า เป็นการบอกเล่าปากต่อปากหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านมา จากการที่ตั้งศูนย์กลุ่มสตรีทอผ้าที่ลือศรีดอนชัยอยู่ห่างจากจังหวัดเชียงราย 140 กิโลเมตร ทำให้เป็นอุปสรรคในการขยายฐานลูกค้า ในภาวะการแข่งขันสูงจากผ้าทอที่มาจากต่างประเทศรวมทั้งผ้าทอจากโรงงานที่ทอด้วยเครื่องจักร กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยจึงต้องการจะเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ซึ่งหากกลุ่ม “สตรีทอผ้าที่ลือศรีดอนชัย” มีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นจะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน งานวิจัยครั้งนี้จะเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่มและเพื่อให้วัฒนธรรมการทอผ้าดำรงอยู่คู่สังคมชาวไทลื้อต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย อ.เชียงของ จ.เชียงราย
2. เพื่อพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผ้าทอและผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ลือชื่อในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กของกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย อ.เชียงของ จ.เชียงราย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ดำเนินการดังนี้

พื้นที่และกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา

พื้นที่ในการวิจัย คือ ชุมชนไทลื้อศรีดอนชัย ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย 4 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 7 หมู่ที่ 12 หมู่ที่ 14 และหมู่ที่ 15 ในชุมชนไทลื้อมีกลุ่มทอผ้าที่มีศักยภาพ 4 กลุ่มหลัก ดังนี้ 1) กลุ่มสตรีทอผ้าไตลื้อ 2) กลุ่มทอผ้าลื้อลายคำ 3) กลุ่มทอผ้า เอือนคำแพง และ 4) กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย ในที่นี้คณะผู้วิจัยเลือกกลุ่ม “สตรีทอผ้าศรีดอนชัย” เนื่องจากมีคุณสมบัติ 4 ประการ คือ

1. มีความสามารถในการทอผ้า
2. ผู้นำกลุ่มมีความสามารถในการปรับตัวและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานราชการ
3. มีความต้องการที่จะเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและเพิ่มยอดการจำหน่ายสินค้า และ
4. ยังไม่มีเฟซบุ๊กเพจสำหรับโพสต์และจำหน่ายสินค้า

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย เกี่ยวกับบริบทของกลุ่ม รวมทั้งการวิเคราะห์สภาพการผลิตและการตลาดของกลุ่ม ตลอดจนการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกิจกรรมต่างๆ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ เช่น ข้อมูลที่มีการบันทึกไว้ของกลุ่ม แผ่นพับ ข้อมูล ทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการประกอบการสรุปผลและอภิปรายผล

วิธีการดำเนินการวิจัย

การดำเนินงานมี 3 ขั้นตอน คือ

1. **ขั้นเตรียมการ** เป็นขั้นตอนคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย ทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาโครงการวิจัยสร้างความเข้าใจระหว่างทีมงานและวางแผนร่วมกับชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ชี้แจง อธิบาย ทำความเข้าใจ วัตถุประสงค์ของโครงการกับคณะกรรมการองค์การบริหารส่วนตำบลศรีดอนชัย ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน

1.2 สํารวจกลุ่มทอผ้าในตำบลศรีดอนชัยทั้งตำบลเพื่อคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย

1.3 พัฒนาโครงการวิจัย โดยการประชุมร่วมกันระหว่างคณะกรรมการของกลุ่มและผู้วิจัย

1.4 สร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างทีมงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

2. ขั้นการดำเนินงาน

2.1 การจัดฝึกอบรม

อบรมเรื่องให้ความรู้เรื่องประเทศไทย 4.0 การตลาดดิจิทัล การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้นบนเครือข่ายสังคม (Social Media) กระบวนการจัดทำ ประโยชน์ ระบบการชำระเงินและข้อควรระวัง ระบบการส่งสินค้า การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การถ่ายภาพ และการนำเสนอรูปภาพในเฟซบุ๊ก

2.2 จัดทำเฟซบุ๊กเพจ ให้กับกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยและให้สมาชิกกลุ่มคัดเลือกผู้รับผิดชอบแอดมิน (Admin) จำนวน 2 คน ทำหน้าที่ในการดูแลระบบ

2.3 ประเมินและสรุปผลการจัดทำเว็บไซต์ ความพึงพอใจ ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับ

2.4 คณะกรรมการดำเนินการจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บไซต์ โดยที่วิจัยจะติดตามผลและเป็นพี่เลี้ยงคอยดูแลและแก้ไขปัญหา

3. ขั้นสรุปผลและจัดทำข้อเสนอแนะ

3.1 จัดประชุมเพื่อสรุปผลการดำเนินโครงการและให้สมาชิกเสนอแนะ

3.2 จัดทำรายงานการวิจัยเชิงปฏิบัติการและข้อเสนอแนะ เผยแพร่งานวิจัยและขยายผลไปสู่สินค้าประเภทอื่นๆ ในชุมชน และขยายผลไปสู่ชุมชนอื่นต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) คณะผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสัมภาษณ์ประธานกลุ่มรองประธาน เลขา เภรัญญิก ฯลฯ แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์ โดยสร้างข้อคำถามเพื่อใช้สำหรับการดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยวิธีสนทนากลุ่ม ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับบริบทกลุ่ม “สตรีทอผ้าศรีดอนชัย” ศักยภาพของกลุ่ม สภาพปัญหาด้านการตลาดและแนวทางในการสร้างช่องทางการตลาด

2. แบบสอบถามเพื่อประเมินศักยภาพความพร้อมในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสาร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลจากคณะกรรมการกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยของศูนย์ จำนวน 20 คน โดยมีกิจกรรมดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 สํารวจข้อมูลปัญหา อุปสรรคด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และแนวทางในการแก้ไขปัญหา

ระยะที่ 2 อบรมให้ความรู้เรื่องการตลาดดิจิทัล การชำระเงินและการส่งสินค้า เทคนิคการถ่ายภาพ การนำรูปภาพลงในเว็บไซต์ของกลุ่ม และทำการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ จากนั้นลงมือสร้างสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กของกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย

ระยะที่ 3 สัมภาษณ์คณะกรรมการโดยใช้การอภิปรายกลุ่ม (Focus Group) เพื่อติดตามผลการดำเนินงาน ความคิดเห็นปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายสื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟซบุ๊ก

การวิเคราะห์ข้อมูล

- นำข้อมูลที่ได้จากปฐมภูมิและทุติยภูมิมาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง PEST และ PRIMO-F Analysis
- เปรียบเทียบช่องทางการจัดจำหน่ายก่อนและหลังมีสื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟซบุ๊กของกลุ่ม

สรุปผลการวิจัย

1.บริบททั่วไป

ผู้หญิงชาวไทลื้อจะทอผ้าเพื่อใช้เป็นเครื่องแต่งกายของคนในครอบครัว เครื่องใช้ในครัวเรือนและผ้าที่ใช้ในพิธีการทางศาสนา ลายน้ำไหลเป็นลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อ การสืบทอดวิธีการทอผ้าโดยมีแม่หรือยายเป็นผู้สอนให้กับลูกสาวหรือหลานสาวในครอบครัว ลายแรกที่ทอคือ ลายตาแซงที่นิยมใช้ในลายผ้าขาม้า เมื่อทอจนชำนาญแล้วก็จะทอลวดลายที่ยากขึ้นตามลำดับ แม่หรือยายเป็นคนสอนย้อมสีฝ้าย ลายผ้าทอมีหลายลักษณะ กล่าวคือ หากทอผ้าสำหรับใช้ทำงาน เช่น ไปทำไร่ ทำนาจะทอเป็นลวดลายแบบง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน เช่น ลายตาแซง เป็นต้น แต่หากต้องการใช้ผ้าทอในงานบุญ ชาวไทลื้อจะทอผ้าที่มีลวดลายที่ซับซ้อน วิจิตรสวยงาม เช่น ลายน้ำไหล ส่วนวัตถุดิบที่ใช้สำหรับทอผ้า เช่น ฝ้าย แต่เดิมชาวไทลื้อจะปลูกฝ้ายไว้ที่หัวไร่ปลายนาใช้ทอผ้า ปัจจุบันเพื่อความสะดวกรวดเร็วจึงซื้อฝ้ายมาใช้ในการทอ ส่วนการย้อมสีฝ้ายจะมีขั้นตอนยุ่งยากและใช้เวลานาน ด้วยเหตุนี้ทำให้ช่างทอผ้ารุ่นหลัง ๆ ส่วนใหญ่จะย้อมฝ้ายไม่เป็น บางคนที่เคยย้อมเป็นแต่ก็ไม่ได้ย้อมนานแล้ว คงมีแต่ประธานกลุ่ม (แม่ครู) สามารถย้อมสีฝ้ายได้ ในอดีตสีย้อมผ้าได้จากธรรมชาติ เช่น ครั่ง ฮ่อม (ต้นคราม) มะเกลือ ช่างทอผ้าทั่วไปสามารถทอลายมาตรฐานได้ เช่น ลายตาแซง แต่ถ้าเป็นลายละเอียดและซับซ้อนแล้วช่างทอผ้าทั่วไปไม่ต้องการทอเพราะใช้เวลานานในการแกะลาย ซึ่งการแกะลายจะใช้วิธีดูและนับจากลายผ้าเก่าหรือให้แม่ครูสอน

2.สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้แบบจำลอง PRIMO-F Analysis

P - People (ด้านบุคลากร) พบว่า กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยก่อตั้งในปี พ.ศ.2533 ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 265 คน มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อให้สมาชิกได้เรียนรู้แบบและลวดลายการทอผ้ามาเป็นผลิตภัณฑ์จำหน่าย 2) เพื่อเป็นอาชีพเสริมหลังฤดูกาลทำนาทำไร่ 3) เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ครัวเรือน ผู้นำกลุ่มคนปัจจุบัน คือ แม่แว่นแก้ว ภิรมย์พลัด เป็นผู้นำที่เข้มแข็ง มีประสบการณ์องค์ความรู้และสามารถนำภูมิปัญญามาใช้ในกระบวนการทอผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อ สมาชิกมีความชำนาญในการผลิต สามารถทอผ้าได้สวยงาม คุณภาพได้มาตรฐาน มีช่างทอและช่างเย็บที่มีฝีมือจำนวนมาก สามารถรับคำสั่งซื้อ (order) ครั้งละมากๆได้ นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มฯ มีความสัมพันธ์กันอย่างแน่นแฟ้น ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันและความมุ่งมั่นและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ แต่ยังมีจุดอ่อนคือ ขาดบุคลากรด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มมูลค่า (Value Added) และขาดองค์ความรู้ทางวิชาการที่จะนำไปสู่การเพิ่มช่องทางการตลาดที่ให้ทันสมัยกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

R - Resources (ด้านทรัพยากร) พบว่า กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในเรื่องเงินทุน การผลิต การตลาด และการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการผลิต และในปี พ.ศ. 2559 ทางกลุ่มได้รับพระราชทานรางวัลจากสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถในรัชกาลที่ 9 ในงานประกวดผ้าทอผืนงามประเภทผ้าฝ้าย อีกทั้งได้รับการคัดสรรผลิตภัณฑ์ OTOP อยู่ในระดับ 5 ดาว ประเภทผ้า เครื่องแต่งกายจากโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และ ในปี พ.ศ. 2560 ได้รับการคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์

วัฒนธรรมไทย (CPOT) จากจังหวัดเชียงราย มีการออกแบบตราสินค้าชื่อว่า เอือนภูเขา แต่ยังมีจุดอ่อนด้านแหล่งผลิตและสถานที่จัดจำหน่ายซึ่งอยู่ห่างไกลจากชุมชนเมือง

I - Innovations and Ideas (ด้านนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์) พบว่า ทางกลุ่มใช้วัตถุดิบหลักคือ ฝ้ายในการทอ การทอฝ้ายยังคงเป็นแบบดั้งเดิมโดยการทอเป็นผืนและทำเป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าทอด้วยเช่น เสื้อยืด ย่อม เป็นต้น การผลิตเน้นผลิตใช้สีสีธรรมชาติมากที่สุด ช่างทอที่มีฝีมือชั้นครูเป็นผู้คิดค้นออกแบบลวดลายใหม่ๆ สวยงามตา แปลกตา แต่มีจุดอ่อน คือ มีช่างฝีมือชั้นครูเพียงประมาณ 3 คน เท่านั้นที่สามารถออกแบบลวดลายผ้าผสมผสานลายใหม่ๆ ได้

M - Marketing (ด้านการตลาด) พบว่า การจัดจำหน่ายมี 4 รูปแบบ ได้แก่ การจำหน่ายปลีกที่ศูนย์ การขายปลีกตามงานแสดงสินค้าที่รัฐบาลได้จัดขึ้น การขายส่งให้กับห้างร้าน และสมาชิกในกลุ่มนำไปจำหน่าย ด้านตราสินค้า พบว่า ทางกลุ่มมีตราสัญลักษณ์เป็นรูปผู้หญิงทอผ้าและจดทะเบียนการค้า ส่วนใหญ่เน้นการขายที่ศูนย์ การออกงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานภาครัฐจัดขึ้นเป็นการให้ความร่วมมือกับภาครัฐมากกว่าที่จะเน้นขายสินค้า ด้านการตั้งราคาสินค้า พบว่า ทางกลุ่มตั้งราคาสินค้าใกล้เคียงกับผู้ผลิตรายอื่นๆ โดยคิดราคาจากฝ้ายและบวกค่าแรงวันละ 300 บาท แต่ยังคงมีปัญหาจากที่ตั้งศูนย์อยู่ห่างไกล จุดอ่อนด้านการตลาด คือ การวางแผนการขายและตลาดขึ้นอยู่กับความต้องการของประธานกลุ่มเป็นหลักขณะที่สมาชิกคนอื่นๆ ยังไม่มีความสามารถในการวางแผน และขาดการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในเชิงรุก เป็นหน่วยงานราชการจะมีการจัดงานวันต่างๆ 2. ลูกค้านอกต่อๆ กัน 3. ทางกลุ่มจะมีบรรจุภัณฑ์เป็นชื่อของกลุ่ม เป็นถุงผ้าและมีชื่อกลุ่มติดอยู่ ใช้สำหรับเป็นบรรจุภัณฑ์และโฆษณากลุ่ม

O - Operations (ด้านการดำเนินงาน) พบว่า ทางกลุ่มมีโครงสร้างการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการและการกำหนดหน้าที่อย่างชัดเจน มีขั้นตอนการผลิตที่มีคุณภาพมาตรฐานและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การจัดสรรและแบ่งปันรายได้แก่สมาชิกมีข้อกำหนดที่ชัดเจน และยังเป็นศูนย์การเรียนรู้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาให้แก่เยาวชน นักเรียน คนในชุมชน และหน่วยงานภายนอก แต่ยังมีจุดอ่อนด้านการบริหารงานกลุ่มซึ่งสมาชิกกลุ่มยังขาดทักษะ ขาดองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ขาดทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

F - Finance (ด้านการเงินและงบประมาณ) พบว่า กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐโดยเป็นเงินงบประมาณในด้านวัสดุ อุปกรณ์ การก่อสร้างศูนย์และปรับปรุงอาคาร ด้านการฝึกอบรม การศึกษาดูงาน สำหรับเงินทุนที่ใช้ภายในกลุ่มได้จากการระดมทุนของสมาชิก และการจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งกลุ่มได้มีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย แต่มีจุดอ่อนด้านการเงิน คือ ไม่มีการวิเคราะห์ทางการเงิน เช่น อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio) อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio) ขาดเงินทุนหมุนเวียน

3. ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้แบบจำลอง PEST Analysis

P - Politic (ปัจจัยด้านนโยบายและการเมือง) พบว่า ภาครัฐหลายแห่งมีนโยบายส่งเสริมการใช้ผ้าทอพื้นเมือง เช่น สำนักงานพาณิชย์ 17 จังหวัดภาคเหนือจัดงาน "อัตลักษณ์ผ้าทอภาคเหนือ ภูมิปัญญาแห่งแผ่นดิน" ในวันที่ 3-9 สิงหาคม 2558 เป็นโครงการรณรงค์สวมใส่ผ้าทอไทยภายใต้โครงการเสริมสร้างและเพิ่มช่องทางการตลาดอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผ้าทอไทยเพื่อกระตุ้นกระแสนิยมผ้าทอไทยให้มาได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย อีกทั้งสถานที่ราชการหลายแห่งกำหนดให้แต่งกายด้วยผ้าพื้นเมืองในวันศุกร์และในช่วงเทศกาลต่างๆ นอกจากนี้ทางกลุ่มยังได้รับความช่วยเหลือจากนักวิชาการของมหาวิทยาลัยในท้องถิ่นมาให้ความรู้ในการพัฒนาการผลิตผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอเป็นประจำ ขณะเดียวกันสำนักงานจังหวัดเชียงรายให้ความช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์ทำให้ผ้าทอไทยเป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ

E - Economic (ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ) พบว่า ปัจจุบันมีอุตสาหกรรมการผลิตผ้าจากเครื่องจักรที่สามารถทดแทนผ้าทอมือมาแข่งขันจำนวนมากขึ้น ดังนั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือให้มีความหลากหลายและรูปแบบแปลกใหม่ เพราะผู้ซื้อไม่ชอบความจำเจ การพัฒนาคุณภาพสินค้าให้แตกต่างแต่ละชนิดนั้นจะแตกต่างกันตามลักษณะเฉพาะตัวสินค้า เช่น สินค้าที่มีประโยชน์ต่อการใช้สอยจะต้องมีความสวยงามและมีความคงทนด้วยสินค้าที่เป็นของที่ระลึกก็ต้องเน้นถึงวัสดุใช้สอยในท้องถิ่นนั้น ๆ ให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีความประณีต

พิธีพื้กันในการผลิต สินค้าที่ใช้ในการตกแต่งเครื่องประดับชนิดต่าง ๆ จะต้องเน้นด้านศิลปะและรูปแบบที่เปลี่ยนไปตามสมัยนิยม อีกทั้งควรนำเอาเทคนิคการผลิตสมัยใหม่รวมทั้งเครื่องมือที่ทันสมัยเข้ามาช่วย จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีและต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในทุกยุคทุกสมัย (ทพยรัตน์ บุญรัตพันธุ์ เงินทอง, 2559 หน้า 109) และทางกลุ่มยังมีคู่แข่งที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมืออื่นๆในลักษณะเดียวกัน

S - Social (ปัจจัยด้านสังคม) พบว่า ทุกครั้งที่สื่อทางโทรทัศน์ได้เผยแพร่ละครเกี่ยวกับการสวมใส่ผ้าไทย ทำให้กระแสความนิยมผ้าไทยกลับมาเพิ่มขึ้น ดังเห็นได้จากช่วงต้นปี พ.ศ. 2561 กระแสนิยมของละครเรื่อง บุพเพสันนิวาสมีผลต่อเรื่องวัฒนธรรมการแต่งกายชุดไทยซึ่งเป็นมรดกทางภูมิปัญญา ทำให้การผลิตสิ่งทอพื้นถิ่น ผ้าไทยโบราณกลับมาได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอีกครั้ง ทำให้มีผู้สนใจซื้อหามาสวมใส่กันมากขึ้น นอกจากกระตุ้นเศรษฐกิจแล้วยังเป็นการช่วยอนุรักษ์ผ้าไทยโบราณด้วย (ครอบครัวข่าว 3, 2561)

T - Technology (ปัจจัยด้านเทคโนโลยี) พบว่า มีโอกาสใช้อินเทอร์เน็ตในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่าน Search Engine หรือ Social Media เพื่อเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้า แต่กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยยังไม่สามารถนำเทคโนโลยีเข้าจัดการด้านการผลิตและการจัดจำหน่าย

4. การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับด้านการตลาดและช่องทางการตลาด

กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยมีจุดอ่อน คือ ขาดความรู้ด้านการตลาด จะขายสินค้าแบบเดิมๆที่เคยทำมาและช่องทางการตลาดยังจำกัดและเป็นการตลาดแบบดั้งเดิม ดังนั้น คณะผู้วิจัย พัฒนาการ และประธานกลุ่มจึงได้ร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหามา โดยจัดอบรมส่งเสริมความรู้ด้านการตลาดให้กับสมาชิกกลุ่มและหาแนวทางการเพิ่มช่องทางการตลาดและคัดเลือกช่องทางการตลาดที่เหมาะสม

5. การคัดเลือกช่องทางการตลาดที่เหมาะสมแนวทางในการสร้างช่องทางการตลาดที่เหมาะสมโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟซบุ๊ก

กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันและเหมาะสมกับกลุ่มนี้ เนื่องจากเข้าถึงได้ง่ายและต้นทุนต่ำ

6. ศักยภาพของกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย

ผลที่เกิดขึ้นพบว่า สมาชิกกลุ่มมีความรู้ความสามารถเพียงพอที่จะทำการค้าผ่านออนไลน์ได้ สมาชิกมีความตื่นตัวและมีทักษะความรู้เกี่ยวกับการค้าออนไลน์มากขึ้น สามารถทำงานและสื่อสารกับผู้อื่นได้ดี มีความรับผิดชอบตามที่ได้รับมอบหมาย สามารถแก้ปัญหาของกลุ่มได้ดี จากเดิมที่การเจรจาต่อรองราคา จำนวน การสั่งซื้อผ้าต้องอาศัยประธานกลุ่มเป็นหลัก เมื่อมีสื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟซบุ๊กของกลุ่ม ทำให้แอดมินของกลุ่มสามารถเจรจาโต้ตอบกับลูกค้าได้ทันทีและสามารถนำไปต่อยอดกับกลุ่มอาชีพอื่นๆ ได้ด้วย เช่น กลุ่มขายขนม และกลุ่มขายของที่ระลึก เป็นต้น

7. เปรียบเทียบหลังจากอบรมและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์

7.1 มีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นเป็น 5 ช่องทาง ได้แก่ 1) จำหน่ายที่ศูนย์ 2) ออกงานตามหน่วยราชการกำหนด 3) ขายส่งให้ห้างร้านต่างๆ 4) เยวชนหรือบุคคลในชุมชนนำไปจำหน่ายต่อ และ 5) ช่องทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟซบุ๊ก

7.2 จากการเปิดสื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟซบุ๊กทำให้ได้ลูกค้าลูกค้ารายใหญ่เพิ่มขึ้นจำนวน 3 ราย มียอดสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความเชื่อมั่นร้านค้ามีอยู่จริง มีกลุ่มผลิตจริง โดยเป็นลูกค้าจากสิบสองปันนาจำนวน 1 ราย และลูกค้าจากต่างจังหวัดสนใจสั่งซื้อผ้าทอเพื่อนำไปจำหน่ายอีกต่อ โดยลูกค้าให้เหตุผลว่า ผ้าทอไทยลือชื่อบ้านศรีดอนชัย ลวดลายสวยแปลกตา

7.3 จากการที่ทางกลุ่มมีสื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟซบุ๊กครั้งนี้ ทำให้กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยจะเป็นที่รู้จัก มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น สมาชิกในกลุ่มมีรายได้มากขึ้น สามารถเลี้ยงตัวเองได้และมีเงินออม อีกทั้งทำให้เยาวชนมีความสนใจที่จะทอผ้าเป็นอาชีพหลักมากขึ้น



ภาพที่ 1 โลโก้ของกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย

คณะผู้วิจัยได้นำโลโก้ไปใช้เป็นภาพโปรไฟล์ของเฟซบุ๊กเพจของกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย โดยใช้ชื่อว่าแม่จิ้งลื้อ



ภาพที่ 2 เฟซบุ๊ก เพจของกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย

อภิปรายผล

1. การศึกษาครั้งนี้ พบว่า การที่กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยมีเฟซบุ๊กเพจ ทำให้สามารถถ่ายภาพผ้าชิ้นและผลิตภัณฑ์ต่างๆ โชว์ในเฟซบุ๊กเพจ กระตุ้นความต้องการซื้อสินค้าและจงใจให้เกิดความสนใจติดตามข่าวสารของกลุ่มมากขึ้น ทำให้เห็นรายละเอียดของสินค้าชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของธนกิจ โคกทองและคณะ(2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างสรรค์ศิลปะภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊ก โดยผลการวิจัยพบว่า การถ่ายภาพสินค้าเพื่อส่งเสริมการขายมีผลทำให้เกิดการกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าและจงใจให้เกิดความสนใจติดตามข่าวสาร

2. กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยต้องการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น การศึกษาครั้งนี้ได้จัดอบรมให้ความรู้ด้านการตลาดและเพิ่มช่องทางการตลาด คือ ทำการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียด้วยเฟซบุ๊ก เพจ เนื่องจากเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยม เข้าถึงได้ง่าย ไม่ต้องลงทุนเพิ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของจิระนันต์ เจริญรัตน์และคณะ (2559) ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการสร้างช่องทางการตลาดผ้าไหมสีเขาลายดอกแก้ว ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้า อ.เต่างอย จ.สกลนคร พบว่า กลุ่มนี้ควรเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก เนื่องจากเป็นช่องทางที่มีการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย ไม่ต้องลงทุนเพิ่ม ทำให้เหมาะสมสำหรับกลุ่มเกษตรกรและสอดคล้องกับงานวิจัยของนักชดถาส เรื่องเพิ่มพูน (2556) ศึกษาวิจัยเรื่อง ระบบร้านขายรองเท้าออนไลน์ ทำให้สามารถนำเสนอตัวสินค้าเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น

3. การมีเฟซบุ๊กเพจของกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยทำให้ลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาที่กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย สอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรินทร์ ศรีพรและคณิต สมถวิล (2557) ศึกษาวิจัยเรื่อง เว็บไซต์สั่งซื้อออนไลน์สำหรับร้านดอกไม้พวงชมพู พบว่า การมีเว็บไซต์ทำให้เพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้งานระบบได้ทุกที่ทุกเวลาที่ผู้ใช้บริการต้องการ อีกทั้งยังช่วยประหยัดเวลาในการเดินทางมายังร้าน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การที่กลุ่มธุรกิจชุมชนมีเฟซบุ๊กเพจ การลงภาพถ่ายสินค้า ทำให้สามารถกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าอีกทั้งเป็นการจูงใจให้ลูกค้าติดตามข่าวสารของกลุ่มหรือศูนย์ จะเป็นโอกาสให้ทางกลุ่มสามารถส่งข่าวสารต่างๆ ให้กับลูกค้าได้โดยตรง อีกทั้งยังเป็นช่องทางการที่สะดวกต่อการแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้เข้ามาดูสินค้าของกลุ่มได้อีกด้วย ดังนั้น กลุ่มอาชีพต่างๆ ควรมีเฟซบุ๊ก เพจเพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อและติดตามข่าวสาร

2. ควรอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเฟซบุ๊กแก่สมาชิกทั้งหมดรวมทั้งลูกหลาน ญาติของสมาชิกให้กลุ่ม เพื่อให้มีความรู้และมีส่วนร่วม สามารถช่วยกดไลค์ กดแชร์ทำให้ข่าวสารของกลุ่มแพร่กระจายไปยังกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรอบรมทักษะด้านการใช้งานในเฟซบุ๊กให้แก่สมาชิกในกลุ่มทอผ้าให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

2. ควรทำวิจัยเพื่อให้ทราบข้อมูลของลูกค้าที่ซื้อผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ ถิ่นที่อยู่อาศัย จากข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเพื่อที่จะเพิ่มเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2557). **คู่มือลัดเปิดร้านค้าออนไลน์ได้ด้วยตัวคุณ**. [Online]. Available: http://www.up.ac.th/training/upload/article_20140925111446.pdf [2560, มิถุนายน 25]
- ครอบครัวข่าว 3. (2561). **กรแสพบเพลิงนิวาส ทำผ้าพื้นถิ่น -ผ้าไทยกลับมานิยม**. [Online]. Available: <http://news.ch3thailand.com/local/65770>. [2561, เมษายน 15]
- จิระนันต์ เจริญรัตน์, สุพิชญา นิลจินดา, ปิยพัชร วัฒนโสภณกิตติ, รุจิรา จงคล้ายกลาง, นาฏลดา เรืองชาญ และ มนัสนันท์ นิมพิศาล. (2559). **การศึกษาแนวทางการสร้างช่องทางการตลาดผ้าไหมสีเขาลายดอกแก้วผ่านโซเชียลมีเดีย : กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้า อ.เต่างอย จ.สกลนคร**. [Online]. Available: <http://fmsresearch.snru.ac.th/rs/file/menuscript.pdf> [2560, กุมภาพันธ์ 10]
- ธนกิจ โคกทอง, ศุภรัก สุวรรณวัจน์, นิรัช สุดสังข์. (2557). **การสร้างสรรค์ศิลปะภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊ก**. วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร .4 (2)
- นักชัตลาส เรื่องเพิ่มพูล.(2556). **ระบบร้านขายรองเท้าออนไลน์**. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ประเวศ ธนกุลกิจ. (2558). **การคุ้มครองธุรกรรมจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. เล่มที่ 13/38 [Online]. Available: http://www.03.113.122.174/ULIBIGP/igp/psed7/13_pdf [2560, เมษายน 28]
- ภาวูธ พงษ์วิทยานุก. (2551). **e-Marketing เทคนิคการตลาดออนไลน์**. กรุงเทพฯ : ตลาดดอกคอม.
- วัชรินทร์ ศรีพรและคณิต สมถวิล. (2557). **เว็บไซต์ตั้งชื่อออนไลน์สำหรับร้านดอกไม้พวงชมพู**. วิทยานิพนธ์. คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร
- ศิริณา บุญฟู และปัทมา เมืองชัย. (2555). **ระบบร้านขายสมุนไพรออนไลน์ : กรณีศึกษา ร้านเจ็บบสมุนไพร**. วิทยานิพนธ์.คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- หทัยรัตน์ บุญรัตน์พันธุ์ เงินทอง.(2559).**ปัญหาของกลุ่มผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในตำบลศรีบุญเรือง อำเภอนบพิตำจังหวัดขอนแก่น**. วารสารการบริหารท้องถิ่นปีที่ 9 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม 2559).
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์.(2560). **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

บทความวิชาการนำเสนอผลงานแบบบรรยาย

“มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 1”



การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงโครงสร้างของความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิก
ที่ดีขององค์กร กับ ประสิทธิภาพในการทำงานของตัวแทนขายบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง
THE CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS OF JOB SATISFACTION, ORGANIZATION
CITIZENSHIP BEHAVIOR AND JOB PERFORMANCE OF SALE STAFF IN AN INSURANCE
COMPANY

สิริพัฒน์ เสวีกุล

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงโครงสร้างของความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงยืนยันของความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และประสิทธิภาพในการทำงานของตัวแทนขายในบริษัทประกันภัย โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากบุคลากรตัวแทนขายจำนวน 300 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ค่าสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับความพึงพอใจในการทำงานมีค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจทุกด้านอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.93$, $SD = .48$) (2) ระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรพบว่ามีค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.96$, $SD = .47$) (3) ระดับประสิทธิภาพในการทำงานพบว่ามีค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิผลในการทำงานรวมทุกด้านมีประสิทธิผลการทำงานในระดับสูง ($\bar{X} = 4.00$, $SD = .567$) (4) โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และประสิทธิภาพในการทำงาน มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ของผู้แทนขายบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง พบว่าค่า ไค-สแควร์ (X^2) = 45.84, $df = 36$, $p = 0.12$, $GFI = 0.98$, $AGFI = 0.96$, $CFI = 1.00$, $NFI = 0.99$, $RMR = 0.0056$ และค่าRMSEA = 0.026

คำสำคัญ : ความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ประสิทธิภาพในการทำงาน

Abstract

Research on structural component analysis of work satisfaction Organizational Citizenship behavior and Job Performance of an insurance company employee The objective is to study the confirmed factor analysis of job satisfaction Organizational Citizenship behavior and Job Performance of the sales staff in the insurance company By using a questionnaire to collect data from 300 sales staff. Using multi-step randomization methods Collected data using questionnaires. And analyze data

using Statistical computer program The statistics used in the research were percentage, mean, standard deviation. And testing hypotheses with Confirmatory Factor Analysis (CFA).

The results showed that (1) the level of Job Satisfaction was average The standard deviation of satisfaction in all aspects was at a high level ($\bar{X} = 3.93$, $SD = .48$). (2) The level of Organizational Citizenship behavior was at a high level ($\bar{X} = 3.96$, $SD = .47$). (3) The level of Job Performance found that was a high level of Job Performance ($\bar{X} = 4.00$, $SD = .567$) (4) The confirmatory Factor Analysis found that Job satisfaction Organizational Citizenship Behavior And Job Performance Correlated with empirical data Of a sales staff of an insurance company found that the chi-square (X^2) = 45.84, $df = 36$, $p = 0.12$, $GFI = 0.98$, $AGFI = 0.96$, $CFI = 1.00$, $NFI = 0.99$, $RMR = 0.0056$ and $RMSEA$ value = 0.026

Keywords: job satisfaction, Organization Citizenship Behavior and Job Performance

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันท่ามกลางการแข่งขันของธุรกิจที่รุนแรง การเร่งมือในการพัฒนานวัตกรรม การสร้างสรรค์ การสร้างความแตกต่าง การพัฒนาองค์กรให้สามารถเอาชนะคู่แข่ง การพัฒนาองค์กรนั้นมีความจำเป็นต้องพัฒนาจากภายในซึ่งบุคลากรภายในองค์กรมีความสำคัญไม่แพ้ระบบหรือนวัตกรรมต่าง ๆ ที่องค์กรพยายามจะนำเข้ามาให้ผู้ปฏิบัติเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ความวิตกกังวลของธุรกิจในปัจจุบันคือการบรรลุประสิทธิภาพขององค์กร ความพึงพอใจในการทำงานเป็นทฤษฎีที่ศึกษาต่อเนื่องกันมานานเพราะหากองค์กรมีบุคลากรมีจำนวนมากหรือน้อย หากไม่ใส่ใจดูแลจะส่งผลต่อความสูญเสียทั้งการทำงาน และวัฒนธรรมขององค์กรที่ดีได้ ความพึงพอใจในการทำงาน และเมื่อมีความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ความต้องการของผู้บริหารต้องการความร่วมมือร่วมใจของพนักงานที่มากกว่าการร้องขอ ซึ่งเราเรียกว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Organizational Citizenship Behavior) (Organ, 1990, Tepper, Lockhart, & Hoobler, 2001) ได้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (OCB) เป็นสิ่งที่นักวิชาการกำลังให้ความสนใจและพูดถึงอยู่ในขณะนี้ (Dyne, Cummings & Parks, 1995) OCB ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นพฤติกรรมส่วนบุคคลที่เป็นแบบอย่างไม่ได้เป็นทางการหรือแสดงออกอย่างชัดเจน แต่ผลงานที่เกิดจากการช่วยเหลือจะส่งผลอย่างเป็นรูปธรรม Organ ได้สนับสนุนแนวคิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพของการทำงาน และกล่าวไว้ว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานอย่างแน่นอน ซึ่งจากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และประสิทธิภาพในการทำงานกับพนักงานตัวแทนขายบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง เนื่องจากตัวแทนขายของบริษัทประกันภัยที่มีชื่อเสียงต้องมีทักษะความอดทน และการมีศิลปะในการเข้าไปเจรจากับลูกค้า ซึ่งในการทำงานของตัวแทนขายบริษัทประกันภัยจะมีปัจจัยด้านความพึงพอใจในการทำงานจากนโยบายของบริษัท ผู้บริหาร และต้องมีการทำงานเป็นทีมที่ช่วยเหลือกัน เช่นเดียวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และตัวแทนขายต้องเน้นประสิทธิภาพในการทำงานซึ่งวัดได้จากยอดขายประกันภัย ดังนั้นตัวแทนขายของบริษัทประกันภัยจึงเป็นตัวแทนที่ดีที่จะทดสอบทฤษฎีว่าเป็นความจริงในการดำเนินการในประเทศไทยหรือไม่

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อยืนยันความคิดเห็นของนักวิชาการที่ว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน และประสิทธิภาพในการทำงาน ของตัวแทนขายประกันภัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงยืนยันของความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และประสิทธิภาพในการทำงานของตัวแทนชายบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง

กรอบแนวคิดการวิจัย

ความพึงพอใจในการทำงาน ทฤษฎีความพึงพอใจในการทำงานนั้นมีแนวความคิดที่ได้รับความนิยมดังต่อไปนี้ (1) ทฤษฎี 2 ปัจจัยของเฮร์เบิร์ต (Herzberg Federick, 1993) (Herzberg's Two-Theory) เฮร์เบิร์ต ได้ทำการวิจัยด้วยเทคนิคเหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจภายใต้การควบคุมของฝ่ายบริหาร จากการวิจัยสรุปได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความพึงพอใจในการทำงานมี 2 ประการได้แก่ ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยเกื้อหนุน (Motivation Factors and Hygiene Factors) ปัจจัยจูงใจเป็นส่วนที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน และเกิดพฤติกรรมแสดงออกในการทำงานประกอบไปด้วย 1) ปัจจัยความสำเร็จ (Achievement) ความสำเร็จของงานส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน 2) ปัจจัยการยอมรับ (Recognition) การได้รับการยอมรับและยกย่องชมเชย 3) ลักษณะงาน (Work itself) งานมีความท้าทาย น่าสนใจ 4) ความรับผิดชอบ (Responsibility) มีหน้าที่รับผิดชอบที่มีความสำคัญ 5) ความได้เปรียบ (Advancement) ลักษณะงานมีความก้าวหน้า พัฒนา ในทุก ๆ ด้าน ส่วนปัจจัยค้ำจุนได้แก่ ค่าตอบแทน โอกาสความก้าวหน้า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา สถานภาพในองค์กร ลักษณะการปกครอง นโยบายการบริหาร สภาพแวดล้อมการทำงาน สภาพความเป็นอยู่ และ ความปลอดภัยในการทำงาน ความพึงพอใจในการทำงานของ ล็อก (John Locke, 1976) (Locke's Value Theory) ได้ให้นิยามความพึงพอใจในการทำงานไว้ว่า เป็นภาวะทางอารมณ์ซึ่งเป็นผลจากการรับรู้จากผลของการทำงาน หรือประสบการณ์การทำงานของบุคคลอื่น ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของลอคมาจากความต้องการของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกัน และความต้องการนั้นจะสอดคล้องกับสิ่งที่องค์กรจะให้มากน้อยเพียงใด ถ้าความต้องการส่วนบุคคลตรงกับสิ่งที่ได้รับจากองค์กร ความพึงพอใจจะสูง แต่ถ้าความต้องการสวนทางกับสิ่งที่องค์กรให้ ความพึงพอใจจะต่ำ ตามทฤษฎีของลอค หากจะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานจะต้องมีการศึกษาถึงความต้องการของแต่ละบุคคลว่าต้องการให้องค์กรพัฒนาหรือให้อะไร การเก็บรวบรวมข้อมูลจึงเป็นสิ่งสำคัญและนำข้อมูลนั้นมาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานขององค์กร เช่น หากพนักงานต้องการความก้าวหน้า องค์กรควรมีแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมให้มีตำแหน่งสูงขึ้น ควรสนับสนุนให้พนักงานฝึกอบรมให้มีความรู้ทักษะที่เหมาะสม เป็นต้น

ความพึงพอใจในการทำงานจึงหมายถึง ความรู้สึกที่พนักงานรู้สึกมีแรงจูงใจในตัวเอง และพอใจกับงานของเขา ความพึงพอใจในงานเกิดขึ้นเมื่อพนักงานรู้สึกว่าเขามีเสถียรภาพในการทำงานการเติบโตในอาชีพและความสมดุลของชีวิตการทำงานที่สะดวกสบาย นี้ก็หมายความว่าพนักงานมีความพึงพอใจในการทำงานเนื่องจากงานตรงตามความคาดหวัง การวัดระดับความพึงพอใจในการทำงานในงานวิจัยเรื่องนี้ได้ใช้ แบบสอบถามความพอใจของมินเนโซต้า (Minnesota Satisfaction Questionnaire; MSQ) แบบสอบถามที่ได้รับความนิยม และใช้อย่างแพร่หลายมานาน แบบสอบถามนี้ถูกพัฒนาโดยมหาวิทยาลัย Minnesota ประเทศสหรัฐอเมริกา แบบสอบถามจะมีข้อความที่ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยในการทำงาน ได้แก่ ความพึงพอใจภายในการทำงาน ความพึงพอใจภายนอก และความพึงพอใจทั่วไป ซึ่งแบบสอบถามจะมีทั้งแบบยาวมีจำนวน 100 ข้อคำถาม และแบบสั้นที่ครอบคลุมทุกประเด็นมีจำนวน 20 ข้อคำถาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีผู้ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ได้แก่ Zhang, Wei (2009) ได้ศึกษาพนักงานรัฐวิสาหกิจระดับชาติในประเทศจีน พบว่า พนักงานที่มีความพึงพอใจในการทำงานมากจะมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในระดับมากเช่นกัน และงานวิจัยของ Deborah A. Jasovsky (2001) ได้ศึกษาวิจัยผลของภาพลักษณ์การประกอบอาชีพต่อความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อ

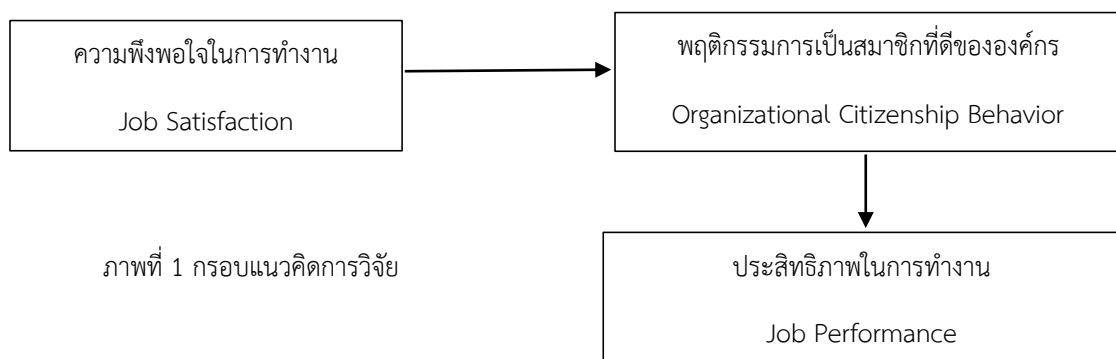
องค์การของพยาบาลประจำการโรงพยาบาล กลุ่มตัวอย่างคือพยาบาลจากโรงพยาบาลในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์อย่างมากกับความพึงพอใจในการทำงาน

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร เปรียบเสมือนความรับผิดชอบทางสังคม โดยถ้าความรับผิดชอบต่อสังคมคือการแสดงออกของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยสมัครใจ, พฤติกรรมการเป็นพลเมืองขององค์กร (OCB) คือ CSR แสดงโดยบุคคล OCB ตามที่กำหนดโดย Organ (1988) พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเป็นการแสดงออกเชิงบวกที่ไม่จำเป็นต้องใช้ในที่ทำงาน แต่เป็นการแสดงออกที่มากกว่า และนอกเหนือจากการทำงานที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการทำงาน การกระทำดังกล่าวเป็นทางเลือกของพนักงานที่จะไปข้างต้นและเกินกว่าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายของพวกเขา เนื่องจากพฤติกรรมเหล่านี้ ไม่ได้เป็นลักษณะหน้าที่โดยตรงของงาน แต่จะแสดงออกอย่างไม่เป็นทางการเพื่อให้พนักงานคนอื่นรู้และเป็นธรรมเนียมการปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการทำงานของตนเอง

ไม่มีการลงโทษสำหรับการไม่เข้าร่วม Smith, Organ, และ Near (1983) แบ่ง OCB ออกเป็นสองกลุ่ม ประเภทที่ 1 ความเห็นแก่ประโยชน์ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งและการปฏิบัติตามหลักการทั่วไปซึ่งประโยชน์ของระบบโดยรวม 2 ความเห็นแก่ตัวเป็นพฤติกรรมช่วยที่ได้รับอิทธิพลจากความพึงพอใจในงานและระดับการศึกษาที่สูงขึ้น การปฏิบัติตามกฎทั่วไปจะได้รับอิทธิพลจากการสนับสนุนจากผู้นำ

ประสิทธิภาพในการทำงาน หมายถึง การประเมินว่าบุคคลทำงานได้ดีหรือไม่ การศึกษาถึงประสิทธิภาพในการทำงานเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาองค์กร และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ที่จะกำหนดเกณฑ์ในการปฏิบัติงานให้ได้ตามเป้าหมายรายบุคคล และเป้าหมายขององค์กร

การวัดประสิทธิผลขององค์การ (Organization Effectiveness) ดังที่ ริงชีย์ สันติวงษ์ (2540:28) กล่าวถึงว่า ประกอบไปด้วยหลายแนวทาง เช่น การวัดตามรูปแบบเดิมโดยอาศัยเกณฑ์การวัดง่าย ๆ จากการพิจารณาถึงขนาดของความสามารถขององค์การในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งประสิทธิผลขององค์การจะเกิดขึ้นได้ต้องผสมผสานกับความมีประสิทธิภาพขององค์การท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งจากภายนอกและภายในองค์การ ซึ่งลักษณะสำคัญของการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ตามแนวคิดของ วูดค็อกไมล์ (Woodcock Milk, 1989) เห็นว่า การทำงานร่วมกัน บุคลากรจะต้องมีพฤติกรรมในการทำงานที่แสดงถึงลักษณะสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าการวัดผลประสิทธิภาพในการทำงานสามารถวัดผลได้ 3 ด้านใหญ่ๆ ได้แก่ (1) ประสิทธิภาพในการทำงานด้านปริมาณ (2) ประสิทธิภาพในการทำงานด้านคุณภาพ (3) ประสิทธิภาพในการทำงานด้านผลผลิต หรือด้านการขาย ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน งานวิจัยของ Antonino Callea (2016) ทำการวิจัยพนักงานระดับบริหาร และพนักงานระดับปฏิบัติงานในประเทศอิตาลี พบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์อย่างมากกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานส่วนใหญ่ งานวิจัยของ Cheng-Liang Yang (2014) ทำการวิจัยอิทธิพลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคาร ในประเทศไต้หวัน ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานในระดับสูง และงานวิจัยของ Sri Indarti (2017) ศึกษาวิจัยนักศึกษาในมหาวิทยาลัยประเทศอินโดนีเซียที่ทำงานแล้ว พบว่าความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กับประสิทธิภาพในการทำงานมีความสัมพันธ์ต่อกันในระดับสูง



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาจากประชากรที่เป็นตัวแทนขายของบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง ที่ทำงานอยู่ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร จำนวน 600,000 คน การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการในเดือน กันยายน - ตุลาคม 2561 ขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรของ Hair (2010) ใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 5 เท่าของจำนวนข้อคำถามในการวิจัย แบบสอบถามมีทั้งหมด 60 ข้อ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการคือ 300 คน

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multiple Stage Sampling) โดยแบ่งตามพื้นที่ขายของบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง แบ่งออกเป็น 5 เขตในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงทำการจับฉลากพื้นที่ของสำนักงานบริษัทประกันภัยในกรุงเทพฯ ได้ 3 เขตได้แก่

1. เขตบางรัก โดยจะแจกแบบสอบถามจาก 100 ชุดเจาะจงจากผู้เข้าร่วมประชุมรายงานผลประจำสัปดาห์ 100 ท่านแรก
 2. เขตมีนบุรี โดยจะแจกแบบสอบถามจาก 100 ชุดเจาะจงจากผู้เข้าร่วมประชุมรายงานผลประจำสัปดาห์ 100 ท่านแรก
 3. เขตหลักสี่ โดยจะแจกแบบสอบถามจาก 100 ชุดเจาะจงจากผู้เข้าร่วมประชุมรายงานผลประจำสัปดาห์ 100 ท่านแรก
- รวมทั้งสิ้น 300 คน

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างแบบสอบถามความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางสังคมกับประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลมีวิธีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวกับความฉลาดทางสังคมของบุคคลกรในองค์กร และศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กรต่าง ๆ
2. ศึกษาค่านิยมของความพึงพอใจในการทำงาน (Job Satisfaction) เครื่องมือของ MSQ (Minnesota Satisfaction Questionnaire)
 - (1) ความพึงพอใจภายใน
 - (2) ความพึงพอใจภายนอก
 - (3) ความพึงพอใจโดยทั่วไป
3. ศึกษาค่านิยมของพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Organizational Citizenship Behavior) และร่างแบบสอบถามจาก พฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Organizational Citizenship Behavior) ของ Organ (1988) ประกอบด้วย
 - (1) พฤติกรรมกรใช้ความช่วยเหลือ
 - (2) พฤติกรรมความสุภาพอ่อนน้อม
 - (3) พฤติกรรมความมีน้ำใจเป็นนักกีฬา
 - (4) พฤติกรรมกรให้ความร่วมมือ
 - (5) พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่
3. ศึกษาค่านิยมของประสิทธิภาพในการทำงาน โดยประสิทธิภาพในการทำงานสามารถแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้
 - (1) ประสิทธิภาพในการทำงานด้านปริมาณ
 - (2) ประสิทธิภาพในการทำงานด้านคุณภาพ
 - (3) ประสิทธิภาพในการทำงานด้านผลผลิต หรือด้านการขาย

4. ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัดความฉลาดทางสังคม โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามความฉลาดทางสังคม โดยการหาค่า IOC (Index of Objective Congruence)
5. กำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญที่จะตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามเพื่อหาค่า IOC ดังนี้
6. หาค่า IOC จากการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน โดยใช้สูตรดังนี้ (สุวิมล ติรภานันท์, 2546: 139)

ค่า IOC เฉลี่ยรวมทุกข้อคือ 0.765

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามตามจำนวนที่ได้ทำการสุ่มตัวอย่างไว้แล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามมาลงรหัส (Coding) และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach)
2. วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล โดยสถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ และค่าฐานนิยม เพื่ออธิบายข้อมูลเชิงพรรณนาในด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ประสบการณ์ทำงาน และสถานที่ทำงาน
3. วิเคราะห์ข้อมูลความฉลาดทางสังคม ความพึงพอใจในการทำงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลเชิงพรรณนา เกณฑ์การแปลผลข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ และสามารถแทนสูตรการคำนวณอันตรภาคชั้น

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น} \\ &= 5 - 1 = 0.80 \\ &5 \end{aligned}$$

4. การวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA) เป็นการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการวัด โดยการทดสอบองค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และพิจารณาความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ในด้านความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) และความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ของแบบจำลอง ความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และประสิทธิภาพในการทำงาน

5. การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้
 - ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square statistics หรือ χ^2) เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบว่าโมเดลที่สร้างขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ ถ้าค่าไค-สแควร์มีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าโมเดลที่สร้างขึ้นไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ คือค่า P-Value มีค่ามากกว่า .05 และพิจารณาจากสัดส่วนของค่าไค-สแควร์ กับค่าองศาอิสระ (degree of freedom : df) ควรมีค่าต่ำกว่า 2.00
 - ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index : GFI) เป็นอัตราส่วนของผลต่างระหว่างฟังก์ชันความสอดคล้องจากโมเดลก่อนและหลังการปรับโมเดลกับฟังก์ชัน ความสอดคล้องก่อนปรับโมเดล ค่า GFI มีค่ามากกว่า .90 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
 - ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแล้ว (Adapted Goodness of Fit Index : AGFI) ซึ่งนำ GFI มาปรับแก้และคำนึงถึงขนาดตัวแปรและกลุ่มตัวอย่าง ถ้าค่า AGFI มากกว่า .90 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
 - ค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของเศษมาตรฐาน (Standardized Root Mean Squared Residual) เป็นค่าเฉลี่ยของเศษที่เหลือโดยเฉลี่ยจากการเปรียบเทียบค่าความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างกับค่าที่ประมาณจากค่าพารามิเตอร์ ค่า SRMR ไม่ควรเกิน .05

- ค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation) เป็นค่า RMSEA ที่มีค่าต่ำกว่า .10 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องในระดับดี ถ้ามีค่าต่ำกว่า .05 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องในระดับดีมาก ถ้ามีค่าต่ำกว่า .01 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องในระดับดีเยี่ยม และถ้าค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องอย่างแท้จริง

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของตัวแทนชายบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งพบว่า เพศหญิงมีจำนวนมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิง จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 73.33 และเพศชายจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.66 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 61.66 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุการทำงาน ส่วนใหญ่มีอายุการทำงาน 5 – 10 ปี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 66.66 รองลงมาคือ อายุการทำงานน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผลการวิจัยพบว่าค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจทุกด้านอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.93$, $SD = .48$) จำแนกรายด้านเรียงลำดับพบว่า ความพึงพอใจภายในอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.89$, $SD = .50$) รองลงมาคือความพึงพอใจภายนอก ($\bar{X} = 3.97$, $SD = .53$)

ผลการวิจัยพบว่าค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.96$, $SD = .47$) จำแนกรายด้านเรียงลำดับพบว่า พฤติกรรมด้านการคำนึงถึงผู้อื่นอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.02$, $SD = .55$) รองลงมาคือพฤติกรรมด้านความสำนึกในหน้าที่ ($\bar{X} = 3.97$, $SD = .55$) และด้านพฤติกรรมด้านความอดทนอดกลั้น ($\bar{X} = 3.95$, $SD = .54$)

ผลการวิจัยพบว่าค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิผลในการทำงานรวมทุกด้านมีประสิทธิผลการทำงานในระดับสูง ($\bar{X} = 4.00$, $SD = .567$) จำแนกรายด้านเรียงลำดับพบว่า ประสิทธิผลในการทำงานด้านการขายอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.12$, $SD = .612$) รองลงมาคือประสิทธิผลเชิงปริมาณ ($\bar{X} = 3.85$, $SD = .412$) และประสิทธิผลในเชิงคุณภาพ ($\bar{X} = 3.71$, $SD = .522$)

ผลการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง พบว่า ความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ และประสิทธิภาพในการทำงานมีค่าความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ในด้านความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) และความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) มีค่าความเชื่อมั่นดังต่อไปนี้

	AVE	MSV	ASV	CR
Job Satisfaction	0.81	0.62	0.59	0.92
Organization	0.60	0.58	0.51	0.88
Citizenship Behavior				
Job Performance	0.60	0.55	0.51	0.82

จากเกณฑ์ของ Hair et al.2006 ความตรงเชิงเหมือน Convergent Validity ต้องมีค่า CR มากกว่า 0.70 ค่า CR มากกว่า AVE และค่า AVE มากกว่า 0.50 ส่วนความตรงเชิงจำแนก Discriminant Validity ต้องมีค่า AVE มากกว่าค่า MSV

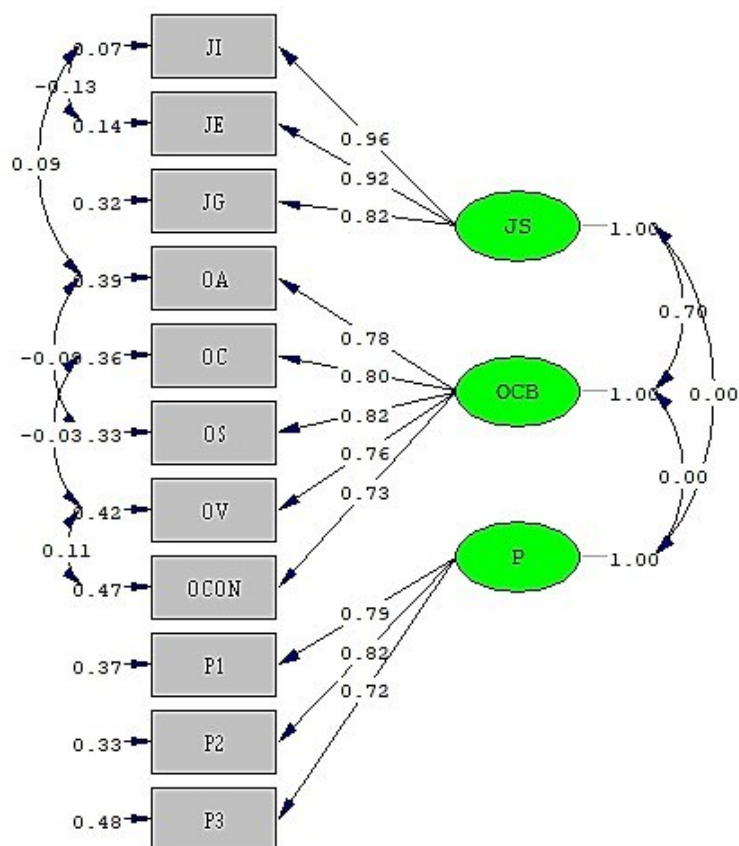
ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า โมเดลโครงสร้างองค์ประกอบของ ความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และประสิทธิภาพในการทำงานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบเชิงยืนยันและตัวบ่งชี้มาทำการทดสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดความฉลาดทางสังคม ความพึงพอใจในการทำงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้แทนขายบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง พบว่าค่า ไค-สแควร์ (X^2) = 45.84, df = 36, p = 0.12, GFI = 0.98, AGFI = 0.96, CFI = 1.00, NFI = 0.99, RMR = 0.0056 และค่า RMSEA = 0.026

เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ความสอดคล้องพบว่าค่า ไค-สแควร์ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และดัชนีอื่นยังชี้ให้เห็นว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งหมายความว่าโมเดลที่สร้างขึ้นสามารถนำมาอธิบาย โมเดลความสัมพันธ์ระหว่างพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และประสิทธิภาพในการทำงานได้

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และประสิทธิภาพในการทำงานมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.73 – 0.96 ทุกองค์ประกอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความพึงพอใจในการทำงานมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมากที่สุดอยู่ที่ ความพึงพอใจภายใน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.96 และความพึงพอใจภายนอกมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.92 และความพึงพอใจทั่วไปมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.82 มีความแปรผันร่วมในระดับสูง (ร้อยละ 93,86 และ 68) ส่วนพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมากที่สุดคือ พฤติกรรมมีน้ำใจเป็นนักกีฬา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.82 รองลงมาคือพฤติกรรมสำนึกในหน้าที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.80 พฤติกรรมให้ความช่วยเหลือมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.78 พฤติกรรมสำนึกถึงผู้อื่นมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.76 และพฤติกรรมการให้ความร่วมมือมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.73 มีความแปรผันร่วมในระดับสูง (ร้อยละ 67,64,61,58 และ 53) ส่วนประสิทธิภาพในการทำงานพบว่า ด้านปริมาณงานมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.82 ด้านคุณภาพงานมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.79 และด้านประสิทธิผลในการขายมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.72 มีค่าความแปรผันร่วมในระดับสูง (ร้อยละ 67,63 และ 52) ตามลำดับ

ภาพที่ 1 องค์ประกอบเชิงยืนยันของความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และประสิทธิภาพในการทำงาน



Chi-Square=45.84, df=36, P-value=0.12614, RMSEA=0.026

ตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าดัชนีความสอดคล้องและดัชนีเปรียบเทียบกับโมเดลความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และประสิทธิภาพในการทำงาน

ดัชนี	เกณฑ์	ค่าที่ได้
X^2	ค่า X^2 / df น้อยกว่า 2	1.27
GFI	มากกว่า 0.90	0.98
AGFI	มากกว่า 0.90	0.96
CFI	มากกว่า 0.90	1.00
NFI	มากกว่า 0.90	0.99
RMR	น้อยกว่า 0.05	0.0075
RMSEA	น้อยกว่า 0.05	0.026

ที่มา : (ยุทธิ โกยวรรณ์.2557 : 312)

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในองค์กร และประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง มีประเด็นที่น่าสนใจในการอภิปรายข้อมูลในการวิจัยดังต่อไปนี้

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และประสิทธิผลในการทำงานของตัวแทนขายบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งพบว่าพนักงานมีความพึงพอใจในการทำงานจะมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และจะส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang, Wei (2009) ได้ศึกษาพนักงานรัฐวิสาหกิจระดับชาติในประเทศจีน พบว่า พนักงานที่มีความพึงพอใจในการทำงานมากจะมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในระดับมากเช่นกัน และงานวิจัยของ Deborah A. Jasovsky (2001) ได้ศึกษาวิจัยผลของภาพลักษณ์การประกอบอาชีพต่อความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของพยาบาลประจำการโรงพยาบาล กลุ่มตัวอย่างคือพยาบาลจากโรงพยาบาลในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์อย่างมากกับความพึงพอใจในการทำงาน ส่วนพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานสอดคล้องกับงานวิจัยของ Antonino Callea (2016) ทำการวิจัยพนักงานระดับบริหาร และพนักงานระดับปฏิบัติงานในประเทศอิตาลี พบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์อย่างมากกับประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานส่วนใหญ่ งานวิจัยของ Cheng-Liang Yang (2014) ทำการวิจัยอิทธิพลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานธนาคาร ในประเทศไต้หวัน ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานในระดับสูง และความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กับประสิทธิผลในการทำงานสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sri Indarti (2017) ศึกษาวิจัยนักศึกษาในมหาวิทยาลัยประเทศอินโดนีเซียที่ทำงานแล้ว พบว่าความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร กับประสิทธิผลในการทำงานมีความสัมพันธ์ต่อกันในระดับสูง ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า หากองค์กรต้องการปรับปรุงประสิทธิผลในการทำงานให้สูงขึ้น ควรสร้างความพึงพอใจในการทำงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร องค์กรจะมีประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานและขององค์กรเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากองค์ประกอบเชิงโครงสร้างแสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ซึ่งหากองค์กรต้องการให้พนักงานมีการแสดงออกซึ่งการเป็นพฤติกรรมที่ดีขององค์กร เช่น การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การเอาใจใส่งานซึ่งมีผลกระทบต่อภาพรวมองค์กร การไม่ถกเถียง แกล้ง ฟ้องร้อง และช่วยเหลือกันด้วยความจริงใจ องค์กรอาจจะต้องเริ่มด้วยการสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงานในองค์กรเสียก่อน และจะมีผลตามมาที่ดียิ่งขึ้น

2. ความพึงพอใจในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และประสิทธิผลในการทำงานมีความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจน หากองค์กรต้องการเพิ่มประสิทธิผล และประสิทธิผลในการทำงานที่สูงขึ้น การใส่ใจเอาใจใส่ดูแลความต้องการ และความรู้สึกของพนักงานให้มีความรักองค์กร ช่วยเหลือกันอย่างมีน้ำใจ และผลที่ตามมาจะเป็นประสิทธิผลในการทำงานที่สูงขึ้น

บรรณานุกรม

- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ยุทธ ไถยวรรณ.(2557) **หลักการวิจัยและการทำวิทยานิพนธ์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ
- สุวิมล ติรภานันท์. (2546) . **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์:แนวทางสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Andrew J. Dubrin. (1994). **Foundations of Organizational Behavior**. P.142 Englewood Cliffs, J : Prentice-hall, inc.
- Ashkanasy et al., (1999). **Emotion and Performance**. The University of Queensland. Queensland. Australia.
- Borman W. C. & Motowidlo S. J. (1997). **Task performance and contextual performance: The meaning for personnel selection research**. *Human Performance*, Vol. 10, pp. 99-109
- Bandura, Albert. (1977). **Social Learning Theory**. New York : Prentice hall.
- Buzan, Tony, (2003). **Use your head**. Great Britain: Redwood Books, Trowbridge.
- Carter, Rita (2009)**The Human Brain Book**. New York : DK Publish.
- Cronbach et al., (1970). **Essentials of Psychological Testing**. New York : Harper and Row
- Cronbach et al., (1990). **Essentials of psychological testing 5th ed**. New York : Harper Collins.
- Cooper,R.K. et al., (1997). **Excutive EQ: Intelligence in Leadership and Organization**. New York: Grosset/Putnam.
- Coleman,D. (1995). **Emotional Intelligence: Why it can matter more than IQ**. New York: Bantam Books.
- Coleman,D. (2006). **Emotional Intelligence**. New York: Bantam Books.
- Davis, M. H. (1983). **Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach**. *Journal of Personality and Social Psychology*
- Dubrin.J. (1996). **Effective Business Psychology**.Englewood Cliffs N.J: Prentive-Hell.
- (1995). **Leadership: Research Findings, Practice, and Skills**. Boston: Houghton.
- Edwin A Locke. (1976). **The Nature and Causes of Job Satisfaction**. In Marvin D. Dennett, ed., *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* p.1342 Chicago ๙ Rand McNally.
- Flavell, John H. (1963). **The Developmental Psychology of Jean Piaget**. New Jersey : D. Van Nostrand Company, Inc.
- Frederick Herzberg, (1966). **Work and the Nature of Man**. Cleveland : Work Book Company, passim.
- (1970) **"The Motivation – Hygiene Theory" Management and Motivation in**. V.H.Vroom & E.L. Decl (Eds) Baltimore, MD : Penguin Books.
- Fred Luthans (1998) **Organizational Behavior 8th. ed**. New York : McGraw-Hill.
- Gardner,Howard.(1983). **Theory of Multiple Intelligences.(Online)**.
pirun.ku.ac.th/~g521460099/files.

- George, J.M., and Jones, G.R. (1999). **Understanding and managing: Organizational Behavior** 2nd ed. Massachusetts: Addison – Wesley.
- Greenberg, J. and R.A. Baron (1997) **Behavior in Organizational** 6th ed. New Jersey: Prentice – Hall.
- Hair, J. F., et al., (2010). **Multivariate data analysis: A global perspective.** (7th ed). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Henri Fayol. (1949). **General and Industrial Management**, P.97. London : Pitman Publishing Company.
- Heart, W. (1987). **The art of living: Vipassana meditation as taught by S. N. Goenka.** San Francisco: Harper & Row.
- Herzberg, F (1993). **The Motivation to Work.** New Brunswick: Transaction. New York: John Willey.
- Hinkle, D.E, William ,W. and Stephen G. J. **Applied Statistics for the Behavior Sciences.** 4th ed. New York : Houghton Mifflin, 1998
- Hu, L.-T., & Bentler, P. (1995). **Evaluating model fit.** In R. H. Hoyle (Ed.), **Structural Equation Modeling.** Concepts, Issues, and Applications (pp. 76-99). London: Sage.
- (1999). **Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis:** Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.
- Jones, K., & Day, J. D. (1997). **Discrimination of two aspects of cognitive-social intelligence from academic intelligence.** *Journal of Educational Psychology* Karl.
- Kirk. Rober E. (1995). **Experimental Design : Procedure for the behavior sciences.** 3rd. California : Books/Cole Publishing.
- Locke. E.A. (1976). **The Nature and Causes of Job Satisfaction in Marvin D. Dunnette Edition.** *Handbook of Industrial and Organizational Psychology.* Chicago : Ran McNally.
- Mager, R.F. et al.,(1967). **K.M. Developing Vocational Instruction,** Belmont; Fearon Publishing.
- Mayer, J.D. et al.,(1997). **What is Emotional Intelligence. Emotional development and emotional Intelligence : Education implication.** New York : Basic Books.
- Moorhead, G. & Griffin, R.W. (1995). **Organizational behavior.** (4th ed.). Boston : Houghton Mifflin. Company.
- (1998). **Organization behavior.** (5th ed.). New York : Houghton Mifflin. Company.
- Motowidlo, S.J., Borman, Walter and Schmit, Mark J. A (1997). **Theory of individual Difference Should Be Distinguished from Contextual Performance.** *Journal of Applied Psychology.* Vol. 9 No. 4 : 475 - 480.
- Newstrom, J.W. and Davis, K. (1997). **Organizational behavior: Human behavior at work.** 10th ed. New York: McGraw-Hill.

- Salovey, P. & Mayer, J. D. (1990). **Emotional intelligence. Imagination, Cognition, and Personality**, New York : Basic Books.
- Shower and Cantor,(1985) **Social Cognition : A look at motived strategies**. Michigan. University of Michigan.
- Strang, Herbert (Ed.).(1927). **The Great Book for Children**. London: Milford/Oup.
- Steers,M. (1999). **Introduction to organizational Behavior**. New York : Harper Colins Publishers.
- Thorndike et al., (1920). **Intelligence and its uses**. *Harper's Magazine*, 140, 227-235
- Thorndike, R.L. et al., (1937). **An evaluation of the attempts to measure social intelligence**. *Psychological Bulletin*. 34, 275 – 285.
- Vernon, P. E. (1933). **Some characteristics of the good judge of personality**. *Journal of Social Psychology*, 4, 42-57.
- Wedeck,J,(1947). **The Relationship between personality and psychological ability**.

**แนวทางการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้
 บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก**
**DEVELOPING GUIDELINES FOR UNDERSTANDING OF PERSONAL INCOME TAX
 IN MEASOT DISTRICT, TAK PROVINCE**

กัณฑ์นิษฐ์ จูรัตน์*
 วาสนา จรุงศรีโชติกำจร**

บทคัดย่อ

การศึกษาคำรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอ แม่สอด จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาคำรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขต อำเภอแม่สอด 2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่ สอด โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาไว้เฉพาะเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนผู้มีเงินได้ที่ จะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตอำเภอแม่สอด จำนวน 61,436 คน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้สถิติค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 58.2 โดยมีอายุระหว่าง 36-45 ปี ร้อยละ 32.7 เป็นส่วนมาก มีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 52.9 เป็นส่วนมาก มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 40.6 มีอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 26.1 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 73.5 เป็นส่วนมาก เมื่อเปรียบเทียบระดับ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในอำเภอแม่สอด จังหวัด ตาก ตามตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก อยู่ในระดับปานกลาง แนวทางการพัฒนาควรให้หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องเข้ามาทำการจัดอบรมให้ความรู้เรื่อง ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้กับประชาชน รวมไปถึงการรณรงค์โดยการ แจกแผ่นพับให้กับผู้เสียภาษีเพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจภาษีเงินได้บุคคลธรรมดารวมถึงขั้นตอนการเสียภาษีอย่าง ละเอียดไปตามแหล่งที่มีการประกอบกิจการของผู้มีเงินได้

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนา,ความรู้ความเข้าใจ,ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา,ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

Abstract

The study of knowledge relating personal income tax of population in Maesot district, Tak province, this research studied the knowledge relating personal income tax of the population in Maesot district and analyzed guidelines in developing personal income taxation focusing on Maesot district, Tak province. Samplings of this study are the taxpayers who are required to pay personal income tax in Maesot district are 61,436. From a sample of 397 people. A research instrument was questionnaires and a statistical used in data analysis is average. The results found that the female 58.2%. The age in between 36-45 years, and 32.7 %. The marital status percentage of respondents in marital status, 52.9 in divorce. In have bachelor's degree, 40.6 % works as a freelance, and, 26.2 have incomes per month lower than 20,000 bath was 73.5%. From comparison of the knowledge

*,** มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร วิทยาเขตแม่สอด

concerning personal income tax of the Maesot population based on variables which are gender, age, marital status, education background, occupation, and the income per month found that the degree of understanding in personal income taxation of the population was at moderate level. Development guidelines should be given to relevant agencies to organize training for knowledge on Individual income tax for people Including the campaign by distributing leaflets to taxpayers to disseminate knowledge and understanding of personal income tax as well as detailed tax procedures in accordance with the source of income Development, knowledge, personal income tax, personal income tax

Keywords: Guidelines, Knowledge, Personal Income tax, Taxpayer

บทนำ

ภาษีอากรจัดเป็นรายได้หลักของประเทศ เพราะเป็นการจัดหารายได้เพื่อนำมาใช้ในการบริหารประเทศ โดยการจัดเก็บภาษีอากร ได้มีการแบ่งการจัดเก็บการเสียภาษีอากรออกตามวิธีการประเมินภาษี จำแนกด้วยหลักการรับภาษีอากรทั้งทางตรงและทางอ้อม ฯลฯ ซึ่งไม่ว่าจะจำแนกด้วยวิธีไหน ประเภทของภาษีอากรที่สำคัญในประเทศไทย ก็ประกอบไปด้วย ประเภทหลัก ดังนี้ ตามฐานเงินได้ เช่น ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีหัก ณ ที่จ่าย ภาษีมูลค่าเพิ่ม และอากรแสตมป์ ทั้งนี้ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นแหล่งรายได้สำคัญแหล่งหนึ่งของประเทศ และข้อมูลเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อภาครัฐ ในหลายมุม เช่น เป็นสิ่งสะท้อนถึงรายได้ภาคครัวเรือน โดยเฉพาะฐานเงินเดือน และฐานเงินฝากที่ขยายตัวในแต่ละปี รวมทั้งเป็นสิ่งสะท้อนถึงความรู้ความเข้าใจในการยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอีกด้วย ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดานั้นมีฐานกว้างครอบคลุมประชาชนผู้มีเงินได้ทั่วประเทศเนื่องจากการจัดเก็บภาษีบุคคลธรรมดาซึ่งมีเงินได้ตามมาตรา 39 แห่งประมวลรัษฎากร เป็นการจัดเก็บภาษีในอัตราก้าวหน้า กรมสรรพากรมีนโยบายกำกับผู้ดูแลผู้เสียภาษีโดยวิธีใกล้ชิดและเป็นปัจจุบัน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและทัศนคติที่ดีในการเสียภาษีเพื่อเป็นประโยชน์ในการบริหารการจัดเก็บภาษี ถึงแม้ว่ากรมสรรพากรจะมีนโยบายประชาสัมพันธ์ให้ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มีความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เช่น การจัดทำคู่มือ แนะนำความรู้ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และการยื่นแบบแสดงรายการให้กับผู้เสียภาษี การแนะนำการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์ของกรมสรรพากร การขอคำแนะนำ และติดต่อสอบถามเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจากเจ้าหน้าที่ของกรมสรรพากรผ่านทางโทรศัพท์ เป็นต้น แต่ยังมีประชาชนผู้เสียภาษีอากรในท้องถิ่นอีกจำนวนมากที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและการยื่นแบบแสดงรายการซึ่งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของกฎหมายภาษีอากรในแต่ละปี (สุพรรณิ พุทธิรัตน์, 2559)

ดังนั้นเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติและสร้างความรู้สึที่ดีในการเสียภาษีนั้น ทุกภาค ส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นกรมสรรพากร ผู้ทำหน้าที่จัดเก็บภาษีหรือสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่มีหน้าที่ในการให้บริการวิชาการสู่สังคม จึงควรมีส่วนร่วมอย่างตั้งใจและจริงจัง ที่จะให้ความรู้และข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการเสียภาษีที่ถูกต้อง ครบถ้วนและเป็นธรรม ในขณะที่เดียวกันประชาชนผู้มีเงินได้ซึ่งมีหน้าที่เสียภาษีทุกคนก็ควรจะต้องเปิดใจเรียนรู้เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีที่ถูกต้อง ผู้วิจัยหนึ่งในนิสิตในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด ซึ่งเป็นหนึ่งในสถาบันอุดมศึกษาที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะให้บริการวิชาการ ด้านวิชาการสู่สังคม จึงได้ดำเนินการสำรวจความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของประชาชนในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพียงพออันเป็นแนวทางสำหรับการให้บริการ ความรู้ด้านภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อันก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนผู้มีเงินได้ นำมาซึ่งประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในสังคมและประเทศชาติในลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัด

ตาก

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา

ประชากรเป้าหมายในการศึกษา คือ ประชาชนผู้มีเงินได้ ที่จะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 61,436 คน (สำนักงานเขตสรรพากรพื้นที่, 2559) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ "ทาโรยามาเน" (Taro Yamane, 1973:125) ได้ขนาดกลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 397 คน แสดงการคำนวณ ดังนี้

สูตรของ "ทาโรยามาเน" (Taro Yamane, 1973:125)

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

โดยที่

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

แทนค่า

$$\begin{aligned} n &= \frac{61,436}{1+(61,436(0.05^2))} \\ &= \frac{61,436}{3.5} \\ &= 397 \text{ คน} \end{aligned}$$

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เงินได้ต่อเดือนและอาชีพ

ตอนที่ 2 เป็นแบบทดสอบ 2 ตัวเลือก (ถูก-ผิด) จำนวน 30 ข้อ สอบถามความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขต อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจากประมวลรัษฎากร เอกสารตำราวารสารทางวิชาการ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวล เพื่อกำหนดเป็นโครงสร้างของเครื่องมือ

ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอที่ปรึกษา

ขั้นตอนที่ 4 ลงพื้นที่แจกแบบสอบถามให้กับประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 5 เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อเตรียมวิเคราะห์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการโดยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบ ความถูกต้อง สมบูรณ์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลด้วยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขต อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

4.2 วิเคราะห์ระดับความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชน ในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยนำค่าคะแนนที่ผู้ตอบแบบทดสอบได้ถูกต้องมาเทียบกับเกณฑ์การประเมินเป็นค่าร้อยละ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล แบบลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ พบรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคล

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	166	41.8
หญิง	231	58.2
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	70	17.6
26-35 ปี	104	26.2
36-45 ปี	130	32.7
46-55 ปี	83	20.9
56-59 ปี	10	2.5
สถานภาพ		
โสด	152	38.3
สมรส	210	52.9
หย่าร้าง	35	8.8
ระดับการศึกษา		
ระดับมัธยมปลาย/ปวช.	84	21.2

อนุปริญญา/ปวส.	81	20.4
ปริญญาตรี	161	40.6
ปริญญาโท	14	3.5
อื่นๆ	57	14.4
อาชีพ		
พนักงานของรัฐ	61	15.4
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17	4.3
พนักงานเอกชน	100	25.2
อิสระ	104	26.1
ค้าขาย	84	21.2
อื่นๆ	31	7.8
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	292	73.5
20,001-40,000 บาท	97	24.4
40,001-60,000 บาท	8	2.0
60,000-80,000 บาท	0	0
มากกว่า 80,000 บาท	0	0
รวม	397	100

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.2 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.8 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคืออายุระหว่าง 26-35 คิดเป็นร้อยละ 26.2 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ ระดับมัธยมปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 21.2 อาชีพอิสระมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมาพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.2 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 73.5 รองลงม รายได้ต่อเดือน 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.4

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบแบบสอบถาม ความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ตารางที่ 2 ระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถาม	จำนวนผู้ตอบถูก (จำนวน 397 คน)	ร้อยละ
1. ผู้ที่มีเงินได้พึงประเมินจะต้องยื่นแบบ ภ.ง.ด. 90 หรือ ภ.ง.ด. 91 ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาทุกแห่ง (สรรพากรเขต/อำเภอ) เท่านั้น	280	70.5
2. เนื่องจากผู้มีเงินได้ประกอบอาชีพ แตกต่างกันกฎหมายจึงได้แบ่งเงินได้พึงประเมินออกเป็นกลุ่มๆ ตามความเหมาะสม	279	70.3
3. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจัดเก็บจากบุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคล ที่ไม่ใช่นิติบุคคล ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษี และกองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง	262	66.0
4. ผู้มีเงินได้ต้องระบุเลขประจำตัวประชาชนของบิดา มารดาที่ผู้มีเงินได้ใช้สิทธิหักลดหย่อนค่าอุปการะเลี้ยงดูในแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	259	65.2
5. ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเรียกว่าเงินได้สุทธิ	257	64.7
6. การหักลดหย่อน หมายถึง การหักค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระภาษีให้แก่ผู้เสียภาษี	254	64.0
7. ค่าลดหย่อนเงินสมทบที่จ่ายเข้ากองทุนประกันสังคมให้หักลดหย่อนได้ตามจำนวนที่จ่ายจริง	249	62.7
8. เงินรางวัลจากการถูกลากกินแบ่งรัฐบาลได้รับการเสียภาษี	244	61.5
9. ผู้มีเงินได้ที่ได้แจ้งขอคืนเงินภาษีที่ชำระไว้เกินจะได้รับคืนเงินภาษีจากกรมสรรพากรโดยเป็นเช็คสั่งจ่าย	240	60.5
10. ผู้มีเงินได้ที่มิได้มีเลขบัตรประชาชนไม่สามารถใช้แทนเลขประจำตัว ผู้เสียภาษีอากรได้	235	59.2
11. การยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จะทำได้เฉพาะกรณีที่ไม่มีภาษีต้องชำระ	228	57.4
12. ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีเงินได้จากการสินค้าและบริการ จะต้อง ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้- บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด. 90	226	56.9
13. เงินได้จากเงินเดือน โบนัส หักค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 40 แต่ไม่เกิน 60,000 บาท	222	55.9

ตารางที่ 2 ระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม	จำนวนผู้ตอบถูก (จำนวน 397 คน)	ร้อยละ
14. เงินได้สุทธิ หมายถึง จำนวนเงินได้พึงประเมินหลังจากหักค่าใช้จ่าย และค่าลดหย่อน	217	54.7
15. การยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จะทำได้เฉพาะบุคคลธรรมดา	217	44.7
16. ผู้มีเงินได้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปี จะได้รับการยกเว้นเงินได้สุทธิ	210	52.9
17. เงินได้สุทธิที่ต่ำกว่า 100,000 บาท ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้	207	52.1
18. กรณีบิดาของผู้มีเงินได้มีรายได้เกิน 30,000 บาท ผู้มีเงินได้ไม่สามารถหักค่าอุปการะเลี้ยงดูบิดา	194	48.9
19. จำนวนบุตรที่จะนำมาหักค่าลดหย่อน ได้ไม่เกิน 5 คน	193	48.6
20. กรณีผู้มีหน้าที่เสียภาษีไม่ได้ยื่นแบบแสดงรายการไว้จะถูกปรับ 5 เท่าของเงินภาษีที่ต้องชำระ	182	45.8
21. เงินได้พึงประเมิน หมายถึง เงินได้ที่กฎหมายไม่ได้บังคับให้เราต้องเอามาเสียภาษี	181	45.6
22. ผู้มีเงินได้ที่มีเงินได้พึงประเมินสามารถขอชำระภาษีส่วงหน้า ก่อนถึงกำหนดเวลาการยื่นแบบปกติได้	180	45.3
23. กรณีผู้มีเงินได้ฝ่ายเดียวให้หักค่าลดหย่อนบุตรได้ตามที่กฎหมาย กำหนดไม่เกิน 20,000 บาท	178	44.8
24. ผู้มีเงินได้สามารถหักค่าลดหย่อน สำหรับตัวผู้มีเงินได้เท่ากับ 60,000	173	43.6
25. ค่าเบี้ยประกันชีวิตสำหรับผู้มีเงินได้ให้หักลดหย่อนได้ระหว่างเดือนมกราคม-พฤษภาคม	168	42.3
26. ผู้มีเงินได้ที่ไม่มีคู่สมรส และมีเงินได้จากการค้าขายทั่วไป ที่ไม่ได้เกิดจากการจ้างแรงงาน ที่ได้รับในระหว่างปีภาษีนั้นเกิน 30,000 บาท มีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	164	41.3

27. โดยทั่วไปผู้จ่ายเงินได้จะหักภาษีของผู้มีเงินได้ไว้เป็นเงินสำหรับภาษีโดยประมาณเพื่อนำส่งกรมสรรพากร เงินที่หักไว้นี้เรียกว่า เงินได้พึงประเมิน	162	40.8
28. กรณีไม่ชำระภาษีตามระยะเวลาที่กำหนดหรือชำระภาษีไม่ถูกต้อง จะต้องเสียเงินเพิ่มร้อยละ 2.5 ต่อเดือนของเงินภาษีที่ต้องชำระ	162	40.8
29. หากผู้มีเงินได้คำนวณภาษีแล้วมีเงินภาษีที่ต้องชำระน้อยกว่าภาษีหัก ณ ที่จ่ายผู้มีเงินได้สามารถแจ้งความประสงค์ขอคืนเงินภาษีที่ชำระไว้เกินได้	148	37.3

ตารางที่ 2 ระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม	จำนวนผู้ตอบถูก (จำนวน 397 คน)	ร้อยละ
30. บุคคลธรรมดาที่มีเงินได้พึงประเมิน ประเภทการจ้างแรงงานหรือเงินเดือนเพียงประเภทเดียวจะต้องยื่นแบบ ภ.ง.ด. 91 ภายใน เดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ของปี	133	33.5
ผลรวมร้อยละเฉลี่ย	52.39	

จากตาราง 2 พบว่าระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อยู่ในระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 52.39 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า การตอบถูกเป็นส่วนมากคือผู้มีเงินได้พึงประเมินจะต้องยื่นแบบ ภ.ง.ด. 90 หรือ ภ.ง.ด. 91 ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาทุกแห่ง(สรรพากรเขต/อำเภอ)เท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองมาคือผู้มีเงินได้ประกอบอาชีพแตกต่างกัน กฎหมายจึงได้แบ่งเงินได้พึงประเมินออกเป็นกลุ่มๆ ตามความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองมาคือภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจัดเก็บจากบุคคลธรรมดา ห้าง-หุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคล ที่ไม่ใช่นิติบุคคล ผู้ถึงแก่ความตาย ระหว่างปีภาษี และกองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง คิดเป็นร้อยละ 66 รองมาคือผู้มีเงินได้ต้องระบุเลขประจำตัวประชาชนของบิดา มารดาที่ผู้มีเงินได้ใช้สิทธิ์หักลดหย่อนค่าอุปการะเลี้ยงดู ในแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 65.2 รองมาคือฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเรียกว่า เงินได้สุทธิ คิดเป็นร้อยละ 64.7 และมีผู้ตอบถูกน้อยที่สุดคือผู้มีเงินได้ที่ไม่มีคู่สมรส และมีเงินได้จากการค้าขายทั่วไป ที่ไม่ได้เกิดจากการจ้างแรงงาน ที่ได้รับในระหว่างปีภาษีนั้น (ตั้งแต่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม) เกิน 30,000 บาท มีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 41.3รองมาคือโดยทั่วไปผู้จ่ายเงินได้จะหักภาษีของผู้มีเงินได้ไว้เป็นเงินสำหรับภาษีโดยประมาณเพื่อนำส่งกรมสรรพากรเงินที่หักไว้นี้เรียกว่า เงินได้พึงประเมิน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองมาคือกรณีไม่ชำระภาษีตามระยะเวลาที่กำหนดหรือชำระภาษีไม่ถูกต้องจะต้องเสียเงินเพิ่มร้อยละ 2.5 ต่อเดือนของเงินภาษีที่ต้องชำระ คิดเป็นร้อยละ 40.8 หากผู้มีเงินได้คำนวณภาษีแล้วมีเงินภาษีที่ต้องชำระน้อยกว่าภาษีหัก ณ ที่จ่ายผู้มีเงินได้สามารถแจ้งความประสงค์ขอ

คืนเงินภาษีที่ชำระไว้เกินได้ คิดเป็นร้อยละ 40.8 และบุคคลธรรมดาที่มีเงินได้พึงประเมินประเภทการจ้างแรงงานหรือเงินเดือนเพียงประเภทเดียวจะต้องยื่นแบบ ภ.ง.ด. 91 ภายใน เดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ของปี คิดเป็นร้อยละ 35.5

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด และเพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด ผู้วิจัยใช้วิธีการสำรวจเป็นแบบสอบถามเชิงสำรวจและแบบสอบถามในการทดสอบความรู้ความเข้าใจในด้านภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ประชากรเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนผู้มีเงินได้ ที่จะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 61,436 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ "ทาร์ยามาเน่" โดยใช้แบบสอบถามและแบบทดสอบ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.) จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 397 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.2 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.8 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคืออายุระหว่าง 26-35 คิดเป็นร้อยละ 26.2 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ ระดับมัธยมปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 21.2 อาชีพอิสระมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมาพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.2 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 73.5 รองลงรายได้ต่อเดือน 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.4

2.) แบบทดสอบ เป็นการวัดระดับความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จากการศึกษาพบว่าโดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีพวาระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อยู่ในระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 52.39 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่ามีการตอบถูกเป็นส่วนมากคือผู้ที่มีเงินได้พึงประเมินจะต้องยื่นแบบ ภ.ง.ด. 90 หรือ ภ.ง.ด. 91 ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาทุกแห่ง (สรรพากรเขต/อำเภอ) เท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองมาคือผู้มีเงินได้ประกอบอาชีพแตกต่างกันกฎหมายจึงได้แบ่งเงินได้พึงประเมินออกเป็นกลุ่มๆ ตามความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองมาคือภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจัดเก็บจากบุคคลธรรมดา ห้าง-หุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคล ที่ไม่ใช่นิติบุคคล ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษี และกองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง คิดเป็นร้อยละ 66 รองมาคือผู้มีเงินได้ต้องระบุเลขประจำตัวประชาชนของบิดา มารดาที่ผู้มีเงินได้ใช้สิทธิ์หักลดหย่อนค่าอุปการะเลี้ยงดู ในแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 65.2 รองมาคือฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเรียกว่า เงินได้สุทธิ คิดเป็นร้อยละ 64.7 และมีผู้ตอบถูกน้อยที่สุดคือผู้มีเงินได้ที่ไม่มีคู่สมรส และมีเงินได้จากการค้าขายทั่วไป ที่ไม่ได้เกิดจากการจ้างแรงงาน ที่ได้รับในระหว่างปีภาษีนั้น (ตั้งแต่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม) เกิน 30,000 บาท มีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 41.3รองมาคือโดยทั่วไปผู้จ่ายเงินได้จะหักภาษีของผู้มีเงินได้ไว้เป็นเงินสำหรับภาษีโดยประมาณเพื่อนำส่งกรมสรรพากรเงินที่หักไว้เรียกว่า เงินได้พึงประเมิน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองมาคือกรณีไม่ชำระภาษีตามระยะเวลาที่กำหนดหรือชำระภาษีไม่ถูกต้องจะต้องเสียเงินเพิ่มร้อยละ 2.5 ต่อเดือนของเงินภาษีที่ต้องชำระ คิดเป็นร้อยละ 40.8 หากผู้มีเงินได้คำนวณภาษีแล้วมีเงินภาษีที่ต้องชำระน้อยกว่าภาษีหัก ณ ที่จ่ายผู้มีเงินได้สามารถแจ้งความประสงค์ขอคืนเงินภาษีที่ชำระไว้เกินได้ คิดเป็นร้อยละ 40.8 และบุคคลธรรมดาที่มีเงินได้พึงประเมินประเภทการจ้างแรงงานหรือเงินเดือนเพียงประเภทเดียวจะต้องยื่นแบบ ภ.ง.ด. 91 ภายใน เดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ของปี คิดเป็นร้อยละ 35.5

อภิปรายผล

การศึกษาความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 52.39 เนื่องจากส่วนใหญ่มีอายุ 36-45 ปี และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยส่วน

ใหญ่ยังไม่มีประสบการณ์ในการเสียภาษีหรือคิดคำนวณภาษี เพราะส่วนมากจะได้รับจดหมายจากกรมสรรพากรให้เข้าไปเสียภาษีให้กับกรมสรรพากร ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของบัณฑิต นินนานนท์ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัญหาการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ปัญหาความรู้ความเข้าใจด้านแยกประเภทเงินได้ ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาความรู้ความเข้าใจด้านแยกประเภทเงินได้ในภาพรวมของด้านนี้มีปัญหาในระดับปานกลาง

การศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่าขาดความรู้ความเข้าใจในด้านความรู้ทั่วไปในการแยกประเภทผู้มีเงินได้ การคิดคำนวณเงินได้พึงประเมิน ระยะเวลาในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งรวมไปถึงการหักภาษี ณ ที่จ่ายของผู้จ่ายเงิน และข้อมูลการเสียเบี้ย ปรับ และเงินเพิ่ม ผู้วิจัยพบว่าควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาทำการจัดอบรมให้ความรู้เรื่อง ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้กับประชาชน รวมไปถึงการรณรงค์โดยการแจกแผ่นพับให้กับผู้เสียภาษีเพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจภาษีเงินได้บุคคลธรรมดารวมถึงขั้นตอนการเสียภาษีอย่างละเอียดไปตามแหล่งที่มีการประกอบกิจการของผู้มีเงินได้ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของสายสมร สังข์เมฆ (2553, บทคัดย่อ) ในเรื่องความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต คือ ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแก่กลุ่มบุคคลที่ยังมีความรู้ความเข้าใจน้อย เช่น ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการหรือค้าขาย โดยการเผยแพร่ความรู้หลากหลายรูปแบบ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์สื่อวิทยุโทรทัศน์จัดนิทรรศการ จัดการอบรมสัมมนา และจัดการอบรมเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแก่กลุ่มที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับการเสียภาษีโดยตรง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งนี้

1. กรมสรรพากรควรจัดให้สำนักงานสรรพากรพื้นที่ที่มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้เรื่อง ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้กับประชาชน โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
2. สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา ควรมีการรณรงค์โดยการแจกแผ่นพับให้กับผู้เสียภาษีเพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจภาษีเงินได้บุคคลธรรมดารวมถึงขั้นตอนการเสียภาษีอย่างละเอียดไปตามแหล่งที่มีการประกอบกิจการของผู้มีเงินได้ ซึ่งเป็นบุคคลธรรมดา
- 3 จัดให้ผู้เสียภาษีสามารถสืบค้นข้อมูลการแสดงรายได้ จากหนังสือรับรองการหักภาษี เงินได้หัก ณ ที่จ่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้เสียภาษีสามารถตรวจสอบการแสดงรายได้ครบถ้วน

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาความรู้ความเข้าใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขต อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความคิดเห็น ความต้องการ และทัศนคติของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
2. ควรศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการชำระภาษีของประชาชนในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. (2559). **ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา**. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2559, จาก

<http://www.rd.go.th/publish/309.0.html>.

กรมสรรพากร.(2559). **การบริจาคเงินภาษีให้แก่พรรคการเมือง**. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2559, จาก

http://www.boi.go.th/thai/how/taxation_011.asp#1.

ณัฐวิทย์ เชื้อพรหม,กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการ**

ยื่นชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2559, จาก <http://thaiejournal.com>

นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ,สิงห์ชัย อรุณวุฒิพงศ์. (2558). การบัญชีภาษีอากร. ห้างหุ้นส่วน จำกัด ทีพีเอ็น เพรส.

บัณฑิต นินนานนท์ (2550). ปัญหาการเสียเงินได้บุคคลธรรมดา.[ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2559, จาก www.mcjou.com/index.

เบนจามิน บลุ่ม. (2542). ความรู้. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 กันยายน 2559, จาก <https://th.wikipedia.org>

พีระพงษ์ ละอ้าคา. (2557). ประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.uniquetmsu.msu.ac.th>

มนัส มนูญกุลกิจ (2552). ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา.[ออนไลน์].

สืบค้นเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2559, จาก <http://thesis.swu.ac.th>

สรรพากร,กรม. (2553). คำแนะนำการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภ.ง.ด.90

ภ.ง.ด. 91. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.rd.go.th>

สายสมร ลังษ์เมฆ (2553). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา.[ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.rpu.ac.th>

สุเมธ ศิริคุณโชติและคณะ (2552). บทบาทของศาลภาษีอากรในการครองสิทธิของผู้เสียภาษีอากรใน

ศตวรรษที่ 21.[ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.library.coj.go.th>

ผลตอบแทนวันแรกของหลักทรัพย์ที่ออกจำหน่ายแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก
ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

THE FIRST DAY RETURNS OF INITIAL PUBLIC OFFERINGS
IN THE MARKET FOR ALTERNATIVE INVESTMENT

กัลยาณี ภาคอัฐ*
โยธิน ทวีกิติกุล**
พิเชษฐ ลิทธิโชคสกุลชัย***
นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ****

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาช่วงเวลาการซื้อขายหลักทรัพย์วันแรก 2) ศึกษาปรากฏการณ์ของผลตอบแทนวันแรก (Underpricing) และ 3) ระบุปัจจัยที่สามารถอธิบายผลตอบแทนวันแรกของหลักทรัพย์ที่ออกจำหน่ายแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (หุ้นไอพีโอ) ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ การวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากประชากรคือ หุ้นไอพีโอทั้งหมดในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ สำหรับระยะเวลาตั้งแต่ 1 มกราคม 2553 ถึง 31 ธันวาคม 2560 การวิจัยดำเนินการดังนี้ 1) เก็บรวบรวมข้อมูลและจัดทำความถี่เพื่อศึกษาช่วงเวลาการซื้อขายหลักทรัพย์วันแรกของหุ้นไอพีโอ 2) คำนวณอัตราผลตอบแทนวันแรก วันที่สาม และวันที่ห้าของหุ้นไอพีโอ เพื่อศึกษาปรากฏการณ์ Underpricing 3) ใช้สมการถดถอยเพื่อระบุปัจจัยที่สามารถอธิบายหุ้นไอพีโอ ผลการวิจัยพบว่า หุ้นไอพีโอส่วนใหญ่ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซื้อขายวันแรกในเดือนธันวาคม รองลงมาคือ เดือนพฤศจิกายน กันยายน และตุลาคม มีปรากฏการณ์ Underpricing โดยอัตราผลตอบแทนวันแรกเฉลี่ยของหุ้นไอพีโอในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ประมาณ 74.56% ซึ่งสูงกว่าอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของวันที่สาม และวันที่ห้า ขนาดของเงินลงทุนที่จัดหา สิทธิประโยชน์ และภาวะตลาดหลักทรัพย์เป็นปัจจัยสำคัญที่อธิบายระดับของผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ จากผลการวิจัยดังกล่าวหน่วยงานกำกับดูแล และผู้ลงทุนสามารถนำมาใช้ในการพิจารณากฎเกณฑ์และการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์

คำสำคัญ: ผลตอบแทนวันแรก, หลักทรัพย์ที่ออกจำหน่ายแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก, ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the period of first trading day 2) to study the phenomenon of underpricing and 3) identify the factors explaining the first day returns of IPOs in the Market for Alternative Investment (MAI). This research focuses on the population, all IPOs in the MAI from the period 1st January 2010 to 31st December 2017. The research is conducted as follows: 1) collecting and arranging the data to consider the period of IPOs first trading day 2) calculating the IPOs first day returns, third day returns and fifth day returns to study the

*PhD (Finance), RMIT University, Australia, รองศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

**MBA., La Trobe University, Australia, อาจารย์พิเศษ, สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

***บ.ม. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, รองศาสตราจารย์, สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

****บ.ม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, รองศาสตราจารย์, สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

underpricing phenomenon 3) using the regression to identify the factors explaining the IPOs initial returns. The results report that first trading day of most IPOs in MAI is in December. The next is November, September, and October, respectively. There is underpricing phenomenon in the MAI. The average initial returns of IPO shares is about 74.56%, higher than the third and the fifth days. Size, total assets, and market condition are the important factors in explaining the IPOs' first day returns. Importantly, the results of this research will benefit to regulators and investors in terms of considering the regulation and security investment decision.

Keywords: First Day Returns, Initial Public Offerings, The Market for Alternative Investment

บทนำ

การออกจำหน่ายหุ้นให้กับประชาชนเป็นครั้งแรกหรือการออกหุ้นไอพีโอถือเป็นทางเลือกหนึ่งของการระดมเงินทุนของธุรกิจที่กำลังเจริญเติบโตและประสบผลสำเร็จ ซึ่งนับวันจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจได้รับความสำเร็จจากการจัดหาเงินทุน ในขณะที่ผู้ลงทุนต่างมีประสบการณ์และการรับรู้ถึงความสามารถในการทำกำไรจากการลงทุนในหุ้นไอพีโอของบริษัทจดทะเบียน ประกอบกับงานวิจัยหลายๆ งานได้กล่าวถึงผลตอบแทนวันแรกจากการจำหน่ายหุ้นไอพีโอ ของบริษัทจดทะเบียนที่มีอัตราสูง เช่น Welch and Ritter (2002) พบว่า หุ้นไอพีโอ ที่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สหรัฐอเมริกา ระหว่าง ค.ศ. 1980 - 2001 มีผลตอบแทนวันแรกเฉลี่ยประมาณ 18.8% ในขณะที่หุ้นไอพีโอในตลาดหลักทรัพย์ประเทศจีน อินเดีย และเกาหลี ในระหว่างปี 2005 ถึง 2012 มีผลตอบแทนวันแรกเฉลี่ยประมาณ 51.03% 21.44% และ 36.11% ตามลำดับ (Lizinska and Czapiewski, 2015) จึงทำให้ผู้ลงทุนสนใจหุ้นไอพีโอ

เป็นเวลากว่าสองทศวรรษที่การศึกษาผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ หรือ Underpricing ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ราคาตลาดที่ซื้อขายหุ้นไอพีโอ วันแรกในตลาดรองสูงกว่าราคาจองซื้อ (Offering Price) ได้รับความนิยมน้อยกว่าแพร่หลายจากนักวิจัย และนักวิชาการเงินหลายท่านทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศอื่น เช่น Ritter (1991) และ Loughran (1993) ศึกษาผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ ในตลาดหลักทรัพย์ประเทศสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ Dimovski and Brooks (2004) ศึกษาในประเทศออสเตรเลีย Keasey and Short (1992) ประเทศอังกฤษ Kunz and Aggarwal (1994) ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ Cheng et. al. (2006) ประเทศฮ่องกง และ Jelic et. al., (2001) ประเทศมาเลเซีย โดยผลงานวิจัยที่นำเสนอเหล่านั้นส่วนใหญ่จะสอดคล้องกันคือ หุ้นไอพีโอ มีลักษณะเป็น Underpricing (Mc Donald and Fisher, 1972; Ibbotson, 1975, Ritter, 1991, Aggarwal et. al., 1993, Tinic, 1988 และ Loughran et. al., 1994)

Buckland et. al., 1981, Ibbotson et. al., 1994 และ Levis 1990 ได้กล่าววาระดับของ Underpricing มีความแตกต่างกันในแต่ละลักษณะของตลาดหลักทรัพย์ ระดับของ Underpricing อยู่ระหว่าง 6% - 20% ในตลาดหลักทรัพย์ที่พัฒนาแล้ว (Developed Markets) และอยู่ระหว่าง 100% - 500% ในตลาดหลักทรัพย์เกิดใหม่ (Emerging Markets) (Su and Fleisher, 1999, Mc Guinness, 1992 and Dawson, 1987) ประเทศที่ระดับของ Underpricing อยู่ในช่วงระดับต่ำมีแนวโน้มเป็นประเทศที่บริษัทส่วนใหญ่นำหุ้นออกเสนอขายต่อประชาชน และค่อนข้างเป็นบริษัทขนาดใหญ่ มีประวัติและผลการดำเนินงานที่ยาวนาน (Loughran et. al., 1994) ในทางตรงกันข้ามประเทศที่มีระดับของ Underpricing สูง มักจะเป็นประเทศที่ตลาดหลักทรัพย์มีลักษณะเป็น Emerging และ Developing Markets เช่น ตลาดหลักทรัพย์ในประเทศจีน จากหลักฐานพบว่า ระดับของ Underpricing โดยเฉลี่ยประมาณ 948.6% (Su and Fleisher, 1999) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยประมาณ 56.73% (Wethyavivorn and Koo-Smith, 1991)

จากปรากฏการณ์ของ Underpricing ที่ผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ มีค่าเป็นบวก นักวิจัยหลายๆ ท่านได้พยายามค้นหาและนำเสนอทฤษฎีที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์เหล่านั้น โดย Rock (1986) มองว่าอาจเป็นไปได้

สำหรับทฤษฎี Asymmetric Information ที่ผู้ลงทุนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ไม่เท่ากัน จึงเป็นผลให้เกิด Underpricing ในตลาดหุ้น ไอพีโอ Chemmanur (1993) และ Sherman (1992) สนับสนุนแนวคิดของ Rock (1986) พร้อมเสริมว่า Underpricing เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะกระตุ้นให้ผู้ลงทุนทั้งหลายได้แบ่งปันและเปิดเผยข้อมูลที่ไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชน นอกจากแนวคิดของทฤษฎีข้อมูลข่าวสารที่ไม่เท่ากันแล้ว คำอธิบายที่เป็นไปได้สำหรับ Underpricing คือ ทฤษฎี Social Comparison ซึ่ง Chih - Hsiang (2010) ได้ศึกษาถึงการกำหนดราคาและผลตอบแทนวันแรกของหุ้น ไอพีโอ โดยอิงจากทฤษฎีดังกล่าวเขามองว่า ถ้าผู้ออกหุ้นไอพีโอ และบริษัทผู้จัดจำหน่ายไม่แน่ใจเกี่ยวกับมูลค่าที่แท้จริงของบริษัทผู้ออกหุ้นไอพีโอแล้ว เขาจะศึกษาโดยเปรียบเทียบกับข้อมูลของบริษัทอื่นที่คล้ายคลึงกัน และได้ดำเนินการออกจำหน่ายหุ้นไอพีโอไปก่อนหน้านี้แล้ว Chih - Hsiang พบว่า การกำหนดราคาของหุ้นไอพีโอ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ ยังมีแนวคิดหรือทฤษฎีอื่นอีกหลายแนวคิด ที่นักวิจัยพยายามนำมาอธิบายปรากฏการณ์ Underpricing ในตลาดหลักทรัพย์ เช่น Signaling Approach, Cyclical Behavior of Markets, Institutional Explanation, Adverse Selection และ Principal - Agent of IPOs เป็นต้น

นักวิจัยได้ให้ความสนใจเพียงค้นหาคำอธิบายผลตอบแทนวันแรก ยังพยายามศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนวันแรกด้วยตัวแปรหรือปัจจัยที่นักวิจัยหลายๆท่านได้นำมาศึกษาว่าเป็นปัจจัยที่สามารถอธิบายผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอมีหลายปัจจัย เช่น ขนาดของจำนวนเงินทุนที่ได้รับจากการออกจำหน่ายหุ้นไอพีโอ สัดส่วนการเป็นเจ้าของ สัดส่วนของการจัดสรรหุ้นไอพีโอ อายุของกิจการ ชื่อเสียงของบริษัทผู้จัดจำหน่าย ภาวะตลาดหลักทรัพย์ สินทรัพย์สุทธิของบริษัท และชื่อเสียงของผู้สอบบัญชี เป็นต้น (Lizinska and Czapiewski, 2015, Malhotra and Nair, 2015, Boonchuaymetta, 2011, Angsutrurux, 2010 และ Chiraphadhanakul and Kennedy, 2005)

สำหรับประเทศไทย งานวิจัยหลายๆ งานได้ศึกษาปรากฏการณ์ของ Underpricing ในตลาดหลักทรัพย์ไทย และพบว่ามีปรากฏการณ์ดังกล่าว โดยระดับของ Underpricing มีความแตกต่างกัน เช่น Wethyavorn and Koo-Smith (1991) พบว่า ระดับของ Underpricing ประมาณ 56.73% ระหว่างปี 1988 ถึง 1989 ในขณะที่ Allen et. al., (1999) รายงานว่าอยู่ในระดับ 63.49% ระหว่างปี 1985 ถึงปี 1992 Lonkani (2000) ประมาณ 46.7% จากปี 1987 ถึง 1997 Vithessonthi (2008) ประมาณ 19.97% ระหว่างปี 2000 ถึงปี 2005 Angsutrurux (2010) ประมาณ 19.45% ระหว่างปี 2003 ถึงปี 2010 และ Parkatt (2016) ประมาณ 80.18% ระหว่างปี 2010 ถึงปี 2014 นอกจากนี้ งานวิจัยเหล่านี้ยังได้พบว่า สัดส่วนการถือครองหลักทรัพย์ของผู้ถือหุ้นเดิม สัดส่วนการกระจายหลักทรัพย์ต่อนักลงทุนสถาบัน และความสนใจในหลักทรัพย์ (Boonchuaymetta, 2011) รวมถึงชื่อเสียงของผู้สอบบัญชี ขนาดของสินทรัพย์ของกิจการ ผลการดำเนินงานของบริษัทก่อนออกหุ้นไอพีโอ และภาวะตลาดหลักทรัพย์ (Angsutrurux, 2010) เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถอธิบายผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ

งานวิจัยเกี่ยวกับผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอในตลาดหลักทรัพย์ไทยนับวันจะเพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาหุ้นไอพีโอในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เนื่องจากเริ่มดำเนินงานมานานตั้งแต่ พ.ศ. 2519 จึงมีหลักฐานงานวิจัยค่อนข้างมาก ส่วนตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ถือเป็นตลาดหลักทรัพย์ใหม่เริ่มดำเนินงานประมาณ 15 ปี นับแต่ พ.ศ. 2546 จึงทำให้หลักฐานงานวิจัยค่อนข้างน้อยสำหรับมุมมองต่างๆ ของหุ้นไอพีโอ โดยเฉพาะมุมมองที่ศึกษาในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการเพิ่มผลงานและหลักฐานเกี่ยวกับหุ้นไอพีโอ ในตลาดหลักทรัพย์ไทยในมุมมองของช่วงเวลาในการออกจำหน่ายหุ้นไอพีโอ ผลตอบแทนวันแรก และปัจจัยที่อธิบายผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ การนำเสนอบทความวิจัยต่อจากนี้ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย ผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาช่วงเวลาการซื้อขายหลักทรัพย์วันแรกของหุ้นไอพีโอ ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
2. ศึกษาปรากฏการณ์ Underpricing ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
3. ระบุปัจจัยที่สามารถอธิบายผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

วิธีการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาจากประชากรคือ หุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่ออกจำหน่ายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรกหรือหุ้นไอพีโอจำนวน 99 หลักทรัพย์ สำหรับระยะเวลาตั้งแต่ 1 มกราคม 2553 ถึง 31 ธันวาคม 2560 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเก็บรวบรวมจากฐานข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (จาก SET SMART) และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (สำนักงาน ก.ล.ต.) การวิจัยดำเนินการดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิซึ่งประกอบด้วยราคา จองหุ้นไอพีโอ จำนวนหุ้นที่บริษัทจดทะเบียนออกจำหน่ายเป็นครั้งแรก วันแรกที่ซื้อขายหุ้นไอพีโอ ราคาปิดของหุ้นไอพีโอในวันแรก วันที่สาม และวันที่ห้า ของการซื้อขาย อายุของบริษัทจดทะเบียนตั้งแต่เริ่มดำเนินงานจนถึงวันซื้อขายวันแรก สินทรัพย์รวมของบริษัท ณ วันสิ้นปีก่อนการซื้อขายวันแรก และดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสำหรับระยะเวลาที่ทำการวิจัย
2. จัดแยกข้อมูลเพื่อศึกษาช่วงเวลาของการซื้อขายหุ้นไอพีโอ ในวันแรก ช่วงเวลาของการซื้อขายหุ้นไอพีโอ แต่ละหุ้นในวันแรก แสดงได้ดังตารางที่ 1
3. คำนวณอัตราผลตอบแทนวันแรก วันที่สาม และวันที่ห้า ของหุ้นไอพีโอ ซึ่งแสดงการคำนวณได้ดังนี้

$$IR = \frac{P_1 - P_0}{P_0} \times 100$$

(1)

- เมื่อ IR = ผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ
 P_1 = ราคาปิดวันแรกของหุ้นไอพีโอ
 P_0 = ราคาจองซื้อหุ้นไอพีโอ

ผลตอบแทนของหุ้นไอพีโอ ในวันที่สาม และวันที่ห้า คำนวณเช่นเดียวกับผลตอบแทนวันแรก โดยเปลี่ยนราคาปิดวันแรกของหุ้นไอพีโอ (P_1) เป็นราคาปิดวันที่สาม (P_3) ราคาปิดวันที่ห้า (P_5) แทนสำหรับ P_0 จัดให้เป็นราคาปิดของวันก่อนวันที่สามและวันที่ห้า 1 วัน

4. คำนวณอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยสำหรับผลตอบแทนวันแรก วันที่สาม และวันที่ห้า โดยคำนวณแยกเป็นรายปีตั้งแต่ปี 2553 ถึงปี 2560 แสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 2
5. ใช้สมการถดถอยภาคตัดขวาง (Cross – sectional Regression) เพื่อระบุปัจจัยที่สามารถอธิบายผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ โดยตัวแปรหรือปัจจัยที่นำมาใช้เป็นตัวแปรอิสระในการวิจัยครั้งนี้ เป็นตัวแปรที่งานวิจัยหลายๆ งานทั้งในตลาดหลักทรัพย์ไทยและตลาดหลักทรัพย์ต่างประเทศได้นำมาใช้ และพบว่าสามารถอธิบายระดับของผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอในตลาดหลักทรัพย์ได้ เช่น งานวิจัยของ Abdullah and Mohd (2004), Angsutralux (2010) และ Malhotra and Nair (2015) ซึ่งประกอบด้วย อายุของกิจการ จำนวนเงินทุนที่ได้รับจากการจำหน่ายหุ้นไอพีโอ สินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ และดัชนีตลาดหลักทรัพย์ แสดงสมการได้ดังนี้

$$IR_i = \alpha_0 + \alpha_1 AGE_i + \alpha_2 SIZ_i + \alpha_3 AST_i + \alpha_4 ROA_i + \alpha_5 MKT_i + \epsilon_i$$

(2)

- เมื่อ IR_i = ผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ
 AGE_i = อายุของกิจการผู้ออกหุ้นไอพีโอ ตั้งแต่วันดำเนินการจนถึงวันที่หุ้นไอพีโอ เข้าซื้อขายวันแรก
 SIZ_i = Log ของจำนวนเงินทุนที่ได้รับจากการออกจำหน่ายหุ้นไอพีโอ (จำนวนหุ้นไอพีโอ)

ที่ออกจำหน่าย x ราคาจองซื้อหุ้นไอพีโอ) ซึ่งหมายถึง ขนาดของเงินทุนที่บริษัท
ผู้ออกหุ้นไอพีโอได้รับจากการออกจำหน่ายหุ้นไอพีโอ

$AST_i = \text{Log}$ ของสินทรัพย์รวมของบริษัทผู้ออกหุ้นไอพีโอ ณ วันสิ้นปี ก่อนการซื้อขาย
วันแรก

$ROA_i =$ อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ของบริษัทผู้ออกหุ้นไอพีโอ ณ วันสิ้นปี ก่อนการซื้อ
ขายวันแรก

$MKT_i =$ % การเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์ระหว่างวันแรกของการซื้อขายของ
หุ้นไอพีโอแต่ละหุ้นกับดัชนีก่อนวันซื้อขายวันแรก 20 วัน ซึ่งถือเป็นปัจจัยแสดง
ภาวะตลาดหลักทรัพย์

$\varepsilon_i =$ ค่าความคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

การอธิบายผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ผลการศึกษาช่วงเวลาการซื้อขายหุ้นไอพีโอวันแรก 2)
ผลการ ศึกษาปรากฏการณ์ของผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ และ 3) ผลของสมการถดถอย อธิบายรายละเอียด
ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาช่วงเวลาการซื้อขายหุ้นไอพีโอวันแรก ช่วงเวลาการซื้อขายวันแรกของหุ้นไอพีโอแต่ละหุ้น
แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ช่วงเวลาที่หุ้นไอพีโอแต่ละหุ้นทำการซื้อขายวันแรกในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ :

พ.ศ. 2553 – 2560

ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI)									
2553		2554		2555		2556		2557	
หลักทรัพย์ ไอพีโอ	วันที่ซื้อขาย วันแรก	หลักทรัพย์ ไอพีโอ	วันที่ซื้อขาย วันแรก	หลักทรัพย์ ไอพีโอ	วันที่ซื้อขาย วันแรก	หลักทรัพย์ ไอพีโอ	วันที่ซื้อขาย วันแรก	หลักทรัพย์ ไอพีโอ	วันที่ซื้อขาย วันแรก
TMI	14 พ.ค. 53	VTE	9 มี.ค. 54	PJW	28 ก.พ. 55	EA	30 ม.ค. 56	AIE	6 ม.ค. 57
UAC	11 ต.ค. 53	GIFT	3 มิ.ย. 54	UWC	12 ก.ค. 55	AKP	7 ก.พ. 56	LIT	25 มี.ค. 57
NINE	17 พ.ย. 53	COLOR	14 มิ.ย. 54	TVD	23 ส.ค. 55	UREKA	3 มี.ค. 56	OTO	15 พ.ค. 57
ARIP	2 ธ.ค. 53	QTC	28 ก.ค. 54	HOTPOT	18 ก.ย. 55	ECF	26 มี.ค. 56	PCA	23 มิ.ย. 57
PHOL	9 ธ.ค. 53	APCO	4 พ.ย. 54	FPI	20 ก.ย. 55	SANKO	9 พ.ค. 56	AIRA	7 ก.ค. 57
		HYDRO	15 ธ.ค. 54	PPS	26 ก.ย. 55	CHO	13 พ.ค. 56	PDG	29 ก.ค. 57
		CHOW	21 ธ.ค. 54	TMC	26 ต.ค. 55	AUCT	9 ส.ค. 56	TAKUNI	19 ส.ค. 57
				TMILL	23 พ.ย. 55	SEAOIL	5 ก.ย. 56	XO	25 ส.ค. 57
				DNA	21 ธ.ค. 55	BKD	25 ก.ย. 56	LDC	2 ก.ย. 57
				ARROW	25 ธ.ค. 55	WINNER	3 ต.ค. 56	CCN	11 ก.ย. 57
						FVC	29 ต.ค. 56	RWI	18 ก.ย. 57
						GCAP	17 ธ.ค. 56	SMART	2 ต.ค. 57
						SPVI	19 ธ.ค. 56	FSMART	14 ต.ค. 57
						OCEAN	23 ธ.ค. 56	TSE	30 ต.ค. 57
								SPA	31 ต.ค. 57
								NCL	11 พ.ย. 57
								FIRE	13 พ.ย. 57
								JSP	19 พ.ย. 57
								PSTC	19 ธ.ค. 57
								KCM	23 ธ.ค. 57

ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI)					
2558		2559		2560	
หลักทรัพย์ ไอพีโอ	วันที่ซื้อขาย วันแรก	หลักทรัพย์ ไอพีโอ	วันที่ซื้อขาย วันแรก	หลักทรัพย์ ไอพีโอ	วันที่ซื้อขาย วันแรก
TPCH	8 ม.ค. 58	GTB	23 มี.ค. 59	SE	14 ก.พ. 60
NDR	15 ม.ค. 58	CHEWA	5 เม.ย. 59	ETE	15 ก.พ. 60
TVT	8 พ.ค. 58	ASN	12 พ.ค. 59	MGT	23 ก.พ. 60
HPT	29 มิ.ย. 58	BM	17 พ.ค. 59	D	3 เม.ย. 60
DAI	23 ก.ค. 58	NETBAY	16 มิ.ย. 59	MM	11 เม.ย. 60

PIMO	13 ส.ค. 58	BTW	11 ก.ค. 59	ZIGA	17 ส.ค. 60
ATP30	27 ส.ค. 58	BIZ	28 ก.ค. 59	ICN	15 ก.ย. 60
KOOL	23 ก.ย. 58	TM	31 ส.ค. 59	SSP	27 ก.ย. 60
SR	11 พ.ย. 58	ITEL	14 ก.ย. 59	CRD	5 ต.ค. 60
RP	12 พ.ย. 58	SELIC	18 ต.ค. 59	FLOYD	1 พ.ย. 60
TNP	18 พ.ย. 58	COMAN	11 พ.ย. 59	TITLE	2 พ.ย. 60
TACC	2 ธ.ค. 58	AMA	22 ธ.ค. 59	ADB	9 พ.ย. 60
K	18 ธ.ค. 58	AU	23 ธ.ค. 59	PORT	23 พ.ย. 60
				THMUI	23 พ.ย. 60
				JKN	30 พ.ย. 60
				VCOM	21 ธ.ค. 60
				SUN	28 ธ.ค. 60

แสดงจำนวนวันที่ซื้อขายหลักทรัพย์ ไอพีโอ วันแรกเป็นรายเดือน..พ.ศ. 2553 - 2560												
เดือน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
จำนวนหลักทรัพย์ไอพีโอ	4	5	5	3	7	5	7	8	12	10	16	17

ตารางที่ 1 ให้ข้อมูลว่าระหว่างปี 2553 – 2560 หุ้นไอพีโอในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 99 หุ้น ทำการซื้อขายวันแรกในเดือนธันวาคมมากที่สุดจำนวน 17 หุ้นหรือ 17 บริษัท รองลงมาคือ เดือนพฤศจิกายน จำนวน 16 บริษัท เดือนกันยายน จำนวน 12 บริษัท เดือนตุลาคม จำนวน 10 บริษัท เดือนสิงหาคม จำนวน 8 บริษัท เดือนกรกฎาคม และพฤษภาคมเดือนละ 7 บริษัท ส่วนเดือนที่เหลืออีก 5 เดือน การซื้อขายวันแรกของหุ้นไอพีโอค่อนข้างกระจายเวลาการซื้อขาย กล่าวคือ หุ้นไอพีโอ ทำการซื้อขายวันแรกในเดือนกุมภาพันธ์ มีนาคม และมิถุนายน เดือนละ 5 บริษัท เดือนมกราคม จำนวน 4 บริษัท และเดือนที่ซื้อขายวันแรกน้อยที่สุดคือ เดือนเมษายน จำนวน 3 บริษัท

2. ผลการศึกษาปรากฏการณ์ของผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ ผลการคำนวณอัตราผลตอบแทนวันแรกเฉลี่ยของหุ้นไอพีโอ ซึ่งแสดงปรากฏการณ์ผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แสดงได้ตารางที่ 2

ตารางที่ 2 อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของหุ้นไอพีโอในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ: พ.ศ. 2553 - 2560

ปี	จำนวนหุ้นไอพีโอ	อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย (%)					
		วันแรก	S.D.	วันที่สาม	S.D.	วันที่ห้า	S.D.
2553	5	45.86	58.02	14.84	13.62	-0.24	14.30
2554	7	91.35	76.27	3.11	7.01	-4.76	7.91
2555	10	43.23	88.19	-2.97	8.32	-0.11	4.08
2556	14	85.81	63.75	-4.44	12.56	-1.95	6.97
2557	20	113.65	71.37	-2.52	11.31	0.09	6.23
2558	13	81.05	62.25	3.20	7.73	3.42	7.05
2559	13	92.81	70.45	-4.24	12.75	-2.86	-2.84
2560	17	42.74	56.05	-2.23	11.42	-3.52	-2.93
รวม / เฉลี่ย	99	74.56	68.29	0.59	10.59	-1.24	5.10

ตารางที่ 2 ให้ข้อมูลอย่างชัดเจนว่า ตั้งแต่ปี 2553 ถึงปี 2557 จำนวนหุ้นไอพีโอในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 5 หุ้นหรือบริษัทในปี 2553 เป็น 20 บริษัทในปี 2557 ซึ่งหมายความว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ความสนใจต่อการระดมทุนในตลาดทุน แต่อาจได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ การเมือง หรือนโยบายของรัฐบาลในปี 2557 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนรัฐบาลและเศรษฐกิจจะชะลอตัว จึงเป็นผลให้จำนวนหุ้นไอพีโอในปี 2558 และ 2559 ลดลงเหลือ 13 หุ้นหรือบริษัท และกลับค่อยๆ เพิ่มขึ้นเป็น 17 หุ้นหรือบริษัทในปี 2560 เมื่อพิจารณาถึงอัตราผลตอบแทนวันแรกเฉลี่ยของหุ้นไอพีโอ ตารางที่ 2 รายงานว่า อัตราผลตอบแทนวันแรกเฉลี่ยของหุ้นไอพีโอในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีค่าประมาณ 74.56% (S.D. = 68.29%) ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาระหว่างปี

2553 ถึง 2560 ซึ่งสูงกว่าอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยวันที่สามและวันที่ห้าที่มีค่า 0.59% (S.D. = 10.59%) และ -1.24% (S.D. = 5.10%) ตามลำดับ

หากวิเคราะห์ห้อตราผลตอบแทนวันแรกเป็นรายปีแล้วจะพบว่า อัตราผลตอบแทนวันแรกเฉลี่ยของหุ้นไอพีโอ ในปี 2557 มีค่าสูงสุดคือ 113.65% (S.D. = 71.37%) รองลงมาคือ ปี 2559 2554 2556 และ 2558 ที่แสดงค่า อัตราผลตอบแทนวันแรกเฉลี่ย 92.81% (S.D. = 70.45%) 91.35% (S.D. = 76.27%) 85.81% (S.D. = 63.75%) และ 81.05% (S.D. = 62.25%) ตามลำดับ สำหรับปี 2553 2555 และ 2560 มีอัตราผลตอบแทนวันแรกเฉลี่ยใกล้เคียงกันคือ 45.86% (S.D. = 58.02%) 43.23% (S.D. = 88.19%) และ 42.74% (S.D. = 56.05%) ตามลำดับ โดยปี 2560 เป็นปีที่มีอัตราผลตอบแทนวันแรกเฉลี่ยที่ต่ำที่สุด อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของวันที่สาม และวันที่ห้าของการซื้อขายแล้ว อัตราผลตอบแทนวันแรกเฉลี่ยของทุกปีมีอัตราสูงกว่า นั่นคือ ในช่วงเวลาตั้งแต่ปี 2553 ถึงปี 2560 มีปรากฏการณ์ Underpricing ที่ผลตอบแทนวันแรกของหลักทรัพย์ที่ออกจำหน่ายแก่ประชาชนเป็นครั้งแรกมีค่าเป็นบวก ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

3. ผลของสมการถดถอย ผลของสมการถดถอยซึ่งแสดงปัจจัยที่สามารถอธิบายผลตอบแทนวันแรกของหุ้น ไอพีโอ แสดงในลักษณะสมการได้ดังนี้

$$IR_i = 2.95 - 0.05 AGE_i - 0.37 SIZ_i - 1.08 AST_i - 1.21 ROA_i + 2.84 MKT_i + \varepsilon_i$$

(4.1553) (-0.4581) (-5.2915) (-2.1407) (-1.0332) (2.3015)

โดย

$$R^2 = 0.3795 \quad F\text{-stat} = 15.3446 \quad \text{Durbin-Watson stat} = 1.5920$$

() = ค่าสถิติ (t statistic)

ผลจากสมการถดถอยรายงานว่ ขนาดของจำนวนเงินทุนที่ได้รับจากการออกจำหน่ายหุ้นไอพีโอ (SIZ) สิทธิประโยชน์ของบริษัท (AST) และภาวะตลาดหลักทรัพย์ (MKT) เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถอธิบายผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในระหว่างปี 2553 ถึงปี 2560 โดยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ระดมทุนหรือจัดหาเงินทุนจำนวนไม่มาก รวมทั้งมีสิทธิประโยชน์เป็นจำนวนเงินไม่สูง จะมีอัตราผลตอบแทนวันแรกของหุ้น ไอพีโออยู่ในระดับสูง ยิ่งไปกว่านั้นการซื้อขายหุ้นไอพีโอวันแรกของกิจการยังคำนึงถึงภาวะตลาดหลักทรัพย์ โดยกิจการผู้ออกจำหน่ายหลักทรัพย์จะกำหนดวันซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์วันแรกในช่วงวันที่มองว่าตลาดมีการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างคึกคัก และสภาพคล่องของการซื้อขายสูง ทั้งนี้ โดยพิจารณาจากดัชนีราคาหลักทรัพย์และข้อมูลในอดีต

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่พบว่า กิจการหรือบริษัทผู้ออกหุ้นไอพีโอ ส่วนใหญ่ทำการซื้อขายหุ้นวันแรกในเดือน ธันวาคม พฤศจิกายน กันยายน และตุลาคม หรือราวไตรมาสที่ 4 ของปี อาจอธิบายได้ในทำนองเดียวกับ Parkatt (2016) คือในไตรมาส 4 ของปีปฏิทินหมายถึง ไตรมาสที่ 1 ของรอบระยะเวลางบประมาณของราชการ ดังนั้น ธุรกิจหรือกิจการต่างมีความชัดเจนในนโยบายของรัฐไม่ว่าจะเป็นนโยบายการเงิน นโยบายการคลัง หรือทิศทางการดำเนินงานของรัฐ ประกอบกับนักวิชาการหรือสถาบันต่างๆ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ การต่างประเทศ และทิศทางแนวโน้มของสถานการณ์ในปีถัดไป ซึ่งถ้าไม่มีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่รุนแรงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย และเศรษฐกิจโลกแล้ว การคาดการณ์ทิศทาง และแนวโน้มของภาวะเศรษฐกิจและการต่างประเทศจะเป็นภาพบวก ดัชนีและตัวชี้วัดต่างๆ จะแสดงการเจริญเติบโตของประเทศไทย ดังนั้น โครงการลงทุนต่างๆ ของธุรกิจจะประสบความสำเร็จในอนาคต เป็นผลให้ผู้ลงทุนสนใจลงทุนในหุ้นไอพีโอที่ต่างมีอนาคตสดใส ผลที่ตามมาคือ ตลาดหลักทรัพย์มีสภาพคล่องสูง มีการซื้อขาย และหุ้นไอพีโอสามารถซื้อขายในราคาที่สูงกว่าราคาจอง จึงเป็นไปได้ที่ธุรกิจ

ผู้ออกหุ้นไอพีโอ ส่วนใหญ่เลือกที่จะทำการซื้อขายวันแรกในไตรมาสที่ 4 ของปีปฏิทิน นอกจากนั้นอาจเป็นไปได้ที่ว่า ผลประกอบการของบริษัทผู้ออกหุ้นไอพีโอ หรือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ส่วนใหญ่ในไตรมาสที่ 4 แสดงผลการดำเนินงานในทิศทางบวก โดยเฉพาะความสามารถในการทำกำไร

จากผลการวิจัยที่ยืนยันว่ามีปรากฏการณ์ Underpricing ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ มีค่าเป็นบวก และค่อนข้างสูงนั้น อาจกล่าวได้ว่า ช่วงเวลาของการซื้อขายหุ้นไอพีโอวันแรก มีความสำคัญต่ออัตราผลตอบแทนวันแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lizinska and Czapiewski (2015) Loughran (1993) และ Ibbotson et. al., (1994) ที่ยืนยันว่าผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ มีค่าเป็นบวกในตลาดหลักทรัพย์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ Keasey and Short (1992) ได้ค้นพบในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอังกฤษ Lee et. al., (1995) ในประเทศออสเตรเลีย Huang (1997) ในประเทศโปแลนด์ Kunz and Aggarwal (1994) ในประเทศสวิสเซอร์แลนด์ Lee et. al., (1994) ในประเทศเกาหลี Young (1996) ในประเทศมาเลเซีย Lee et. al., (1996) ในประเทศสิงคโปร์ และ Aggarwal et. al., (2000) ในประเทศฮ่องกง ผลการวิจัยครั้งนี้ นอกจากให้ข้อมูลว่า ผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีค่าเป็นบวกแล้ว ยังแสดงให้เห็นว่า อัตราผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ สูงกว่าอัตราผลตอบแทนของวันซื้อขายอื่นในช่วงสัปดาห์แรก และมีอัตราค่อนข้างสูงในตลาดหลักทรัพย์ที่มีลักษณะเป็น Emerging หรือ Developing Market ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mc Donald and Fisher (1972) และ Su and Fleisher (1999)

คำอธิบายของผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ ที่มีค่าเป็นบวกหรือราคาตลาดสูงกว่าราคาจองซื้อนั้น อาจเป็นไปได้ว่า ผู้ลงทุนมองการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในลักษณะการเก็งกำไร และมีความผันผวนค่อนข้างสูง ประกอบกับมีความเชื่อและมั่นใจว่าจะได้ประโยชน์ในทางบวกจากการซื้อขายหุ้นไอพีโอในวันแรก นั่นคือ ผู้ลงทุนมองว่าสามารถทำกำไรจากการลงทุนในหุ้นไอพีโอได้ ประกอบกับในช่วงระยะเวลาที่ทำการวิจัยระหว่างปี 2553 ถึงปี 2560 นั้น ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้รับผลกระทบทั้งจากปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอก โดยเฉพาะปัจจัยทางการเมืองในประเทศที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ภัยธรรมชาติ และความไม่แน่นอนในนโยบายรัฐ เป็นผลให้ตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทยมีความผันผวน แต่ความรู้สึกหรืออารมณ์ของผู้ลงทุนมองว่าปัจจัยเหล่านี้เป็นความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ผู้ลงทุนจึงยังคงทำธุรกรรมซื้อขายหลักทรัพย์และสนใจการลงทุน บริษัทที่ต้องการระดมเงินทุนในตลาดหลักทรัพย์จึงมีความมั่นใจในการออกจำหน่ายหุ้นไอพีโอ ดังจะเห็นได้จากจำนวนหุ้นไอพีโอในแต่ละปีที่เพิ่มขึ้นจาก 5 บริษัทในปี 2553 เป็น 20 บริษัทในปี 2557 และเพิ่มขึ้นจาก 13 บริษัทในปี 2558 เป็น 17 บริษัทในปี 2560

ส่วนปัจจัยที่สามารถอธิบายผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ งานวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Abdullah and Mohd (2004) Malhotra and Nair (2015) และ Lizinska and Czapiewski (2015) ที่กล่าวว่า ขนาดของเงินทุนที่จัดหาและภาวะตลาดหลักทรัพย์ส่งผลต่อผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ และเมื่อพิจารณาจากหลักฐานการศึกษาหุ้นไอพีโอ ในตลาดหลักทรัพย์ไทยจะพบว่า ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wethyavivorn and Koo-Smith (1991), Lonkani (2000), Angsutrarux (2010) และ Parkatt (2016) ที่รายงาน ว่า อัตราผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอมีค่าเป็นบวก และปัจจัยที่สามารถอธิบายผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ คือ ขนาดของจำนวนเงินทุนที่ได้รับจากการออกจำหน่ายหุ้นไอพีโอ สินทรัพย์ของบริษัท และภาวะตลาดหลักทรัพย์ (Vithessonthi, 2008)

คำอธิบายของปัจจัยที่มีผลต่อระดับผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอคือ ภาวะตลาดหลักทรัพย์นั้น อาจเป็นไปได้ที่ทั้งผู้ออกจำหน่ายหุ้นไอพีโอ และผู้ลงทุนพิจารณาภาวะตลาดหลักทรัพย์เป็นปัจจัยสำคัญ ในการตัดสินใจกำหนดวันทำการซื้อขายหุ้นไอพีโอวันแรก และการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ส่วนขนาดของจำนวนเงินทุนที่ได้รับจากการออกจำหน่ายหุ้นไอพีโอ และสินทรัพย์ของบริษัทนั้นอาจเป็นไปได้ที่ ผู้ลงทุนมีประสบการณ์และเชื่อว่าในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ กิจกรรมขนาดเล็กมักจะทำให้ผลตอบแทนในอัตราที่สูง จึงหันไปสนใจหลักทรัพย์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีโครงการที่ดีในอนาคตมากกว่า จึงทำให้ขนาดของจำนวนเงินทุนที่ได้รับจากการออกจำหน่ายหุ้นไอพีโอ และสินทรัพย์ของบริษัทส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ

ส่วนผลของสมการถดถอยที่ให้ข้อมูลว่าอายุของกิจการผู้ออกหุ้นไอพีโอ และอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ของผู้ออกหุ้นไอพีโอ ไม่สามารถอธิบายผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอได้นั้น อาจเป็นไปได้ที่ผู้ลงทุนส่วนใหญ่ที่ลงทุนในหุ้นไอพีโอ มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็งกำไรมากกว่าการถือครองหลักทรัพย์ระยะยาว และพิจารณาภาวะตลาดหลักทรัพย์เป็นสำคัญ แต่ให้ความสำคัญกับอายุของกิจการ และความสามารถทำกำไรของกิจการผู้ออกหุ้นไอพีโอ้น้อยกว่า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย จากผลการวิจัยที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงเวลาของการซื้อขายหุ้นไอพีโอเป็นครั้งแรก ผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ และปัจจัยสำคัญที่อธิบายผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. หน่วยงานกำกับดูแลสามารถนำไปใช้ประกอบการพิจารณากฎเกณฑ์ และข้อพึงระวังสำหรับการลงทุนในหลักทรัพย์

2. ผู้ลงทุนสามารถนำไปใช้ในการวางแผนการลงทุน และกำหนดกลยุทธ์การลงทุนในหุ้นสามัญได้ โดยผู้ลงทุนอาจจับจ้องหวั่นไหวการลงทุนเพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากผลตอบแทนวันแรกของหุ้นไอพีโอ หรือถือครองหุ้นไอพีโอที่แสดงผลประกอบการดีในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป สำหรับนักวิชาการหรือนักวิจัยสามารถนำผลการวิจัยไปขยายสู่งานวิจัยใหม่ได้อย่างน้อย 4 ประเด็น คือ

1. สามารถขยายเวลาและจำนวนหุ้นไอพีโอให้มากขึ้นและให้ครอบคลุมทั้งลักษณะตลาดคึกคักและตลาดซบเซา เพื่อเปรียบเทียบลักษณะของผลตอบแทนวันแรกและปัจจัยที่สามารถอธิบายผลตอบแทนดังกล่าวได้

2. สามารถใช้ประชากรเดิมแต่พิจารณาถึงกระบวนการของการออกหุ้นไอพีโอและผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนวันแรก

3. สามารถใช้แนวทางของงานวิจัยเดิมและเปรียบเทียบกับประเทศอื่น เช่น ประเทศมาเลเซีย

4. ใช้ข้อมูลเดิมและวิเคราะห์ผลตอบแทนระยะยาว เหล่านี้ล้วนเป็นงานวิจัยที่ก่อให้เกิดผลการวิจัยและหลักฐานใหม่ในตลาดหลักทรัพย์ไทย

เอกสารอ้างอิง

- Abudullah, Nur Adiana, Hiau and Mohd, Kamarun, Nisham, Taufil. (2004). Factors Influencing the Underpricing of Initial Public Offerings in an Emerging Market: Malaysian Evidence. **Journal of Economics and Management**, 12(2), 1 - 20.
- Aggarwal, Reena, Leal, Ricardo, and Hernandez, Leonardo. (1993). The Aftermarket Performance of Initial Public Offerings in Latin America. **Journal of Financial Management**, 22, 42 - 53.
- Aggarwal, Reena. (2000). Stabilization Activities by Underwriters after Initial Public Offerings. **Journal of Finance**, 55(3), 1075 - 1103.
- Allen, David Edmund, Morkel Kingsbury, Nigel J. and Paiboonthahakiat, W. (1999). The Long-Run Performance of Initial Public Offerings in Thailand. **Applied Financial Economics**, 9(3), 215 - 232.
- Angsutrarux, Nattarat. (2010). **Underpricing Determinants of IPOs: Evidence from Thailand. An Independent Study for the Degree of Master of Science in Financial Management**, Thammasat University.

- Boonchuaymetta, Ekkachai. (2011). Management of the Initial Public Offering Performance: Empirical Evidence from the Thai Stock Market. **AU Journal of Management**, 9(2), 53 - 65.
- Buckland, Roger. Herbert, P. and Yeomans, Keith A. (1981). Price Discount on New Equity Issue in the UK and their Relationship to Investor Subscription in the Period 1965 - 1975. **Journal of Business and Accounting**, 8(Spring), 79 - 96.
- Chang, Chih-Hsiang. (2010). IPO Underpricing: A Social Comparison Perspective. **International Review of Economics & Finance**, 20(3), 367 - 375.
- Chemmanur, Thomas J. (1993). The Pricing of Initial Public Offerings: A Dynamic Model with Information Production. **The Journal of Finance**, 48(1), 283 - 304.
- Cheng, Wai-yan, Cheung, Yan-leung and Tse, Yuen-Ching. (2006). The Impact on IPO Performance of More Stringent Listing Rules with a Pre-listing Earnings Requirement: Evidence from Hong Kong. **Journal of Business Finance & Accounting**, 33(5 & 6), 868 - 884.
- Chiraphadhanakul, Vichakorn and Gunawardana, Kennedy. (2005). The Factors Affecting on IPO Return in Thai Stock Market. Special Issue of the International Journal of the Computer, **the Internet and Management**, 13(2), 19.1 - 19.6.
- Dawson, Steven M. (1987). Secondary Stock Market Performance of Initial Public Offers, Hong Kong, Singapore and Malaysia: 1975 - 1984. **Journal of Business Finance and Accounting**, 1(1), 65 - 76.
- Dimovski, William and Brooks, Robert. (2004). Initial Public Offerings in Australia 1994 to 1999, Recent Evidence of Underpricing and Underperformance, **Review of Quantitative Finance and Accounting**, 22, 179 - 198.
- Huang, Qi. (1997). **The Underpricing and Aftermarket Performance of New Equity Offering by Recently Privatized Firm: An International Test**. Doctoral Dissertation, New York University.
- Ibbotson, Roger G. Sindelar, Jody L. and Ritter, Jay. (1994). The Market Problems with the Pricing of Initial Public Offerings. **Journal of Applied Corporate Finance**, 7(1), 66 - 74.
- Ibbotson, Roger. (1975). Price Performance of Common Stock New Issues. **Journal of Financial Economics**, 2, 235 - 272.
- Jelic, Ranko. Saadouni, Brahim and Briston, R. (2001). Performance of Malaysian IPOs: Underwriters Reputation and Management Earnings Forecasts. **Pacific-Basin Finance Journal**, 9, 457 - 486.
- Keasey, Kevin. and Short, Helen. (1992). The Underpricing of Initial Public Offering: Some UK Evidence. OMEGA International. **Journal of Management Science**, 20. (4) : 457 - 466.
- Kunz, M., Roger and Aggarwal, Reena. 1994. Why Initial Public Offerings are Underpriced: Evidence from Switzerland. **Journal of Banking and Finance**, 18(4), 705 - 723.
- Lee, Jason. Kim, Jeong-Bon, and Krinsky, Itzhak. (1994). The Aftermarket Performance of Initial Public Offerings in Korea. **Pacific-Basin Finance Journal**, 3(4), 429-448.
- Lee, Philip J. Taylor Stephen L. and Walter, Terry S. (1995). **The Voluntary Disclosures of Forecast Data by Australian IPOs**. Working Paper. The University of Sydney.
- Lee, Philip J. Taylor Stephen L. and Walter, Terry S. (1996). Expected and Realized Returns for Singaporean IPOs: Initial and Long run Analysis. **Pacific-Basin Finance Journal**, (4), 153 - 180.

- Levis, Mario. (1990). The Winner's Curse Problem, Interest Costs and the Underpricing of Initial Public Offerings. **The Economic Journal**, 100(399), 76 - 89.
- Lizinska, Joanna and Czapiewski, Leszek. (2015). Does Timing Matter for the Determinants of IPO Short -Term Returns? Evidence from the Top Emerging Markets. **Folia Oeconomica**, 1(310), 39 - 56.
- Loughran, Tim. (1993). NYSE VS NASDAQ Returns: Market Microstructure or the Poor Performance of Initial Public Offerings?. **Journal of Financial Economics**, 33, 241 - 260.
- Loughran, Tim. Ritter, Jay and Rydqvist, K. (1994). Initial Public Offerings: International Insights. *Pacific-Basin Finance Journal*. 2(2-3), 165 - 199.
- Loukani, Ravi. (2000). **Information Acquisition and Dissemination of the Initial Public Offerings: The Base of the Thai Stock Market**. JDBA Doctoral Dissertation. Chulalongkorn University.
- Malhotra, Madhuri and Nair, Manjuska. (2015). Initial Public Offerings Underpricing: A Study on the short Run Price Performance of Book built IPOs in India. **Journal of Research**, 4(2), 197 - 204.
- Mc Donald, Jack G. and Fisher, A. K. (1972). New Issue Stock Pricing Behaviour. **Journal of Finance**, 27, 97 - 102.
- Mc Guinness, Paul. (1992). An Examination of the Underpricing of Initial Public Offering in Hong Kong: 1980 - 1990. **Journal of Business Finance and Accounting**, 19, 165 - 186.
- Parkatt, G., (2016, January-April), The First Day Returns of Initial Public Offerings in the Thai Stock Market, (in Thai), **Veridian E-Journal**, Silpakorn University, 9(1), 1173-1189.
- Ritter, Jay. (1991). The Long-Run Performance of Initial Public Offering. **Journal of Finance**, 46(1), 3 - 27.
- Rock, Kevin. (1986). Why New Issues Are Underpriced?. **Journal of Financial Economic**, 15(1 & 2), 187 - 212.
- Sherman, Ann. (1992). The Pricing of Best Efforts New Issues. **Journal of Finance**, 47(2), 781 - 790.
- Su, Dongwei. and Fleisher, Belton M. (1999). An Empirical Investigation of Underpricing in Chinese IPOs. **Pacific-Basin Finance Journal**, 7(2), 173 - 202.
- Tinic, Seha M., (1988). Anatomy of Initial Public Offering of Common Stock. **Journal of Finance**, 43. (9) : 792 - 822.
- Vithessonthi, Chaiporn. (2008). The Short-run Performance of Initial Public Offerings. An Experience Study for Thailand. **The Business Review. Cambridge**, 9, 48 - 54.
- Welch, Ivo. and Ritter, Jay R. 2002. **A Review of IPO Activity, Pricing and Allocations**. Yale ICF Working Paper. (02-01).
- Wethyavivorn, Kulpatra and Koo-Smith, Yothin. (1991). Initial Public Offerings in Thailand, 1988-89: Price and Return Patterns, in *Pacific-Basin Capital Markets Research*, S. G. Rhee and R. P. Chang, Eds., Vol. 2. **Elsevier Science Publishers**, North Holland, 379 - 394.
- Young, Otman. (1996). Size of the Firm, Oversubscription Ration and Performance of IPOs. **Malaysian Management Review**, 31(2), 28 - 39.

ความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)

สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์

CUSTOMER OPINION OF KIATNAKIN BANK PUBLIC COMPANY LIMITED,

PARADISE PARK BRANCH TOWARDS USE WITH PROMPTPAY

ณัชชา กิตติพิงศ์สถาพร*

ธนาชัย สุขวณิช**

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ และเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ จำแนกตาม อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่เปิดบัญชีกับธนาคาร จำนวน 350 คน โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดลอง (Try Out) กับข้าราชการครูที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ก่อนเก็บข้อมูลจริง วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูล ใช้สถิติวิจัย โดยวิธีการหาเลขคณิต และค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าที และค่าเอฟ ทำให้ผลการวิจัยผลว่า

1. ระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ จำแนกตาม อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการพบว่า ลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ ที่อายุ รายได้ สถานภาพ อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการพร้อมเพย์ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นระดับการศึกษา

2. ความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ อยู่ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีอายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการพร้อมเพย์ แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

* ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์กร มหาวิทยาลัยเกริก.

** ปริญญาเอก มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์(ร.ป.ด.).

คำสำคัญ: ความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)

ABSTRACT

The purposes of this research were to study the level of customer opinion of Kiatnakin Bank Public Company Limited Paradise Park Branch to the prompt pay service, and compare the level of customer opinion of Kiatnakin Bank Public Company Limited Paradise Park Branch to the prompt pay service that categorize as follow age, income, status, educations level, career and using times of service. Population for study were customer of Kiatnakin Bank Public Company Limited Paradise Park Branch who open a bank account amount 350 peoples that use questionnaire with government teachers who are not examples amount 30 papers before collect the correct information. Quantitative Research collect the data by using statistics to finding means and standard deviation with statistical hypothesis by using T-test and F-test

The results were as fallows

The level of customer opinion of Kiatnakin Bank Public Company Limited Paradise Park Branch to the prompt pay service at a high level When considering each items that found were customers confidence at the highest mean to lowest mean were reliability and physical. Comparison the level of customer opinion of Kiatnakin Bank Public Company Limited Paradise Park Branch to the prompt pay service that categorize as follow age, income, status, educations level, career and using times of service found that the customer of Kiatnakin Bank Public Company Limited Paradise Park Branch to the prompt pay service with age, income, status, career and using times of service. Except education level

The results of the hypothesis test showed that

1. The level of customer opinion of Kiatnakin Bank Public Company Limited Paradise Park Branch to the prompt pay service at a high level When considering each items that found were customers confidence at the highest mean to lowest mean were reliability and physical. Comparison the level of customer opinion of Kiatnakin Bank Public Company Limited Paradise Park Branch to the prompt pay service that categorize as follow age, income, status, educations level, career and using times of service found that the customer of Kiatnakin Bank Public Company Limited Paradise Park Branch to the prompt pay service with age, income, status, career and using times of service. Except education level

2. The customer opinion of Kiatnakin Bank Public Company Limited Paradise Park Branch to the prompt pay service at a high level which conform to hypothesis testing. The customer of Kiatnakin Bank Public Company Limited Paradise Park that difference in age, income, status, education level career and using times of service

Keyword: purposes

บทนำ

ปัจจุบันในประเทศไทยมีการพัฒนารูปแบบการบริการเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อให้ได้บริการที่ถูกต้องลูกค้า ซึ่งการบริการที่เป็นเลิศจะเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจเป็นการสะท้อนถึงผลลัพธ์ทางธุรกิจในรูปแบบของผลกำไร ความชื่นชมของสังคม และเกิดแบรนด์ขององค์กรที่เป็นภาพลักษณ์ที่ดี ดังนั้น หากองค์กรใดสามารถสร้างบริการที่โดดเด่นและแตกต่าง รวมทั้งสร้างความผูกพันในการให้บริการในระยะยาว สร้างประสบการณ์ที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกตราตรึงใจได้ย่อมจะทำให้องค์กรนั้นได้ใจจากลูกค้าและรักษาศักดิ์ศรีเราเสมือนเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของเขา (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล, 2549) ซึ่งธุรกิจบริการหนึ่งที่มีการแข่งขันด้านบริการอย่างมากในตอนนี้ คือ ธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการเลือกบริการทางการเงินเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์ต่างหันมาให้ความสนใจกับการปรับกลยุทธ์งานบริการมากขึ้น นำมาซึ่งนโยบายการตลาดสมัยใหม่ที่มีผู้บริโภคเป็นตัวนำ (Customer orientation marketing driven) เพื่อหาวิธีการและแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและครองส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด รวมทั้งผู้มาใช้บริการเองที่เป็นฝ่ายให้ความสนใจกับเรื่องคุณภาพบริการของธนาคารพาณิชย์ (อานวยพร มณีงาม, 2542) ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่าง ๆ ให้มีความทันสมัยสะดวกรวดเร็วและปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่จะมาใช้บริการของธนาคารได้อย่างครบวงจร เช่น บริการรับฝากเงิน บริการด้านการเงินระหว่างประเทศ บริการด้านสินเชื่อบริการด้านการโอนเงิน การรับชำระค่าสินค้าและบริการ บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์บริการด้านวานิชชนกิจ บริการด้านธุรกิจ บริการด้านธุรกิจหลักทรัพย์ เป็นต้น (อดิษฐ์ ครุฑเดชะ, 2551, หน้า 2) ธนาคารพาณิชย์การแข่งขันเพิ่มมากขึ้นในเรื่องการดำเนินงานกิจการทางการตลาดเพื่อรักษาลูกค้าและขยายฐานลูกค้าของธนาคาร เพื่อเพิ่มรายได้จากค่าธรรมเนียมจากการให้บริการเสริมให้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การให้บริการบางชนิดไม่ได้จำกัด แค่ในวงกรของธุรกิจธนาคารพาณิชย์แต่ขยายตัวไปสู่ผู้ประกอบการอื่นด้วย โดยการแข่งขันเน้นทั้งการขยายฐานกลุ่มลูกค้าธุรกิจรายใหญ่ (Corporate) และลูกค้ารายย่อย (SME's) ซึ่งธุรกิจหรือลูกค้ารายใหญ่ก่อให้เกิดรากฐานที่มั่นคง และทำให้ลูกค้ารายย่อยเกิดความเชื่อมั่นต่อธนาคารเสมือน Value chain ฉะนั้น ธนาคารจึงส่งเสริมรากฐานและการพัฒนาบุคลากรเพื่อการขยายฐานลูกค้ารายใหญ่ พร้อมกันนี้ยังได้ดำเนินการทางด้านข้อมูลลูกค้าให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าแบบเฉพาะกลุ่ม ประกอบกับยังได้มีขบวนการที่จะดำเนินการพัฒนาระบบข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจและพึงพอใจให้ลูกค้ารายย่อยด้วยการพัฒนาระบบเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยความทันสมัยและเน้นเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย การให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำให้สอดคล้องกับชีวิตประจำวันของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าผู้ทำธุรกรรมทางการเงินมีความสะดวกปลอดภัยและง่ายขึ้น โดยธนาคารยังคงให้ความสำคัญกับบริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์สร้างจุดเด่นด้วยการขยายผลิตภัณฑ์และบริการ เพิ่มช่องทางให้บริการอย่างครบวงจร ขยายขอบเขตขีดความสามารถให้บริการเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มช่องส่วนแบ่งทางการตลาดของธนาคาร และลดต้นทุนที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ให้กับธนาคาร

การให้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) เป็นระบบการเงินแบบอีเพย์เมนต์ (E-Payment) ซึ่งบริการที่ธนาคารไทย 15 แห่ง และธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ 4 แห่ง ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เปิดให้ประชาชนและภาคธุรกิจสามารถโอนเงินได้สะดวกรวดเร็วขึ้น (เดิมใช้ชื่อว่า Any ID) โดยใช้เพียงเลขบัตรประจำตัวประชาชน หรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือแทนการระบุเลขที่บัญชีเงินฝากของผู้รับเงิน เท่ากับว่าหากเราต้องการโอนเงินให้ใคร ก็ไม่จำเป็นต้องจำเลขที่บัญชีธนาคารของเขาก่อนไป รู้เพียงแค่เบอร์โทรศัพท์มือถือหรือหมายเลขบัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับก็

สามารถโอนเงินให้ปลายทางได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสามารถโอนเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต หรือตู้เอทีเอ็มก็ได้ ไม่จำเป็นต้องไปที่ธนาคาร ทั้งนี้การโอนเงินแบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ถือเป็นก้าวสำคัญในการพัฒนาบริการชำระเงินของประเทศที่จะช่วยลดการใช้เงินสด เพิ่มความรวดเร็ว ถูกต้อง และสามารถตรวจสอบรายการย้อนหลังได้ และเชื่อว่าโครงการ อีเพย์เมนต์ จะช่วยลดต้นทุนได้ปีละกว่าหมื่นล้านบาท

เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินในระบบใหม่ของธนาคารที่มีการแข่งขันด้านบริการอย่างมาก ในตอนนี้ เนื่องจากผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการเลือกบริการทางการเงินเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ และเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ จำแนกตาม อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ เพื่อขยายขอบเขตขีดความสามารถการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ จำแนกตาม อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

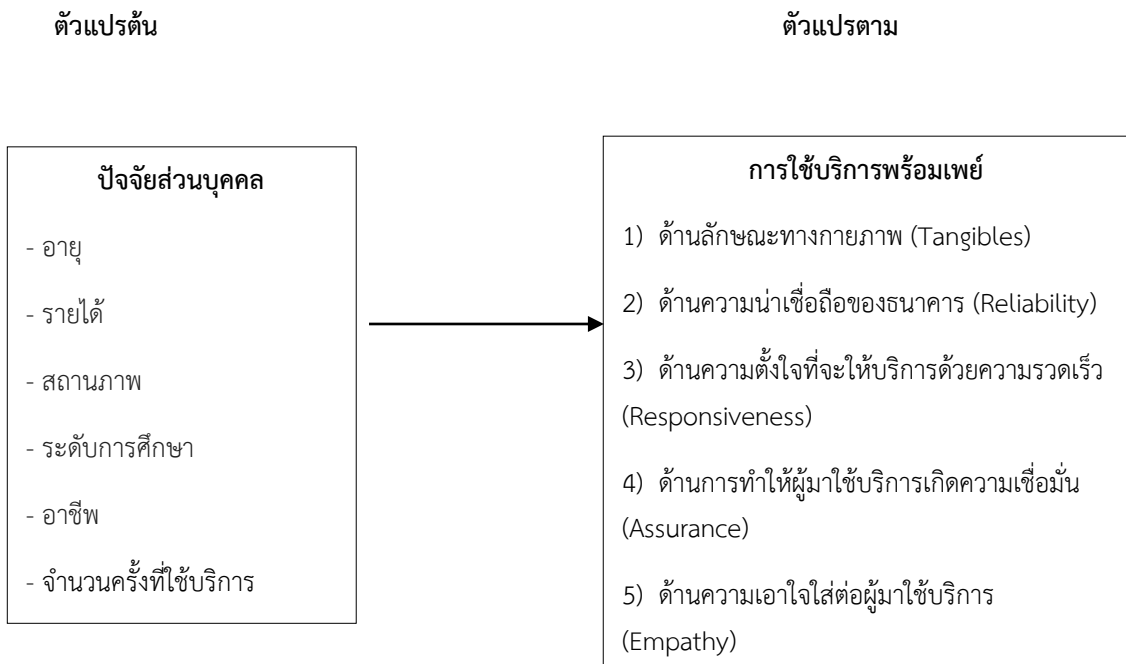
กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น ได้แก่ อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ตัวแปรตาม ความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ ในด้าน ดังนี้

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibles)
2. ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร (Reliability)
3. ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว (Responsiveness)
4. ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น (Assurance)
5. ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ (Empathy)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา เรื่องความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่เปิดบัญชีกับธนาคาร จำนวน 3,941 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตาม ตารางของเครซีและมอร์แกน (R.V.Krejcie & D.W. Morgan) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 350 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและผลงานที่เกี่ยวข้อง โดยยึดความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดในการศึกษาเป็นหลัก จำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ จำแนกตามตาม อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์

เป็นลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) โดยกำหนดค่าระดับคะแนนดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การคำนวณหาค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกจ้างธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์พาร์ค ที่มีต่อการให้บริการพร้อมเพย์ กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายระดับคุณภาพชีวิตในการทำงาน ตามเกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1981 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ, 2541)

คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด

$$\frac{\text{จำนวนชั้น} - 1}{5} = 0.8$$

ซึ่งสามารถแปลความหมายระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับการให้บริการอยู่ในระดับสูงมาก
3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับการให้บริการอยู่ในระดับสูง
2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับการให้บริการอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับการให้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดในการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสภาพจริงในปัจจุบันของสถานที่ทำงาน เพื่อหากรอบแนวคิด เนื้อหาต่างๆ ที่จะนำมาสร้างแบบวัดแต่ละชุด เพื่อมากำหนดเป็นแนวคิดของตัวแปรแต่ละตัวที่จะศึกษาในครั้งนี้ มาสร้างแบบวัดที่มีลักษณะสอดคล้องกับเกณฑ์ของแนวคิดนั้นๆ และเลือกค่าที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 ส่วนที่มีค่าน้อยกว่า 0.6 นำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ (ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดลอง (Try Out) กับพนักงานที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ก่อนเก็บข้อมูลจริง และนำกลับมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งเรียกว่า "สหสัมพันธ์อัลฟา" (ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมดมาวิเคราะห์ใช้วิธีการทางสถิติ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่รวบรวมได้
 2. ลงรหัสข้อมูล แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ
 3. วิเคราะห์แบบสอบถามโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป
 4. นำผลการวิเคราะห์มาสรุปและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
- #### 5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าที (t-test) และค่าเอฟ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป

ผลการศึกษา

ระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ

การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ จำแนกตาม อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ พบว่า ลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ ที่อายุ รายได้ สถานภาพ อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการพร้อมเพย์ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นระดับการศึกษา

อภิปรายผล

ระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การบริการพร้อมเพย์ช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจมีค่าเฉลี่ยมาก รองลงมา คือ การให้บริการพร้อมเพย์เพิ่มประสิทธิภาพในระบบภาษี ลดภาระการจัดเก็บเอกสารด้าน และมีเครื่องมือ อุปกรณ์ ในบริการพร้อมเพย์ ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีระบบความปลอดภัยในการดูแลเมื่อข้อมูลผิดพลาดบริการพร้อมเพย์ ด้านความน่าเชื่อถือ ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การบริการพร้อมเพย์ช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ การให้บริการพร้อมเพย์เพิ่มประสิทธิภาพในระบบภาษี ลดภาระการจัดเก็บเอกสาร

ด้าน และมีเครื่องมือ อุปกรณ์ ในบริการพร้อมเพย์ ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีระบบความปลอดภัยในการดูแลเมื่อข้อมูลผิดพลาดบริการพร้อมเพย์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการให้บริการพร้อมเพย์ประโยชน์จากการใช้บริการพร้อมเพย์ใดๆ ก็โอนเงินมาให้เราได้โดยไม่ต้องถามเลขที่บัญชีธนาคาร จึงสะดวกและรวดเร็ว และสามารถรับเงินจากภาครัฐเข้าบัญชีได้โดยตรงด้วยเลขประจำตัวประชาชน จึงทำให้ด้านความปลอดภัยด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็วพบว่า ทำให้การบริหารจัดการเงินสดและเช็ค บริหารเงินได้สะดวกคล่องตัวมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการเปิดช่องบริการให้กับลูกค้าที่ละเบียนพร้อมเพย์ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การใช้บริการพร้อมเพย์ช่วยลดภาระในการจัดทำ จัดส่ง และจัดเก็บใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมิตส์ชฌกร (2550, หน้า 95-97) กล่าวถึงลักษณะของการบริการที่ดี ไว้ว่า ธุรกิจหลายแห่งประสบความสำเร็จในการให้บริการ เพราะผู้บริหารมีหลักการให้บริการกำหนดไว้เป็นกรอบหรือแนวทางปฏิบัติของพนักงาน ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น พบว่า การใช้บริการพร้อมเพย์ลดความเสี่ยงจากการพกพาเงินสด หรือส่งมอบเงินสดได้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ใช้บริการพร้อมเพย์สามารถตรวจสอบรายการย้อนหลัง และ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ รู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าได้รับบริการที่ดี

การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ จำแนกตาม อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ พบว่า ลูกค้าธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาพาราไดซ์ พาร์ค ที่มีต่อการใช้บริการพร้อมเพย์ ที่อายุ รายได้ สถานภาพ และอาชีพ แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการพร้อมเพย์ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นระดับการศึกษา และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฟ่อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการจากธนาคาร กรุงเทพ สาขาดอนหัวฟ่อที่มีอาชีพและความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพ การให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา พบว่าด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นควรเพิ่มการให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ
2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการให้บริการควบคู่กันด้วย

เอกสารอ้างอิง

ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฟ่อ จังหวัดชลบุรี* วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ:

บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศลกุล. (2549). **เทคนิคการสร้างระบบบริการให้เป็นเลิศ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ยุทธพงษ์ กัยวรรณ. (2543). **พื้นฐานการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

สมิต สัมภูกร. (2550). **ศิลปะการให้บริการ**. กรุงเทพฯ: สายธาร.

อดิษฐ์ ครุฑเดชะ. (2551). **คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานิคมอุตสาหกรรม
แหลมฉบัง (เขตประกอบการเสรี 2) จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร
รองศาสตราจารย์. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

อำนวยการ มณีงาม. (2542). **ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกการฝากเงินและอื่นๆ จากธนาคารใน
เขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง**.

บทบาทของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือสัญชาติเมียนมา ลาว และกัมพูชาในประเทศไทย

THE CHARACTER OF BURMESE LAO AND CAMBODIAN UNSKILL FOREIGN WORKERS EMPLOYMENT AGENCY IN THAILAND

ภัทศา ลิ้มพานิชภักดิ์^{1*}

กิริยา กุลกลการ^{**}

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือสัญชาติเมียนมา ลาว และกัมพูชาในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงบทบาทและความสำคัญของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวต่อนายจ้าง แรงงานต่างด้าว สังคม และประเทศต้นทางในกระบวนการนำเข้าแรงงานต่างด้าวตามระบบ MOU ระบบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับ ควบคุม ดูแลสำหรับการประกอบธุรกิจการนำเข้าแรงงานต่างด้าว และช่องทางการแสวงหาประโยชน์ของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าว และผู้ที่เกี่ยวข้องที่เกิดจากปัญหาของระบบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจการนำเข้าแรงงานต่างด้าว

สำหรับวิธีศึกษา (methodology) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) แบ่งเป็น ส่วนที่ 1 จากการค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น หนังสือ งานวิจัย และข้อกฎหมาย และส่วนที่ 2 จากการเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ด้วยวิธีการเลือกตัวแทนของกลุ่มโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) แบบเจาะจง (purposive sampling) หรือแบบใช้วิจารณญาณ (judgment sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยนายจ้าง บริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าว แรงงานต่างด้าว เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง บริษัทจัดหางานของประเทศต้นทาง นักวิชาการ และ องค์กรพัฒนาเอกชน: NGOs (non-governmental Organizations)

ผลการศึกษาพบว่า กรณีที่ 1 นายจ้างขนาดกลางหรือใหญ่ มีการว่าจ้างนำเข้าแรงงานต่างด้าว เพื่อจัดหาแรงงานให้ เนื่องจากนายจ้างไม่มีเวลาศึกษาขั้นตอนและกฎระเบียบ โดยนายจ้างได้รับบริการที่ดีจากบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าว เนื่องจากมีการทำสัญญาว่าจ้างอย่างเป็นระบบ ซึ่งหากบริษัทนำเข้าฯ ละเมิดข้อสัญญาสามารถฟ้องร้องในคดีอาญาได้ แต่เสียค่าบริการสูงเกินไป กรณีที่ 2 นายจ้างขนาดเล็ก จะพยายามนำเข้าแรงงานต่างด้าวด้วยตนเอง แม้ว่าขั้นตอนจะยุ่งยาก มีรายละเอียดมากและใช้เวลารอคอยนานก็ตาม เนื่องจากไม่ยอมเสียค่าบริการ

บทบาทและความสำคัญที่มีต่อแรงงานต่างด้าว พบว่า บริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวมีส่วนในการดูแลแรงงานต่างด้าวให้ได้รับความเป็นธรรมจากนายจ้าง โดยบริษัทนำเข้าแรงงานฯ จะคอยช่วยเหลือ ดูแลให้แรงงานได้รับค่าจ้างและสวัสดิการต่างๆ ตามที่ได้ตกลงกันไว้ก่อนเดินทางมาทำงานในประเทศไทย เช่น ที่พัก ค่าทำงานล่วงเวลา วันหยุดและประกันสังคม รวมทั้งมีการจัดอบรม และจัดส่งแรงงานกลับประเทศต้นทางเมื่อครบอายุสัญญาจ้างงานด้วย

^{1*} สาขาวิชานิติศาสตรบัณฑิตการค้ำระหว่างประเทศ คณะนิติศาสตร์ และ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

^{**} Ph.D. (University of Wisconsin-Madison), USA Associate Professor Dr. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สำหรับบทบาทที่มีต่อประเทศต้นทาง พบว่า บริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวมีการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นสมาคม คือ สมาคมการค้าผู้นำเข้าและให้บริการแรงงานต่างด้าว (Migrant Workers Import and service Trade Association) ที่มีการร่วมบริจาคเงินและให้ความช่วยเหลือประเทศต้นทางในภาวะต่างๆ ที่ประเทศต้นทางต้องการความช่วยเหลือ

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีระบบกฎหมายควบคุม กำกับและดูแลให้บริษัทนำเข้าฯ ดำเนินกิจการให้เป็นไปอย่าง เป็นธรรมทั้งกฎหมายภายในประเทศ และพันธกรณีระหว่างประเทศ แต่พบว่า ยังมีนายจ้างจำนวนมากไม่น้อยที่ถูกบริษัท นำเข้าแรงงานต่างด้าวหลอกลวง เนื่องจากไม่มีกลไกตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ ประวัติการให้บริการของบริษัท ฯ และไม่มีข้อกำหนดค่าบริการนำเข้าแรงงานไว้อย่างเป็นทางการ ตลอดจนไม่มีกลไกรับเรื่องร้องเรียนกรณีที่นายจ้างถูกละเมิดข้อสัญญาที่เข้าถึงง่ายและมีประสิทธิภาพ ทำให้มีบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าว และผู้แอบอ้างไม่หวังดีเข้ามา แสวงหาประโยชน์ในทางมิชอบจากนายจ้างและแรงงานต่างด้าว

คำสำคัญ: บทบาท, บริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าว, ช่องทางการแสวงหาประโยชน์, พระราชกำหนดการบริหารจัดการ การทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2560 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2561

Abstract

The research topic is about “The character of Burmese Lao and Cambodian unskill foreign workers employment agency in Thailand.” The objectives were : 1) to study the character and importance of the unskill foreign workers employment agency to bring foreign workers to the employer of the process of importing foreign workers, such as facilitating saving and do on duty and responsibility of the unskill foreign workers employment agency to the import of foreign workers under the MOU. 2) to study the problem of legal regulation of importing foreign workers. 3) To study the unlawful exploitation of the unskill foreign workers employment agency to bring the alien to work from problem of legal regulation of importing foreign worker

This research was a survey research by depth-interviews were conducted interviews non-probability sampling or purposive sampling or judgment sampling to in accordance with the objectives of the study such as employers, foreign workers, unskill foreign workers employment agencies, government staffs and NGOs.

The research results case 1: SME employers showed that importing fee is expensive for SME employers so they cannot be hired and do not pay attention but they will be done by oneself. Case 2: Large employers showed that agency can reduce the burden on recruiting workers. Take care of documents, provide accommodation, training and return workers to the employer’s country. Employers are comfortable but the service fee is so high.

The character for unskill foreign workers that the agency can help to take care the workers to get fairness from employers such as wages, welfare.

The character for country of origin that the agency will help with donations on various occasions such as floods, disasters.

Now a day, there are some employers are fraudulent. Because the unskill foreign workers importing process cannot investigate and monitor the effectiveness of the service's agency. No standard and fair of service fee's agency and measures to take the complaint if employers have be violated contract.

So Ministry of Labour should arrange or create the measures for protecting of these problems.

Keywords: the character, Burmese Lao and Cambodian unskill foreign workers employment agency, exploitation, the Thai royal ordinance concerning the management of foreign workers' employment.

บทนำ

การเจริญเติบโตของภาคเศรษฐกิจของประเทศไทยทำให้ภาคอุตสาหกรรมมีการจ้างงานมากขึ้น แต่เมื่อทำการสำรวจแรงงานในกลุ่มงานประเภทไร้ฝีมือ กลับพบว่าแรงงานที่ถูกจ้างงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานเพื่อนบ้าน คือแรงงานสัญชาติเมียนมา ลาว และกัมพูชาที่เดินทางเข้ามาทำงานในประเทศไทยอย่างผิดกฎหมาย แทนที่แรงงานเหล่านั้นจะเป็นแรงงานสัญชาติไทย ประเทศไทยกำลังประสบปัญหาภาวะความขาดแคลนแรงงานประเภทไร้ฝีมืออย่างรุนแรง ทำให้ตลาดแรงงานไร้ฝีมือมีอุปสงค์แรงงานจำนวนมาก จึงเป็นผลให้มีการเคลื่อนย้ายเข้าประเทศของแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมืออย่างผิดกฎหมายและมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบัน ประเทศไทยมีนโยบายผ่อนผันการทำงานของแรงงานต่างด้าวสัญชาติเมียนมา ลาวและกัมพูชา โดยอนุญาตให้แรงงานต่างด้าวสัญชาติดังกล่าวทำงานในประเทศไทยได้เป็นการชั่วคราว และมีการอนุญาตให้นายจ้างสามารถนำเข้าแรงงานต่างด้าวรายใหม่มาทำงาน เพื่อใช้ทดแทนแรงงานไทยในกิจการที่ขาดแคลนได้ โดยเฉพาะกลุ่มงานประเภท 3 ส คือ งานสกปรก (dirty job) งานเสี่ยงอันตราย (dangerous job) และงานแสนลำบาก (demanding หรือ difficult job) เนื่องจากแรงงานไทยไม่นิยมทำงานประเภทนี้ โดยมุ่งหวังให้ประเทศไทยมีเฉพาะการใช้แรงงานต่างด้าวที่ถูกกฎหมายเท่านั้น ซึ่งจะช่วยให้สามารถกำหนดและบริหารจำนวนแรงงานต่างด้าวในประเทศไทยได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถให้ความคุ้มครองแรงงานต่างด้าวที่เข้ามางานในประเทศไทยตามหลักสิทธิมนุษยชน เพื่อยกระดับของการจัดลำดับการประเมินสถานการณ์การค้ามนุษย์ โดยเปรียบเทียบกับสถานการณ์การค้ามนุษย์ของทั่วโลกกับมาตรฐานของสหรัฐอเมริกา หรือระดับ tier ให้สูงขึ้น จึงเป็นช่องทางทำให้ภาคเอกชนได้โอกาสเข้ามาดำเนินธุรกิจนำเข้าแรงงานต่างด้าวเพื่อมาทำงานกับนายจ้างในประเทศไทย โดยจัดตั้งเป็นบริษัทนำคนต่างด้าวมาทำงานในประเทศ

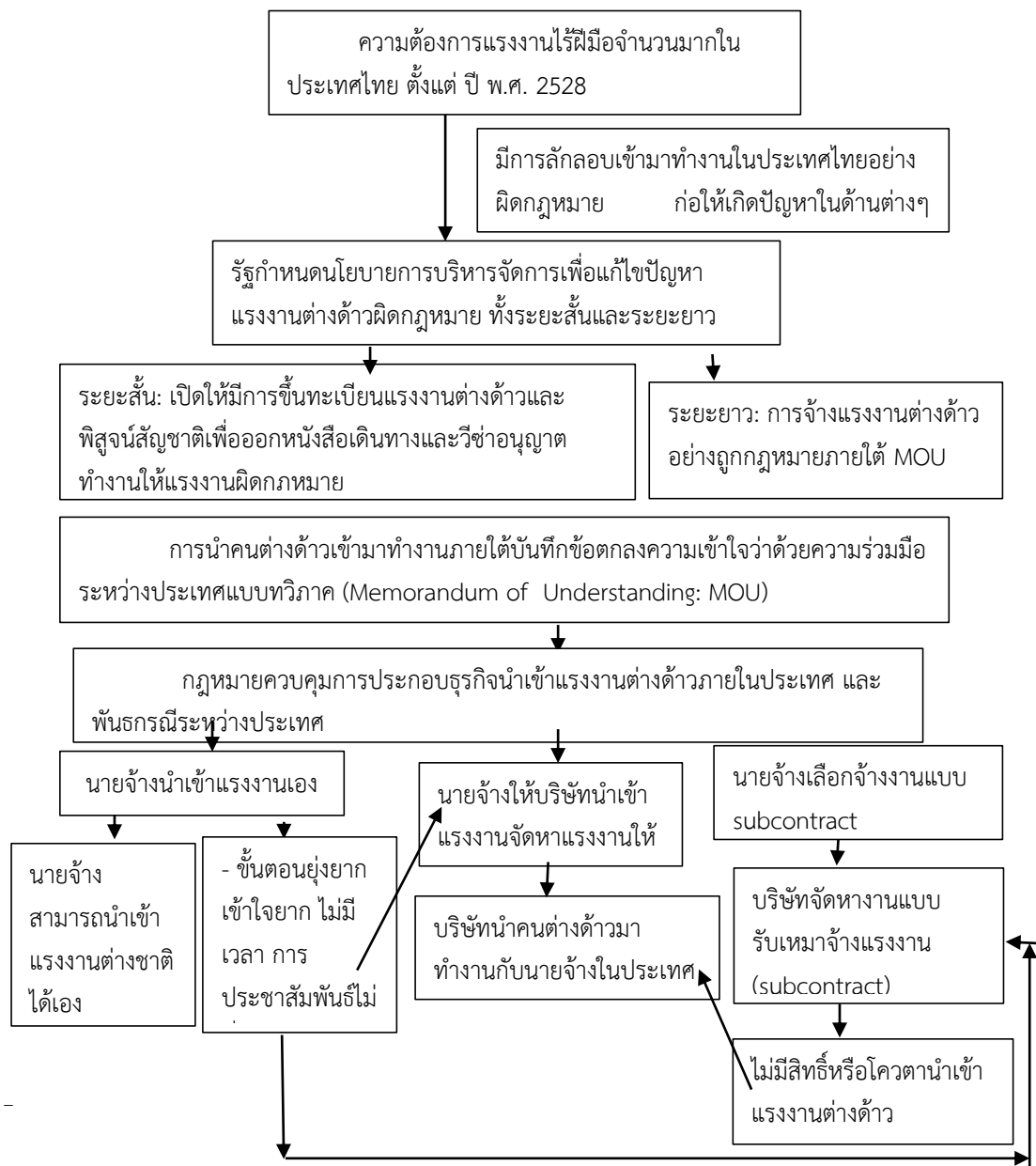
การนำเข้าแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานโดยถูกกฎหมายตามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือด้านการจ้างงานระหว่างรัฐ (Memorandum of Understanding: MOU) ตามกฎกระทรวง คือ พระราชกำหนดการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2560 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2561 ได้กำหนดให้ผู้ที่สามารถนำเข้าแรงงานได้ มีเพียง 2 ประเภทเท่านั้น คือ 1) นายจ้าง และ 2) ผู้รับอนุญาตให้นำคนต่างด้าวมาทำงานกับนายจ้างในประเทศ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งได้ว่า บริษัทนำคนต่างด้าวมาทำงานในประเทศเป็นผู้ดำเนินการนำเข้าโดยได้รับมอบอำนาจจากนายจ้าง

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ จะมุ่งทำการศึกษาถึงบทบาทของผู้รับอนุญาตให้นำคนต่างด้าวมาทำงานกับนายจ้าง ในประเทศ คือ บริษัทนำคนต่างด้าวมาทำงานในประเทศที่มีต่อนายจ้าง แรงงานต่างด้าว สังคมและประเทศต้นทาง รวมทั้งทำการศึกษาถึงปัญหาของระบบกฎหมายที่ใช้กำกับควบคุมการประกอบธุรกิจจัดหาแรงงานต่างด้าวและช่องทางการแสวงหาประโยชน์ในทางมิชอบของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวและผู้ที่เกี่ยวข้อง

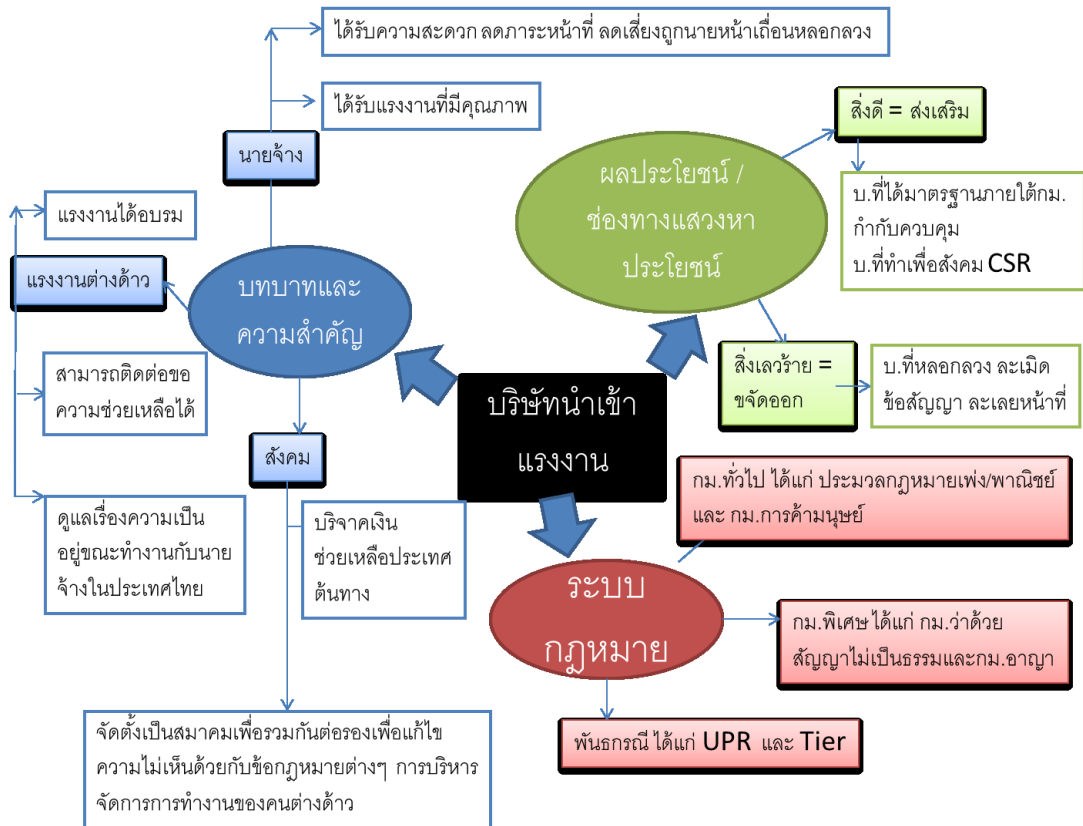
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงบทบาทและความสำคัญของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวต่อนายจ้าง แรงงานต่างด้าว สังคม และประเทศต้นทางในกระบวนการนำเข้าแรงงานต่างด้าวตามระบบMOU
2. เพื่อศึกษาถึงระบบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับ ควบคุม ดูแลสำหรับการประกอบธุรกิจการนำเข้าแรงงานต่างด้าว
3. เพื่อศึกษาถึงช่องทางการแสวงหาประโยชน์ของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าว และผู้ที่เกี่ยวข้องที่เกิดจากปัญหาของระบบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจการนำเข้าแรงงานต่างด้าว

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่มาและความสำคัญของงานวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

สำหรับวิธีศึกษา (methodology) ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 จากการค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือ เช่น หนังสือ งานวิจัย และข้อกฎหมาย เพื่อทำการศึกษารายละเอียดของการนำเข้าแรงงานตามระบบ MOU ข้อกฎหมายที่ใช้กำกับควบคุมการประกอบธุรกิจการนำเข้าคนต่างด้าวมาทำงานในประเทศ

และส่วนที่ 2 จากการเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ด้วยวิธีการเลือกตัวแทนของกลุ่มโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) แบบเจาะจง (purposive sampling) หรือแบบใช้วิจารณญาณ (judgment sampling) ซึ่งเป็นการเลือกตัวแทนของกลุ่มโดยใช้ดุลพินิจและการตัดสินใจของผู้ศึกษาเป็นหลักในการพิจารณาเลือกตัวแทนของกลุ่มแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะสอดคล้องกับงานวิจัยที่ทำการศึกษาและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย สำหรับบุคคลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นายจ้างจำนวน 2 ราย, แรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในประเทศ จำนวน 3 ราย ผู้รับอนุญาตให้นำคนต่างด้าวมาทำงานกับนายจ้างในประเทศ จำนวน 2 ราย, เจ้าหน้าที่ของกรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน จำนวน 2 ท่าน, บริษัทจัดหางานของประเทศต้นทางจำนวน 1 ท่าน, นักวิชาการ จำนวน 2 ท่าน และ NGO จำนวน 2 ท่าน เพื่อศึกษาถึงบทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบของบริษัทนำเข้าแรงงานฯ ปัญหาของระบบกฎหมายควบคุมการประกอบธุรกิจนำเข้าแรงงานต่างด้าว และช่องทางการแสวงหาประโยชน์ของบริษัทนำเข้าแรงงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

1. บทบาทและความสำคัญของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวต่อนายจ้าง แรงงานต่างด้าว สังคม และประเทศต้นทางในกระบวนการนำเข้าแรงงานต่างด้าวตามระบบMOU มีดังนี้

1.1. บทบาทและความสำคัญที่มีต่อนายจ้าง พบว่าการว่าจ้างบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวมีค่าบริการที่สูง ทำให้นายจ้างขนาดเล็กไม่สามารถว่าจ้างได้ จึงไม่ให้ความสนใจ แต่จะดำเนินการนำเข้าแรงงานด้วยตนเอง หากพิจารณาถึงบทบาทและความสำคัญของบริษัทนำเข้าแรงงานที่มีต่อนายจ้าง พบว่า บริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวสามารถช่วยลดภาระในการสรรหาคนงาน และทำให้นายจ้างได้รับความสะดวก แต่ข้อเสีย คือ มีอัตราค่าบริการสูง

1.2 บทบาทและความสำคัญที่มีต่อแรงงานต่างด้าว พบว่า บริษัทนำเข้าฯ มีส่วนในการดูแลแรงงานต่างด้าวให้ได้รับความเป็นธรรมจากนายจ้าง โดยบริษัทคอยช่วยเหลือ ดูแลแรงงานจะได้รับค่าจ้าง และสวัสดิการต่างๆ ตามที่ได้ตกลงกันไว้ในสัญญาจ้างงานก่อนเดินทางมาทำงานในประเทศไทย เช่น ที่พัก ค่าทำงาน ล่วงเวลา วันหยุดและประกันสังคม รวมทั้งให้การจัดอบรม และจัดส่งแรงงานกลับประเทศต้นทางเมื่อครบอายุสัญญาจ้างงานด้วย

1.3 บทบาทและความสำคัญที่มีต่อประเทศต้นทาง พบว่า บริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวมีการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นสมาคม คือ สมาคมการค้าผู้นำเข้าและให้บริการแรงงานต่างด้าว (Migrant Workers Import and service Trade Association) ที่มีการร่วมบริจาคเงินและให้ความช่วยเหลือประเทศต้นทางในวาระต่างๆ ที่ประเทศต้นทางต้องการความช่วยเหลือ เช่น ร่วมบริจาคเงินช่วยเหลือประเทศเมียนมาเมื่อครั้งเกิดอุทกภัย ปี 2561 เป็นต้น

2. สำหรับระบบกฎหมายที่ใช้กำกับ ควบคุมการประกอบธุรกิจการนำเข้าแรงงานต่างด้าว พบว่าประเทศไทยมีระบบกฎหมายที่ใช้กำกับ ควบคุมการประกอบธุรกิจนำเข้าแรงงานต่างด้าวที่ดี มีความสมบูรณ์ คือ มีทั้งกฎหมายภายในประเทศ คือ พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการค้ามนุษย์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558 พระราชกำหนดการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2560 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2561 พระราชบัญญัติคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522 (แก้ไขใหม่ 2561) ฯลฯ และพันธกรณีระหว่างประเทศ คือ ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (universal Declaration of Human Rights) รายงานสถานการณ์การค้ามนุษย์ (Trafficking in Persons Report: TIP Report) กระบวนการ Universal Periodic Review (UPC) เป็นต้น แต่ปัญหาที่พบเกี่ยวกับระบบกฎหมาย จะเป็นเรื่องการบังคับใช้กฎหมาย รวมทั้งการละเลยหรือทำละเมิดของเจ้าหน้าที่ภาครัฐหรือผู้มีอำนาจใช้กฎหมายเป็นส่วนใหญ่

3. สำหรับช่องทางการแสวงหาประโยชน์ของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าว พบว่า เป็นเรื่องการทำผิดสัญญาว่าจ้าง หรือการหลอกลวงนายจ้างที่ไม่รู้กฎหมายของพนักงานบริษัทฯ ที่ฉวยโอกาสช่วงที่มีการปราบปรามการใช้แรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย นอกจากนี้กระบวนการนำเข้าแรงงานต่างด้าวตามระบบMOU ยังขาดกลไกรับเรื่องร้องเรียน ในกรณีที่นายจ้างถูกบริษัทนำเข้าฯ ละเมิดข้อสัญญา และยังไม่มีการจัดอันดับบริษัทนำเข้าแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญ ให้บริการดีและมีค่าบริการที่ถูก รวมทั้งขาดการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้จากหน่วยงานภาครัฐ

อภิปรายผล

บริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวมีบทบาทหรือความสำคัญสำหรับนายจ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งนายจ้างขนาดใหญ่ ช่วยให้บริษัทได้รับความสะดวก มีแรงงานสำหรับทำงานในสถานประกอบการ จึงถือได้ว่าบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวเป็นธุรกิจที่มีความจำเป็นและความสำคัญต่อสังคม ดังนั้นธุรกิจนี้จึงควรได้รับการ ควบคุม กำกับ ดูแล และส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ แต่ปัจจุบัน พบว่ากระบวนการนำเข้าแรงงานต่างด้าวด้วยระบบนายหน้าหรือบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าว (ภาคเอกชน) ยังขาดการเข้ามาดูแล ส่งเสริมอย่างใกล้ชิดจากหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ปัจจุบันเกิดการแสวงหาประโยชน์ในทางมิชอบทั้งจากนายหน้าเถื่อน เจ้าหน้าที่ตำรวจ หรือบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวเอง เช่น การไม่มีกลไกตรวจสอบการให้บริการของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าว การไม่ได้กำหนดอัตราค่าบริการกลางของบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าว มีการทุจริต รับสินผลของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ การขาดกลไกรับเรื่องร้องเรียนสำหรับนายจ้างที่ถูกละเมิดข้อสัญญา และการไม่มีมาตรการปรามปราบนายหน้าเถื่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนายหน้าต่างด้าวที่มีอยู่ในกระบวนการ อีกทั้งขั้นตอนการนำเข้าแรงงานต่างด้าวมีความยุ่งยาก หลายขั้นตอนอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. การขาดกลไกรับเรื่องร้องเรียนสำหรับนายจ้างและแรงงานต่างด้าวที่มีประสิทธิภาพ หากถูกบริษัทนำเข้าแรงงานต่างด้าวทำผิดสัญญา

กระทรวงแรงงานควรสร้างกลไกนี้ ด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น แอปพลิเคชัน (application) ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสายด่วน (hot line) ที่ทำให้นายจ้าง/สถานประกอบการสามารถเข้าถึงกลไกรับเรื่องร้องเรียนนี้ได้ง่าย และติดตามผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ควรทำให้เกิดการแข่งขันด้านการให้บริการที่ดี ความซื่อสัตย์ และค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม เพื่อจะได้มีแต่บริษัทนำเข้าฯ ที่มีประสิทธิภาพในตลาด

กระทรวงแรงงานควรสร้างวิธีการนี้ขึ้นมา ด้วยการขอความร่วมมือกับองค์กรอิสระทำการสำรวจและจัดอันดับบริษัทนำเข้าฯ ที่มีจำนวนเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุดไปถึงมากที่สุด และประชาสัมพันธ์ให้นายจ้างทราบอย่างทั่วถึงเพื่อให้นายจ้างได้ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเข้าฯ

3. กระทรวงแรงงานควรกำหนดค่าใช้จ่ายการนำเข้าแรงงานต่างด้าวแต่ละสัญชาติที่บริษัทนำเข้าฯ สามารถเรียกรับจากนายจ้างอย่างถูกต้องและชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับงานศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงบทบาทหน้าที่ และความสำคัญของการมีบริษัทนำคนต่างด้าวมาทำงานในประเทศเพื่อเป็นตัวกลางในการช่วยนายจ้างดำเนินการจัดหาแรงงานต่างด้าวให้เท่านั้น ซึ่งในความเป็นจริงแล้วยังมีบริษัทรับเหมาช่วงแรงงานหรือบริษัท subcontract ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดหาแรงงานต่างด้าวให้กับนายจ้างด้วย ซึ่งถึงแม้ว่าในปัจจุบัน พ.ร.ก.การบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว (แก้ไขใหม่) พ.ศ. 2561 ได้ประกาศห้ามมิให้บริษัท subcontract นำเข้าหรือว่าจ้างแรงงานต่างด้าวแล้วก็ตาม แต่เนื่องจากปัจจุบันนายจ้าง/สถานประกอบการหลายแห่งไม่ได้จ้างแรงงานสำหรับทำงานในหลายประเภทด้วยการจ้างเป็นพนักงานประจำในสถาน

ประกอบการของตน เช่น งานรักษาความสะอาด งานรักษาความปลอดภัย งานซ่อมบำรุงอาคาร เป็นต้น ดังนั้น บริษัท subcontract จึงยังมีบทบาทต่อกระบวนการจัดหาแรงงานต่างด้าวเพื่อใช้ในทางธุรกิจหลายๆ ธุรกิจ ดังที่พบเห็นได้บ่อยในปัจจุบัน

ดังนั้น ผู้ทำการศึกษาจึงมีความคิดเห็นว่า สำหรับงานศึกษาที่สามารถศึกษาต่อไปได้จากงานศึกษารั้วนี้ คือ การศึกษาถึงความจำเป็นของการมีส่วนร่วมของบริษัท subcontract ในการดำเนินการจ้างแรงงานต่างด้าวเพื่อใช้สำหรับงานหลายประเภทที่กำลังแคลนขาดแรงงานไทย ว่าสามารถควรจะให้มีส่วนร่วมอย่างน้อยเพียงใด ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นหากไม่มีการแก้ไขพ.ร.ก.การบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว (แก้ไขใหม่) พ.ศ. 2561 ให้บริษัท subcontract สามารถนำเข้าหรือว่าจ้างแรงงานต่างด้าวได้ อะไรที่ควรจะเป็นสิ่งเพิ่มเติม หาก พ.ร.ก.การบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว (แก้ไขใหม่) พ.ศ. 2561 ถูกแก้ไขและอนุญาตให้บริษัท sub contact เป็นส่วนหนึ่งของการนำเข้าหรือว่าจ้างแรงงานต่างด้าวได้

เอกสารอ้างอิง

1. หนังสือ

กฤตยา อาชวนิจกุล. (2546). **สถานะความรู้เรื่องแรงงานข้ามชาติในประเทศไทย (พิมพ์ครั้งที่ 1)**. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร.

สุภางค์ ฉันทวานิช, เปรมใจ วังศิริไพศาล และสมาน เหล่าดำรงชัย. (2550). **กรอบการปฏิบัติการจ้างแรงงานอพยพอย่างถูกกฎหมาย การนำคนต่างด้าวเข้ามาทำงานอย่างถูกกฎหมายตามบันทึกความเข้าใจระหว่างประเทศ (Memorandum of Understanding: MOU)**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สถาบันเอเชียศึกษา, ศูนย์การวิจัยการย้ายถิ่นแห่งอาเซียน.

สำนักงานแรงงานระหว่างประเทศ. (2550). **มาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิแรงงานข้ามชาติ: แนวทางสำหรับผู้กำหนดนโยบายและผู้ปฏิบัติในเอเชียและแปซิฟิก (พิมพ์ครั้งที่ 1)**. กรุงเทพมหานคร.

2. เอกสารจากเว็บไซต์เว็บบ (www.)

สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว, **กฎหมายว่าด้วยการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว**. (Online).

Available:

[https://www.doe.go.th/prd/alien/law/param/site/152/cat/102/sub/0/pull/category/view/list-label \(2561, พฤศจิกายน 18\)](https://www.doe.go.th/prd/alien/law/param/site/152/cat/102/sub/0/pull/category/view/list-label (2561, พฤศจิกายน 18)).

3. การสัมภาษณ์

ปิยะวรรณ. (2561, กรกฎาคม, 14) นายจ้างรายที่ 1 จ.กาญจนบุรี (ทางโทรศัพท์). สัมภาษณ์.

อาร์ม. (2561, กรกฎาคม, 9) นายจ้างรายที่ 2 (ณ สถานประกอบการ จ.นนทบุรี). สัมภาษณ์.

ปลาย. (นามสมมุติ) (2561, สิงหาคม, 13) แรงงานต่างด้าวสัญชาติลาวรายที่ 1 (ณ สถานประกอบการของนายจ้าง จ.นนทบุรี). สัมภาษณ์.

พร. (นามสมมุติ) (2561, มิถุนายน, 27) แรงงานต่างด้าวสัญชาติกัมพูชารายที่ 2 (ณ กรมการจัดหางาน เขตดินแดง). สัมภาษณ์.

สะลอบึง. (2561, มิถุนายน, 27) แรงงานต่างด้าวสัญชาติกัมพูชารายที่ 3 (ณ กรมการจัดหางาน เขตดินแดง). สัมภาษณ์.

ตัวแทนบริษัทจัดหางานของประเทศลาว. (2561, มิถุนายน, 20) (แอปพลิเคชันไลน์). สัมภาษณ์.

ผู้อำนวยการกองทะเบียนจัดหางานกลางและคุ้มครองคนหางาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน (2561, มิถุนายน, 2-3) เจ้าหน้าที่ภาคีรัฐท่านที่ 1 (ณ งานประชุมเสวนาจ้างแรงงานต่างด้าวอย่างไร ไม่ผิดกฎหมาย จัดดำเนินการโดยภาคีผู้ประกอบการแรงงานต่างด้าว). สัมภาษณ์.

หัวหน้าฝ่ายคณะกรรมการบริหารแรงงานต่างด้าวหลบหนีเข้าเมือง สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน (2561, มิถุนายน, 2-3) เจ้าหน้าที่ภาคีรัฐท่านที่ 2 (ณ งานประชุมเสวนาจ้างแรงงานต่างด้าวอย่างไร ไม่ผิดกฎหมาย จัดดำเนินการโดยภาคีผู้ประกอบการแรงงานต่างด้าว). สัมภาษณ์.

รศ.ดร. พันธุ์ทิพย์ กาญจนะจิตรา สายสุนทร. (2561, กันยายน, 20) นักวิชาการด้านกฎหมาย (ณ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยาเขตท่าพระจันทร์). สัมภาษณ์.

รศ.ดร. กิริยา กุลกลการ. (2561, กันยายน, 17) นักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์ (ณ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยาเขตท่าพระจันทร์). สัมภาษณ์.

สมพงศ์ สระแก้ว . (2561, มิถุนายน, 2-3) องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) (ณ งานประชุมเสวนาจ้างแรงงานต่างด้าว อย่างไม่ผิดกฎหมาย จัดดำเนินการโดยภาคีผู้ประกอบการแรงงานต่างด้าว). สัมภาษณ์.

อดิศร เกิดมงคล. (2561, มิถุนายน, 2-3) องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) (ณ งานประชุมเสวนาจ้างแรงงานต่างด้าว อย่างไม่ผิดกฎหมาย จัดดำเนินการโดยภาคีผู้ประกอบการแรงงานต่างด้าว). สัมภาษณ์.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่
ANTECEDENTS AND CONSEQUENCE OF JOB SATISFACTION OF EMPLOYEE IN
GOVERNMENT SAVINGS BANK (HEADQUARTER)

นवल ลี้เจริญ*
ชวนชื่น อัครกะวิชิชา**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ โดยศึกษาจาก พนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ จำนวน 393 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน ด้านพฤติกรรมผู้นำ ด้านการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและด้านค่าตอบแทนอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า ความพึงพอใจในการทำงาน และ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมผู้นำ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และ ค่าตอบแทน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ และความพึงพอใจในการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้นำ, การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน, ค่าตอบแทน, ความพึงพอใจในการทำงาน, ประสิทธิภาพในการทำงาน

Abstract

This research aims to examine the effective factors with Job satisfaction and Job performance of Government Savings Bank (headquarter) employee. By a questionnaire was deployed to 393 employees. The percentage, Frequencies, Mean, Standard deviation, Pearson's product-moment correlation and Regression analysis are used to analyze and Path Analysis.

The results showed that of the samples. As women majority were 274 persons was 69.7% are between 21-30 years old and were 168 persons equal to 42.7%, marital status 264 persons equal to 67.2%, The education level of Bachelor degrees 311 persons equal to 79.1%, income are between equal to 15,001 – 35,000 bath per month 275 persons equal to 70%. And the operator employees 311 persons was 79.1% had 1-3 years of experience 168 persons equal to 42.7%, In addition, the results showed that. Leadership behaviors, Colleagues respecting, Compensation have a positive effect on job satisfaction of employees, savings bank, head office, and job satisfaction have a positive effect on work efficiency.

Keywords : Leadership Behavior, Colleagues Respecting, Compensation, Job Satisfaction, Job Performance

*นักศึกษานิเทศศาสตร์ สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ความพึงพอใจต่อบุคลากรจะทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นและช่วยสร้างความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะไปสู่สายตาบุคคลภายนอก

การได้ยอมรับจากเพื่อนร่วมงานมีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน เนื่องจากการที่บุคคลรับรู้ว่าตนได้รับการให้คุณค่าในเรื่องส่วนบุคคล ศักดิ์ศรีในการทำงานมีการปฏิบัติอย่างให้เกียรติและเป็นไปตามความคาดหวังของสังคมจากผู้ปฏิบัติงานร่วมกันและองค์การเดียวกัน ชัยพร วิชาวุธ (2530) กล่าวว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นพฤติกรรมปฏิสัมพันธ์โต้ตอบระหว่างบุคคล มนุษย์อยู่เป็นสังคม การกระทำของมนุษย์แต่ละคนจึงสัมพันธ์กับการกระทำของคนอื่นๆในสังคม เกิดขึ้นทันทีเมื่อการกระทำของคนหนึ่งมีผลกระทบต่อผลกระทบที่อีกคนหนึ่งจะได้รับ กฤษณา ศักดิ์ศรี (2534) กล่าวถึงความหมายของความสัมพันธ์ว่า ความสัมพันธ์เป็นความเกี่ยวข้องของมนุษย์ที่มีต่อกัน โดยทางตรงและทางอ้อม มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีความสามัคคีกัน ยอมรับนับถือ ตลอดจนการปฏิบัติตนให้อยู่ในกรอบของสถาบันและวัฒนธรรมเดียวกัน มีการสืบทอดเจตนารมณ์ จนเกิดเป็นสังคมขึ้น

ผู้ศึกษาเห็นว่าหากทำการศึกษาปัจจัยที่ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานและนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อแนวทางในการสร้างประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ในการให้สิ่งจูงใจในการทำงานแก่พนักงาน เพื่อให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจในงาน ซึ่งมีทั้งสิ่งจูงใจในทางบวก สิ่งจูงใจในทางลบ สิ่งจูงใจที่เป็นตัวเงิน ค่าตอบแทน และสิ่งจูงใจที่ไม่ใช่เงิน พฤติกรรมผู้นำและการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานการวิจัย

พฤติกรรมผู้นำ

ผู้นำ คือ บุคคลที่ได้รับแต่งตั้งหรือได้รับการยกย่องให้เป็นหัวหน้าและมีอำนาจตัดสินใจเป็นผู้มีศิลปะในการปกครองบังคับบัญชา ได้รับความไว้วางใจและเชื่อใจอย่างเต็มที่อีกทั้งยังได้รับความเคารพนับถือ ความร่วมมือจากผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างแท้จริง กิติ ตยัคคานนท์ (2534) บุคลิกของผู้นำเป็นคุณลักษณะพิเศษที่มีเฉพาะในบางคนเท่านั้น เช่นลักษณะและจังหวะของการพูด ที่แสดงถึงมีความมั่นใจในตัวเองโดยไม่ต้องพูดโอ้อวด หรือยกตนข่มท่าน ดังนั้นพฤติกรรมผู้นำจึงหมายถึง การกระทำใดๆ ที่แสดงถึง ความสามารถในการนำบุคคลอื่น ๆ ด้วยการจูงใจ หรือใช้อิทธิพลให้ผู้อื่นกระทำตามที่ต้องการด้วยความ เต็มใจ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ สามารถขจัดปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นได้ สุภาสินี เพชรกระจ่าง (2559) โดยใช้ ความรู้ ทักษะในการสื่อสาร วิสัยทัศน์ และสติปัญญา

การศึกษานี้ของมหาวิทยาลัยมิชิแกน (University of Michigan Studies) ได้จำแนกพฤติกรรมภาวะผู้นำ เป็น 2 แบบ คือพฤติกรรมผู้นำ แบบมุ่งคนหรือพนักงาน กับพฤติกรรมผู้นำ แบบมุ่งผลผลิตหรืองาน Robbins อ้างถึงใน เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์ (2540)

1) พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งคนหรือพนักงาน (Employee-centered Leader Behavior) ผู้นำแบบนี้จะสนใจความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จะช่วยให้ผู้ตามมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการกำหนดเป้าหมาย มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการทำงานสร้างความเชื่อถือและศรัทธาในการทำงานให้ความสนใจในความเจริญก้าวหน้าของผู้ตาม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับผลผลิตขององค์การและความพึงพอใจต่อการทำงานในระดับสูง

2) พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งผลผลิตหรืองาน (Production-centered Leader Behavior) ผู้นำแบบนี้จะสร้างมาตรฐานในการทำงานกำกับดูแลการทำงานอย่างใกล้ชิด เพื่อให้งานของกลุ่มบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมองว่าบุคคลเป็นเพียงปัจจัยที่ทำให้งานสำเร็จเท่านั้น ผลจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า พฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งคนหรือพนักงานมีประสิทธิภาพกว่า เพราะบุคคลเต็มใจและพอใจทำงานด้วยความกระตือรือร้น ผลผลิตจึงสูงขึ้น ส่วนพฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งผลผลิตหรืองานนั้นจะมีผลตรงข้าม คือ ทำให้ความพอใจที่จะทำงานลดลง ผลผลิตจึงน้อยลง

พฤติกรรมผู้นำและความพึงพอใจในการทำงาน

ความพึงพอใจในการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่องานที่ปฏิบัติ ซึ่งเกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งในด้านวัตถุและด้านจิตใจ (เรณู สุขฤกษ์กิจ (2554) และความหมายของความพึงพอใจในการทำงานว่าหมายถึงทัศนคติในเชิงบวกของบุคคลที่มีต่องานและองค์ประกอบต่างๆ ภายในองค์กร เช่น สวัสดิการค่าตอบแทน สภาพแวดล้อมในการทำงาน เป็นต้น ซึ่งจะทำให้บุคคลความเต็มใจที่จะปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นผลดีต่อองค์กรในการบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ Yoder (1958)

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตามในลักษณะการใช้อิทธิพลของผู้นำหรือตำแหน่งภายใต้สถานการณ์หนึ่งๆ ก่อให้ผู้ตามหรือกลุ่มเกิดความเชื่อมั่นศรัทธา และเกิดแรงจูงใจให้ปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจยินดีที่จะให้ความร่วมมือในการปฏิบัติภารกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

จากวรรณกรรมที่ผ่านมา ประสงค์ เลหาพะพงษ์ (2546) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้นำของผู้บริหารด้านพฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งงานและพฤติกรรมผู้นำแบบมุ่งสัมพันธ์ พนักงานบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 337 คน ผลศึกษาการพบว่า พฤติกรรมผู้นำของผู้บริหารบริษัทแบบมุ่งงาน และแบบมุ่งสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริษัท โดยภาพรวมและรายด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นในการศึกษานี้จึงตั้งสมมติฐานว่า

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมผู้นำ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

การยอมรับนับถือ และความพึงพอใจในงาน

การยอมรับนับถือว่า หมายถึง การให้ความสนใจและการปฏิบัติอย่างเอาใจใส่และจริงจังต่อบุคคลอื่น Dillon (1992) การได้รับการยอมรับนับถือ คือการได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชาจากเพื่อนจากผู้มาขอรับคำปรึกษาหรือจากบุคคลในงานด้วยกัน การยอมรับนับถือจะอยู่ในรูปของการยกย่องชมเชย แสดงความยินดี การให้กำลังใจหรือการแสดงออกอื่น ๆ ที่สื่อให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถเมื่อได้ทำงานอย่างใดอย่างหนึ่ง บรรลุผลสำเร็จการยอมรับนับถือจะแฝงอยู่กับความสำเร็จในงานด้วย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542)

การยอมรับในสังคมหรือการเข้าพวกเข้าหมู่ ความต้องการของมนุษย์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ ต้องการที่จะให้สังคมยอมรับตนเข้าเป็นสมาชิกรวมอยู่ด้วยหรือต้องการเข้าพวกเข้าหมู่และมีส่วนร่วมในกิจการต่าง ๆ เมื่อคนเรามีความรู้สึกว่าสังคมหรือหมู่คณะยอมรับก็จะเกิดความภาคภูมิใจ รู้สึกประทับใจและจะรักษาผลประโยชน์ของสังคมหรือหมู่คณะไว้ เพื่อนร่วมงาน สัมพันธภาพที่ดีในที่ทำงานจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความสุขในการทำงาน และนำไปสู่ความพึงพอใจในการทำงาน

จากงานวิจัยของ เชนิญา กิจระการ (2532) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการทำงานของนักเทคโนโลยีทางการศึกษาไทยและอเมริกันในระดับอุดมศึกษา พบว่า ตัวแปรอิสระ 4 ตัว คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการพิจารณางบประมาณ การยอมรับนับถือจากเพื่อนร่วมงาน และการยอมรับนับถือจากผู้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของนักเทคโนโลยีทางการศึกษาไทยและอเมริกันในระดับอุดมศึกษา ดังนั้นในการศึกษานี้จึงตั้งสมมติฐานว่า

สมมติฐานที่ 2 การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

คำตอบแทนและความพึงพอใจในงาน

จากการศึกษาของ Gerhart (1992) สรุพบว่าพนักงานจะตัดสินใจความพึงพอใจในคำตอบแทนตามการบริหารนโยบายคำตอบแทนขององค์กรว่า ทำไมองค์กรกำหนดนโยบายต่างกัน และการตัดสินใจที่แตกต่างกันขององค์กรมีผลตามมาอย่างไรภายในองค์กร 4 ด้านคือ

1) นโยบายเกี่ยวกับระดับค่าตอบแทนที่องค์กรต้องตัดสินใจว่า จะมีการจ่ายค่าตอบแทนในระดับที่สูงกว่าเท่ากับ หรือต่ำกว่าตลาดการจ้างงานทั่วไป

2) นโยบายการเพิ่มค่าตอบแทน ซึ่งเกี่ยวกับการที่องค์กรตัดสินใจปรับค่าตอบแทนของพนักงานแต่ละคนแตกต่างกันอย่างไร และการตัดสินใจนโยบายการปรับเพิ่มค่าตอบแทนเกี่ยวข้องกับเวลาในการทำงานหรือผลการทำงานหรือเกณฑ์ต่าง ๆ ที่องค์กรกำหนดไว้อย่างไร

3) นโยบายโครงสร้างค่าตอบแทนเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าตอบแทนระหว่างตำแหน่งงานต่าง ๆ ตามลำดับชั้นของตำแหน่งงานภายในองค์กร

4) นโยบายที่องค์กรใช้บริหารจัดการสวัสดิการในการทำงาน

ค่าตอบแทนและผลประโยชน์ พนักงานจะเกิดความพึงพอใจเมื่อได้รับค่าตอบแทน เช่น เงินเดือน ค่าจ้าง ที่เพียงพอต่อความต้องการในการดำรงชีวิต และได้รับผลประโยชน์ ได้แก่ ค่ารักษาพยาบาล วันหยุดพักผ่อน สวัสดิการต่างๆ ที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตของตนเอง หากองค์กรสามารถจัดสรรค่าตอบแทนและผลประโยชน์ให้กับพนักงานได้อย่างเหมาะสมจะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานและต้องการทำงานในองค์กร

จากงานวิจัยของ ศุภกิตต์ กิจประพทุทธิกุล (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แบงคอกกรีซอร์ส เซ็นเตอร์ จำกัด พบว่าด้านค่าตอบแทน มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทแบงคอกกรีซอร์ส เซ็นเตอร์ จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ดังนั้นในการศึกษานี้จึงตั้งสมมติฐานว่า

สมมติฐานที่ 3 ค่าตอบแทน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

ความพึงพอใจในงานและประสิทธิภาพในการทำงาน

Millet (1954) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่มวลมนุษย์ และได้รับผลกำไรจากการปฏิบัติงานนั้น (Human satisfactory and benefit produced) ซึ่งความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการบริการให้กับประชาชน โดยพิจารณาจาก

- 1) การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable service)
- 2) การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา (Timely service)
- 3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service)
- 4) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progression service)

การทำให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานจะส่งผลให้การปฏิบัติงานของบุคลากรและองค์กรมีประสิทธิภาพตามมาด้วย เนื่องจากบุคลากรเกิดความสุขและเกิดขวัญกำลังใจจากการปฏิบัติงาน ทำให้เกิดการกระตือรือร้น มุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน จนนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างรวดเร็ว

จากงานวิจัยของ จุฑามาศ ปิยจารุลักษณ์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจและความเครียดกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัทในเครือ เจริญอักษร โฮลดิ้ง กรุ๊ป จำกัด พบว่า ความพึงพอใจในการทำงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญ จากการศึกษาครั้งนี้จึงตั้งสมมติฐานว่า

สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจในการทำงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

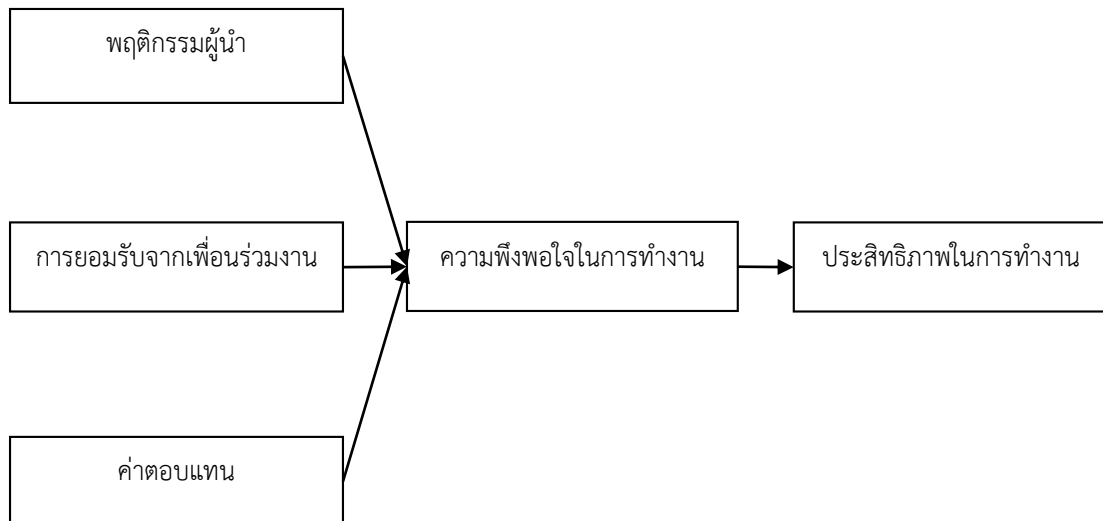
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความความพึงพอใจในการทำงาน และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

2. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมผู้นำ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน การจ่ายค่าตอบแทน ความพึงพอใจในการทำงาน ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องตามที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาคือ พนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ จำนวน 3,105 คน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ (2560)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน จำนวน 393 คน ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรของ Yamane (สูตรธรรม รัตนโชติ, 2551 : 95) พร้อมกับกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน $\pm 5\%$

$$n = \frac{3,105}{1+(3,105 \times 0.05^2)}$$

$$= 393 \text{ คน}$$

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับตำแหน่งงาน และอายุงาน ลักษณะคำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความความพึงพอใจในการทำงาน และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน ได้แก่ พฤติกรรมผู้นำ จำนวน 10 ข้อ การยอมรับจากเพื่อน

ร่วมงาน จำนวน 4 ข้อ ค่าตอบแทน จำนวน 5 ข้อ พัฒนาขึ้นโดย กัญจน์ณัฐ คงวิโรจน์ (2558), ธนวัฒน์ ชื้อสสัย (2552), นิพร สามคำ (2550)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน เป็นแบบวัดที่ใช้วัดระดับความพึงพอใจในการทำงานพัฒนาขึ้นโดย ภิญญาพัชญ์ กองคา (2559) มีข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 4 ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน เป็นแบบวัดที่ใช้วัดระดับประสิทธิภาพในการทำงานพัฒนาขึ้นโดย นิซพงศ์ ศรีมกุฎพันธ์ (2556) มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ

แบบสอบถามทั้งหมดใช้มาตราวัด 5 ระดับ ซึ่ง 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด และ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

โดยผู้วิจัยได้ทำการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) จากแบบสอบถามจำลองที่เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามมีค่า IOC มากกว่า 0.60 ทุกข้อ สำหรับการหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธี Alpha Coefficient ได้ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.94 ค่า สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient) ที่คำนวณได้ต้องมากกว่า 0.80 (ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์, 2551) ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นและผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญมาทำการปรับปรุงแก้ไขและได้ทำ Pre-test จำนวน 30 ชุด นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขและตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นแล้วมาเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในงานวิจัยนี้ประชากรที่ใช้ศึกษาคือพนักงานธนาคารออมสิน ที่ปฏิบัติงานภายในสำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยใช้วิธีเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างโดยติดต่อประสานงานกับพนักงานฝ่ายธุรการของแต่ละสาขางาน จากนั้นนำแบบสอบถามฝากให้พนักงานท่านนั้นช่วยแจกจ่ายแก่บุคลากรสาขางานต่างๆ ได้แก่ สาขางานบริหารธุรกิจลูกค้าบุคคล สาขางานบริหารการขยาย สาขางานปฏิบัติการลูกค้าบุคคล และสาขางานบริหารการเงิน ภายในธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ เมื่อได้รับการติดต่อกลับ ผู้วิจัยจึงเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลและประมวลผล แบบสอบถามมีจำนวน 492 ชุด แบ่งแจกจ่ายให้สาขางานละ 123 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 393 ชุด คิดเป็นร้อยละ 79.87 ระยะเวลาการเก็บข้อมูลคือ เดือน สิงหาคม -ตุลาคม 2561

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 393 ชุด มาคำนวณทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ในการประมวลผลได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์เส้นทาง

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลประชากรศาสตร์

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 69.7 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 มีสถานภาพโสด จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 79.1 มีอายุการทำงาน 1 – 3 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 35,000 บาท จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 70 เป็นตำแหน่งพนักงานปฏิบัติการ จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 79.1

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของแต่ละตัวแปรพบว่า พฤติกรรมผู้นำ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน ความพึงพอใจในงาน และประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย (mean) 3.48, 3.71, 3.46 และ 3.67 ตามลำดับ ในขณะที่ค่าตอบแทนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้นำ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน ค่าตอบแทนและความพึงพอใจในการทำงานที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

ตัวแปร (Constructs)	1	2	3	4	5
1.พฤติกรรมผู้นำ					
2.การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน	.216**				
3.ค่าตอบแทน	.115*	.193**			
4.ความพึงพอใจในการทำงาน	.690**	.378**	.390**		
5.ประสิทธิภาพในการทำงาน	.439**	.588**	.194**	.549**	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้นำ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน ค่าตอบแทน และความพึงพอใจในการทำงานที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ พบว่า มีค่า อยู่ระหว่าง 0.194 ถึง 0.588 โดยพฤติกรรมผู้นำ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน ค่าตอบแทน และ ความพึงพอใจในการทำงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r=0.439$) ($r=0.588$) ($r=0.194$) ($r=0.549$) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ขจัดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรต้น (multicollinearity) โดยพบว่า ค่า Tolerance ของพฤติกรรมผู้นำ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และค่าตอบแทน คือ 0.494 0.852 0.801 ส่วน VIF มีค่า 2.024 1.174 1.249 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากมีค่า Tolerance สูงกว่า 0.2 และมีค่า VIF ต่ำกว่า 4 (Field, 2013)

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผู้วิจัยได้ใช้การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ในการทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรตาม 1 ตัว กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวขึ้นไป โดยการศึกษาในครั้งนี้ ใช้วิธีการแบบคัดเลือกเข้า (Enter Selection) ซึ่งเป็นการเลือกตัวแปรพยากรณ์เข้าสมการด้วยการวิเคราะห์เพียงขั้นตอนเดียว เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้นำ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และค่าตอบแทนที่ส่งผลต่อพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้นำ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และค่าตอบแทนที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

(n=393)

	β	S.E.	t	Sig.
พฤติกรรมผู้นำ	.413	.022	18.900	.000
การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน	.127	.022	5.747	.000
ค่าตอบแทน	.186	.021	8.709	.000
$R^2 = 0.608$, Adjusted $R^2 = 0.605$, $R=0.779$ $F = 200.781$, $Sig = 0.05$				

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า พฤติกรรมผู้นำมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.413$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 การยอมรับจากเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.127$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 และ ค่าตอบแทนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.186$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 และค่า R Square (R^2) = 0.605 อธิบายได้ว่า ความพึงพอใจในการทำงานนั้น เป็นผลจากปัจจัยด้านองค์ประกอบด้วย พฤติกรรมผู้นำ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และค่าตอบแทน 60.5% ส่วนที่เหลืออีก 39.5% เป็นผลจากปัจจัยอื่นๆ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้นำ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และค่าตอบแทนที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

(n=393)

	β	S.E.	t	Sig.
พฤติกรรมผู้นำ	.224	.027	8.375	.000
การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน	.350	.027	12.964	.000
ค่าตอบแทน	.040	.026	1.534	.126
$R^2 = 0.451$, Adjusted $R^2 = 0.447$, $R=0.672$ $F = 106.578$, $Sig = 0.05$				

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า พฤติกรรมผู้นำมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.224$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 การยอมรับจากเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.350$) ดังนั้นจึงยอมรับ

สมมติฐานที่ 2 และ ค่าตอบแทนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.040$) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 และค่า R Square (R^2) = 0.451 อธิบายได้ว่า ประสิทธิภาพในการทำงานนั้น เป็นผลจากปัจจัยด้านองค์กรประกอบด้วย พฤติกรรมผู้นำ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และค่าตอบแทน 44.7% ส่วนที่เหลืออีก 55.3% เป็นผลจากปัจจัยอื่นๆ

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการทำงานที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

(n=393)

	β	S.E.	t	Sig.
ความพึงพอใจในการทำงาน	.569	.044	12.979	.000
$R^2 = 0.301$, Adjusted $R^2 = 0.299$, $R=0.549$ $F = 168.465$, $Sig = 0.05$				

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า ความพึงพอใจในการทำงานที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($\beta = 0.569$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 และค่า R Square (R^2) = 0.605 อธิบายได้ว่า ประสิทธิภาพในการทำงานนั้น เป็นผลจากความพึงพอใจในการทำงาน 29.9% ส่วนที่เหลืออีก 70.1% เป็นผลจากปัจจัยอื่นๆ

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยจะอธิบายตามสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมด้านพฤติกรรมผู้นำ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

สรุปว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้นำ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ กาญจนา จันทร์ไทย (2539) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้นำและปัจจัยคัดสรรด้านสถานการณ์กับความพึงพอใจในงาน ของอาจารย์พยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ประชากรคือ อาจารย์พยาบาลในวิทยาลัยพยาบาลทั้ง 35 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า 1. พฤติกรรมผู้นำแต่ละแบบจะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงาน 5 ด้าน และอาจารย์พยาบาลที่มีพฤติกรรมผู้นำแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจแต่ละด้านแตกต่างกัน 2. ในแต่ละแบบของพฤติกรรมผู้นำ พบว่า มีความแตกต่างของปัจจัยสถานการณ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานแต่ละด้าน

สมมติฐานข้อที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

สรุปว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ (เรวัตร์ กอวงศ์กาญจน์, 2550) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของข้าราชการกรมส่งเสริมสหกรณ์ จำนวน 788 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการได้รับการยอมรับนับถือจากเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.837 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูง

สมมติฐานที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ค่าตอบแทน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

สรุปว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับค่าตอบแทน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ (นิมนวล วงศ์คำลือ, 2556) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ฝ่ายปฏิบัติการเครดิต อาคารแจ้งวัฒนะ พบว่า ค่าตอบแทนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ฝ่ายปฏิบัติการเครดิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการทำงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงาน สรุปว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ สอดคล้องกับวิจัยของ (จิตราวรรณ ถาวรวงศ์สกุล, 2554) ได้ทำการศึกษาปัจจัยระบบทัศนทางการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานระดับ 2-7 ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ พบว่า ความพึงพอใจในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.574 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

การประยุกต์ใช้ทางการบริหารจัดการ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ธนาคารหรือองค์กรใดที่สนใจ สามารถนำผลจากการศึกษาไปใช้ในการวางแผน พัฒนาการใน สอดคล้องกับความต้องการและมีระดับความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น โดยสามารถพิจารณาหัวข้อดังนี้

1. ด้านค่าตอบแทน ควรพิจารณาถึงการเพิ่มค่าตอบแทนในการทำงานและรายได้ของพนักงานเพียงพอต่อค่าครองชีพหรือเงินช่วยเหลือด้านสวัสดิการและค่าตอบแทนอื่นๆที่ได้รับมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นที่ทำงานในลักษณะเดียวกัน ของพนักงาน เช่น การปรับฐานเงินเดือน เป็นต้น
2. ด้านความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานควรมีการจัดสรรงานให้ครอบคลุมและเหมาะสมกับพนักงาน เพื่อไม่ให้เกิดความเหลื่อมล้ำเกี่ยวกับปริมาณงานที่รับผิดชอบ เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานนั่นเอง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาในภาพรวมของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ สิ่งที่น่าสนใจในการศึกษาครั้งต่อไปคือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงานในแนวลึกในแต่ละฝ่ายที่มีลักษณะการทำงานที่แตกต่างกันออกไป เช่น ฝ่ายสินเชื่อ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบุคคล และฝ่ายบัญชี-การเงิน เป็นต้น
2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่และสาขาย่อยอื่นๆ เพื่อนำมาปรับปรุงและเสริมสร้างความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานให้สูงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ภาษาอังกฤษ

- Dillon, R. S. (1992). *Respect and care : Toward moral interaction*: Can J Phill.
- Field. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*: Sage.
- Gerhart, B. a. M., G.T. (1992). *Pay performance and participation*. Cornell University, thNew York.
- Millet, J. D. (1954). *Management in the public service*. New York: McGraw-Hill.
- กฤษณา ศักดิ์ศรี. (2534). องค์การกับมนุษย์สัมพันธ์. บำรุงสาส์.
- กัญจนันท์ คุงวิโรจน์. (2558). แบบของผู้นำ พฤติกรรมของผู้นำ แรงจูงใจของพนักงานปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพในการทำงานของธนาคารแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- กาญจนา จันทโรไทย. (2539). การศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมผู้นำ และปัจจัยคัดสรรด้านสถานการณ์ กับ ความพึงพอใจในงานของอาจารย์พยาบาล วิทยาลัยพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข, กรุงเทพมหานคร.
- กิติ ตยัคคานนท์. (2534). เทคนิคการสร้างภาวะผู้นำ. กรุงเทพฯ.
- จารุวรรณ เสวกรวรรณ. (2518). ความพึงพอใจในงานของพยาบาลในโรงพยาบาล กรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- จิตรารวรรณ ถาวรวงศ์สกุล. (2554). การศึกษาปัจจัยกระบวนการต้นทางการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานระดับ 2-7 ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จุฑามาศ ปิยจารุลักษณ์. (2555). การศึกษาความพึงพอใจและความเครียดกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของ พนักงาน กรณีศึกษา บริษัทในเครือ เจริญอักษร โฮลดิ้ง กรุ๊ป จำกัด. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ชัยพร วิชชาวุธ. (2530). จริยธรรมกับการศึกษา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ณัฐพันธ์ เผ่าพันธ์. (2551). ปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์. มหาวิทยาลัย ศรีพระทุม, กรุงเทพฯ.
- ธนวัฒน์ ชื่อสัตย์. (2552). การศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงาน ใหญ่. มหาวิทยาลัยธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่. (2560). รายงานผลประจำปี 2560.
- นิคม พรหมย้อย. (2529). ความพึงพอใจในการทำงานของครูโรงเรียนศึกษาสงเคราะห์ ในภาคใต้. มหาวิทยาลัยศรี นครินทร์วิโรฒ, สงขลา.
- นิชพงศ์ ศรีมกุฏพันธ์. (2556). การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้บรรยากาศและการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรที่มีผล ต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเทศบาลนครปฐม. มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- นิพร สามคำ. (2550). การศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินสังกัดเขตเชียงราย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย.
- นันทนวล วงศ์คำลือ. (2556). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ฝ่าย ปฏิบัติการเครดิต อาคารแจ้งวัฒนะ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ประคัลภ์ ปันตพลึงกูร. (2555). สาเหตุการลาออกยอดนิยม. Retrieved from <http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=hrman&month=12-2011&date=29&group=1&gblog=386>
- ประสงค์ เลหาพะพงษ์. (2546). การศึกษาพฤติกรรมผู้นำของผู้บริหาร กับ ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ชลบุรี.
- เผชญิ กิจระการ. (2532). ความพึงพอใจในการทำงานของนักเทคโนโลยีทางการศึกษาไทยและอเมริกันใน ระดับอุดมศึกษา. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ภิญญาพัชญ์ กองคา. (2559). พฤติกรรมผู้นำของผู้บริหารสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา: คลังก๊าซเขาบ่อยา จังหวัดชลบุรี. มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

- เรณู สุขฤกษ์กิจ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพฯ.
- เรวัตร กอวงศ์กาญจน์. (2550). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของข้าราชการกรมส่งเสริมสหกรณ์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ลำจวน โล่ห์เพ็ชร. (2550). คุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). องค์กรและการจัดการ. กรุงเทพฯ: บริษัท ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิลด์.
- ศุภกิตต์ กิจประพฤทธิ์กุล. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แบงคอกรี ซอร์ส เซ็นเตอร์ จำกัด. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สุราลีณี เพชรกระจ่าง. (2559). พฤติกรรมผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษากับความผูกพันต่อองค์กรของครู สังกัดสภานักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสงคราม. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. (2540). ความขัดแย้งการบริหารเพื่อสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: เลิฟแอนด์ลิฟเพรส จำกัด.

ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อหลักความระมัดระวัง
ทางการบัญชี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทย (SET 50)
THE RELATIONSHIP BETWEEN GOOD CORPORATE GOVERNANCE AND
CONSERVATISM OF LISTED COMPANIES IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND
(SET 50)

พิมพิศา พรหมมา*
นิตยา ทัดเทียม**
สุภารัตน์ แก้วเกลี้ยง***
วรรณิดา สุกใส***
กานต์วี มุสิกสาย***
สิริพร จันทร์สังข์***

บทคัดย่อ

การใช้หลักความระมัดระวังไม่ได้หมายความว่าจะใช้กับทุกเรื่องทางบัญชีและเป็นไปตามมาตรฐานทางบัญชีเท่านั้น แต่จะใช้กับบางเรื่องที่ผู้บริหารต้องมีดุลพินิจในการตัดสินใจที่เป็นกลาง ดังนั้นหลักความระมัดระวังจะขึ้นอยู่กับ การประมาณการของผู้บริหารในการควบคุมการประมาณการของผู้บริหารด้วยความระมัดระวังนั้น เราควรตรวจสอบผู้บริหารด้วยกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้จึงได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชี โดยทำการพิจารณามุมมองทางด้านกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดี แบ่งเป็น 4 ปัจจัยได้แก่ ขนาดของคณะกรรมการบริษัท สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ การแยกบทบาทของประธานกรรมการและ CEO และประเภทผู้สอบบัญชี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET 50) ระหว่างปี.ศ. 2556 ถึง 2560 และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร ผลการศึกษาพบว่า ขนาดของคณะกรรมการบริษัทมีอิทธิพลต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชีมากที่สุด รองลงมา คือ การแยกบทบาทประธานกรรมการและ CEO และประเภทผู้สอบบัญชี แต่สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชี สำหรับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนในการตรวจสอบบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เกี่ยวกับการรายงานผลการดำเนินงานที่ขาดทุนและหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ต่ำกว่าผลการดำเนินงานในอดีต ส่วนนักศึกษาและผู้สนใจสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาองค์ความรู้หรือต่อยอดในงานวิจัยในอนาคต

คำสำคัญ : กลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักความระมัดระวังทางการบัญชี บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

*ปริญญาเอก หัวหน้าหลักสูตรวิชาการบัญชี วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

**ปริญญาโท อาจารย์ประจำหลักสูตรวิชาการบัญชี วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

***คณะนักศึกษา หลักสูตรวิชาการบัญชี วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

Abstract

Conservatism is not applicable to all accounting matters or does not always compile with accounting standard. It only applies to some issues that the equitable and serious discretion of the executive is required. Therefore, principle of conservatism relies on the forecasting of the executive. In regard to control the forecasting of executive, Corporate Governance mechanism should be implemented to monitor them. This research studied the relationship between Good Corporate Governance mechanism and conservatism considering the characteristics of Good Corporate Governance that were classified into four factors: board size, ratio of board independence, role separation for Chairman and CEO, and type of auditor of the listed companies in The Stock Exchange of Thailand (SET 50) during 2013-2017. Data were analysed using descriptive statistics and inferential statistics analysis, multiple regression method to examine the relationship of the variables. Findings revealed that the board size had the impact on conservatism the most, followed by separation of chairman and CEO roles, and type of auditor respectively. However, the proportional variable of board independence had no impact on conservatism. SET 50 would be able to apply the research findings to plan for the audit of listed companies in regard to performance deficits and avoid the performance report that was lower than the previous performance. Furthermore, students and interested people were able to apply the results to enhance knowledge and conduct further researches.

Keywords : Corporate Governance mechanism, Conservatism, Listed Companies in The Stock Exchange of Thailand

บทนำ

จากวิกฤตการณ์ทางการเงินในช่วง พ.ศ. 2540 ส่งผลกระทบต่อหลายประเทศในทวีปเอเชียก่อให้เกิดความกลัวว่าจะเกิดการล่มสลายทางเศรษฐกิจทั่วโลกเนื่องจากการแพร่ระบาดของทางการเงิน ซึ่งธุรกิจทั่วโลกได้รับบทเรียนจากการล่มสลายของบริษัท ขนาดใหญ่ของโลกอย่าง Enron, World Com และอีกหลายบริษัท ทำให้บริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กรทั้งในภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance : CG) ซึ่งมองว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะเป็นตัวช่วยในการลดการเกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจและความเสียหายต่อนักลงทุน ที่เกิดจากความไม่มีประสิทธิภาพของการกำกับดูแลกิจการและผู้บริหารที่ไม่เหมาะสมและสำหรับประเทศไทยหลังจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 2540 ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างความเชื่อมั่นในตลาดทุน โดยได้พัฒนาเรื่องกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่องและในปี 2560 เป็นต้นมาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้มีการปรับปรุงแนวทางในการกำกับดูแลกิจการที่ดีซึ่งวัตถุประสงค์ในการจัดทำแนวทางธรรมาภิบาลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ทั้งนี้การจัดทำแนวทางธรรมาภิบาลเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายของสำนักงานที่ต้องการผลักดันให้มีการนำหลักธรรมาภิบาลมาปฏิบัติ เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานขององค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายและภารกิจในการกำกับดูแลและพัฒนาตลาดทุนไทยได้อย่างถูกทำนองคลองธรรม ตลอดจนเกิดคุณประโยชน์ในด้านต่างๆ เช่น แนวทางในการปฏิบัติของผู้บริหารและพนักงาน ผู้บริหารและพนักงานต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพด้วยความรอบคอบ มีความเข้าใจในงานที่ตนดูแลรับผิดชอบเป็นอย่างดีและปฏิบัติหน้าที่ตามขอบเขตของกฎหมายบนพื้นฐานของความโปร่งใส เป็นธรรมและตรวจสอบได้ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2560)

ทั้งนี้การปรับปรุงแนวทางในการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในปี 2560 นำไปเป็นแนวทางปฏิบัติ โดยมีเนื้อหาส่วนใหญ่ช่วยให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มีความสามารถในการแข่งขัน มีการพัฒนาได้อย่างยั่งยืนและช่วยให้ผู้บริหาร พนักงานต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวัง (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2560) ซึ่งหลักการปฏิบัติของการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยให้บริษัทจดทะเบียนมีความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาได้อย่างยั่งยืน รวมถึงทำให้ผู้บริหารมีความระมัดระวังในการรายงานทางการเงินเพิ่มมากขึ้น (Elghuweel et al., 2017) ทั้งนี้รายงานทางการเงินเป็นแหล่งข้อมูลหลักของผู้ถือหุ้น คือ งบการเงิน ซึ่งมาจากฝ่ายบริหารเป็นผู้จัดทำขึ้นเพื่อแสดงผลการดำเนินงานขององค์กรให้กับผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรได้รับรู้แต่ในส่วนของผู้ถือหุ้นมักสนใจเรื่องที่ผู้บริหารใช้หลักความระมัดระวังทางบัญชีมาประมาณการทางการเงินอยู่ตลอดเวลา เพื่อดูแลผลประโยชน์ให้กับผู้ถือหุ้นมากกว่า (Cuillinan et al., 2012; Elamer et al., 2017) โดยเหตุผลที่น่าสนใจประการหนึ่งของการใช้หลักความระมัดระวังนั้นไม่ได้หมายความว่า จะใช้กับทุกเรื่องทางบัญชี และเป็นไปตามมาตรฐานทางบัญชีเท่านั้น (Chung et al., 2003; Elmagrhi et al., 2017) แต่จะใช้กับบางเรื่องที่ผู้บริหารต้องมีดุลพินิจในการตัดสินใจที่เป็นกลาง ด้วยเหตุนี้หลักความระมัดระวังจะขึ้นอยู่กับประมาณการของผู้บริหารและในส่วนของควบคุมการประมาณการของผู้บริหาร ผู้บริหารยังคงรายงานงบการเงินด้วยความระมัดระวังนั้น เราควรตรวจสอบผู้บริหารด้วยกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดี เช่น การมีบุคคลภายนอกจำนวนมากเข้ามาเป็นคณะกรรมการบริษัทก็จะทำให้กระบวนการตรวจสอบดีขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้บริหารมีความระมัดระวังในการรายงานทางการเงินเพิ่มมากขึ้น (Garcia Lara et al., 2007; Elghuweel et al., 2017) ดังนั้นจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นที่มาของการวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาคุณลักษณะของกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อหลักความระมัดระวังทางการเงินทางบัญชี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทย (SET 50)

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อหลักความระมัดระวังทางการเงินทางบัญชี

กรอบแนวคิด

หลักการกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต้องการให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทั้งหมดได้เปิดเผยข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงิน เช่น โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริษัท โครงสร้างของเจ้าของกิจการ และนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้บริหาร พร้อมกับข้อมูลทางการเงินที่ต้องจัดทำเป็นประจำทุกปี โดยเหตุผลหนึ่งที่ไม่ประสบผลสำเร็จก็เพราะว่า บริษัทต่างคิดว่าไม่มีศูนย์รวมอำนาจที่จะรับผิดชอบกำกับดูแลและสนับสนุนการใช้หลักการกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีและที่จะช่วยให้มีการเปิดเผยข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้กลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความระมัดระวังทางบัญชีมีความเกี่ยวข้องกันอย่างมาก ซึ่งกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีหมายถึง ชุดกลไกที่ใช้บริหารสินทรัพย์ของบริษัทให้เกิดประสิทธิภาพ เนื่องจากกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นเครื่องมือที่ใช้ดูแลและส่งเสริมหลักความระมัดระวังทางบัญชี และช่วยลดปัญหาในการทำงานของแต่ละฝ่าย แสดงให้เห็นว่าการที่กลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีแข็งแกร่งย่อมส่งผลต่อการตรวจสอบและติดตามการทำงานของฝ่ายบริหารได้ดีกว่า (Lim, 2011; Shleifer and Vishny, 1997) ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความระมัดระวังทางบัญชีในงานวิจัยนี้จะเกี่ยวข้องกับทฤษฎี 2 ทฤษฎีคือ 1.ทฤษฎีตัวแทนได้ถูกนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้เพื่ออธิบายถึงกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อหลักความระมัดระวังทางการเงินทางบัญชี ซึ่งปัญหาตัวแทนอาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของเป้าหมายของบริษัท เพื่อลดปัญหาเหล่านี้เราจึงต้องมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ถือหุ้น ผู้บริหารของบริษัท เจ้าหนี้ รัฐบาล พนักงาน ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกบริษัท ซึ่ง Barnhart and Rosenstein (1998) กล่าวว่า กลไกของการกำกับดูแลที่ดีรวมไปถึงกลไกภายในความระมัดระวังทางการเงินทางบัญชีเป็นการประมาณความไม่แน่นอนที่ผู้จัดทำงบการเงินต้องเผชิญกับเหตุการณ์ความไม่แน่นอน เกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เช่น ความสามารถในการเรียกเก็บหนี้ การประมาณอายุการใช้งานของ

สินทรัพย์ เพื่อไม่ให้สินทรัพย์หรือรายได้สูงเกินไป หนี้สินหรือค่าใช้จ่ายต่ำเกินไป โดยทำให้งบการเงินขาดความเป็นกลางและทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ 2.ทฤษฎีผู้พิทักษ์ผลประโยชน์ได้ถูกนำมาใช้เพื่อสื่อถึงหน้าที่ในการบริหารงานที่ดีมีคุณภาพของผู้บริหารในการบริหารงานด้วยความระมัดระวัง ซึ่งงานวิจัยของ Donaldson and Davis (1991) เชื่อว่าผลประโยชน์ส่วนตัวของผู้บริหารจะลดลงได้ และผู้บริหารก็จะทำหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์ทรัพย์สินของบริษัทได้เป็นอย่างดี ดังนั้นความขัดแย้งหลักระหว่างฝ่ายบริหารและผู้ถือหุ้นก็ไม่มี โดยทฤษฎีผู้พิทักษ์ผลประโยชน์นี้มีสมมติฐานอยู่ที่พฤติกรรมของผู้บริหารเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งที่ผู้บริหารอาจถูกตำหนิได้ในกรณีที่ธุรกิจล้มเหลวผู้บริหารจึงต้องดำเนินการในเชิงรุกที่จะทำให้ผลประโยชน์ดีขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าตามทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้นกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นเครื่องมือที่ใช้ดูแลและส่งเสริมหลักความระมัดระวังทางบัญชี เพื่อช่วยลดปัญหาในการทำงานของแต่ละฝ่ายมีความแตกต่างกัน โดยงานวิจัยครั้งนี้เลือกศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทย (SET 50) ซึ่งมีปัจจัยที่เป็นตัววัด 4 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.ขนาดของคณะกรรมการบริษัท (Board Size : BS)

ขนาดของคณะกรรมการบริษัท หมายถึง โครงสร้างของคณะกรรมการทั่วไปที่เปลี่ยนแปลงไปตามการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งขนาดของคณะกรรมการบริษัทเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีนักวิจัยหลายท่านได้กล่าวถึง ขนาดของคณะกรรมการบริษัทเป็นตัววัดหนึ่งถูกนำมาใช้ในการส่งสัญญาณที่มีประโยชน์สำหรับการกำกับดูแลที่ดีที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับกิจการ ทั้งนี้งานวิจัยจำนวนมากศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของคณะกรรมการบริษัทต่อหลักความระมัดระวังทางบัญชี (Ahmed and Henry, 2012; Beekes et al., 2004) ซึ่งการศึกษาของ Chi et al (2009) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่าคณะกรรมการบริษัทขนาดเล็กจะถูกมองว่าเป็นกลไกการกำกับดูแลที่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรและผลลัพธ์ที่ตามมาคือการต้องใช้หลักความระมัดระวังทางการบัญชีเพิ่มมากขึ้นเพื่อกลบจุดอ่อนที่มีอยู่ในทางตรงกันข้ามงานวิจัยของ Ahmed and Henry (2012) กล่าวว่า คณะกรรมการบริษัทขนาดใหญ่มักจะแสดงรายได้ที่ต่ำและมูลค่าทางบัญชีที่ต่ำเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นผลทำให้จำเป็นต้องใช้หลักความระมัดระวังทางการบัญชีเพิ่มมากขึ้น จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้สามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H1 : ขนาดของคณะกรรมการในบริษัทมีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชี

2.สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ (Board Independence : BI)

คณะกรรมการอิสระของบริษัทเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของโครงสร้างคณะกรรมการเป็นตัววัดหนึ่งที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงที่สุดสำหรับความมั่นคงและความเชื่อถือของข้อมูลทางการเงินของบริษัท คณะกรรมการที่มีการออกแบบมาอย่างดีจะมีอิทธิพลต่อผลตอบแทนหลักทรัพย์ของบริษัท (Beasley, 1996) ทั้งนี้ผลการศึกษาของ Beasley (1996) พบว่าจำนวนคณะกรรมการอิสระจะช่วยลดระดับของการทุจริตในรายงานทางการเงินและในส่วนของผู้ถือหุ้น การที่มีคณะกรรมการอิสระจะช่วยลดความขัดแย้งเกี่ยวกับตัวแทนที่เกิดขึ้นจากการแยกความสัมพันธ์ระหว่างผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร ซึ่งการศึกษาของ Beekes et al (2004) กล่าวว่าจำนวนเปอร์เซ็นต์ของกรรมการภายนอกและหลักความระมัดระวังทางบัญชีมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและยังให้เหตุผลว่าการที่มีกรรมการที่ไม่ใช่ฝ่ายบริหารเข้ามาทำหน้าที่นี้จะทำให้การควบคุมและตรวจสอบจะส่งผลต่อการใช้หลักความระมัดระวังได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับการศึกษาของ Kukah et al (2016) พบว่าการมีคณะกรรมการอิสระภายใต้เงื่อนไขโอกาสที่ผู้บริหารจะทำการปรับกำไร ซึ่งจะส่งผลให้ต้องใช้หลักความระมัดระวังทางบัญชีเพิ่มยิ่งขึ้น และเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับทฤษฎีตัวแทน แต่ในทางกลับกันผลการศึกษาของ Lim (2011) พบว่าไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างคณะกรรมการอิสระต่อหลักความระมัดระวัง จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้สามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H2 : สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระมีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชี

3.การแยกบทบาทประธานกรรมการและ CEO (Separation of Chairman and CEO roles : S/CEO)

กรณีนี้ CEO ทำหน้าที่ประธานในคณะกรรมการบริษัทด้วยนั่นหมายถึง CEO ควบสองตำแหน่ง ซึ่งทำให้เห็นว่า มีข้อขัดแย้งสองประเด็น ได้แก่ ทฤษฎีตัวแทนที่สนับสนุนการแยกบทบาท และทฤษฎีผู้พิทักษ์ผลประโยชน์ที่สนับสนุนให้ CEO ควบสองตำแหน่ง (Ntim, 2012) ซึ่งตามทฤษฎีตัวแทนไม่แนะนำให้ CEO ควบสองตำแหน่ง เพราะจะทำให้การควบคุมและการตรวจสอบไม่มีประสิทธิภาพ เพิ่มความขัดแย้งกับตัวแทนและข้อมูลไม่สมมาตร (ข้อมูลไม่ครบถ้วน บิดเบือน) ซึ่งก็จะถูกมองได้ว่าเป็นกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ไม่มีประสิทธิภาพได้ (Chi *et al.*, 2009) จากการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระหว่างการแยกบทบาทและหลักความระมัดระวัง เช่น การศึกษาของ Lim (2011) และผลการศึกษาของ Chi *et al.* (2009) กล่าวว่าบริษัทที่ CEO ควบสองตำแหน่งในการรายงานทางการเงินจะเพิ่มหลักความระมัดระวังทางการเงินมากขึ้นและเห็นว่าการควบสองตำแหน่งนี้เป็นจุดอ่อนของกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดี จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้สามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

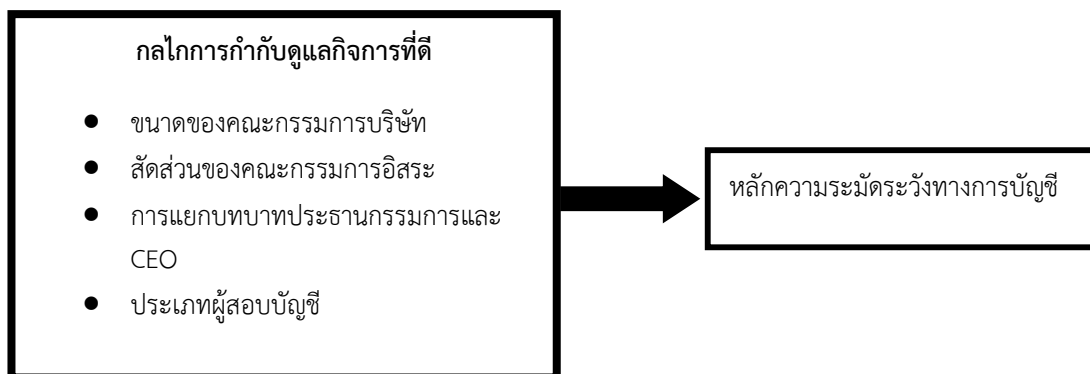
H3 : การแยกบทบาทประธานกรรมการและ CEO มีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการเงิน

4.ประเภทผู้สอบบัญชี (Auditor : AD)

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตพบว่า ผู้สอบบัญชีจากกลุ่ม "บิ๊กไฟร์" ใช้แทนกลไกการกำกับดูแลกิจการจากภายนอก (Gillan, 2006; Khurana and Raman, 2004) ตามทฤษฎีตัวแทนการที่จะแยกผู้ถือหุ้นและผู้บริหารออกจากกันนั้นต้องการบุคคลที่สามเข้ามารับประกันและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน โดยแสดงออกผ่านทางรายงานงบการเงินและสนับสนุนการดำเนินงานตามมาตรฐานทางการบัญชี Khurana and Raman (2004) กล่าวว่าบริษัทผู้สอบบัญชีรายใหญ่จะช่วยเพิ่มการรับประกันและให้งบการเงินมีความน่าเชื่อถือกว่าบริษัทผู้สอบบัญชีรายเล็กๆ และในทำนองเดียวกันบริษัทผู้สอบบัญชีในกลุ่มบิ๊กไฟร์ก็จะสร้างความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่นและหลักความระมัดระวังทางการเงินบัญชีเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากได้แสดงให้เห็นว่ามีการคัดกรองบริษัทมหาชนและกระจายความเสี่ยงเรียบร้อยแล้ว (Kim *et al.*, 2003) ดังนั้น ผู้สอบบัญชีในกลุ่มบิ๊กไฟร์ก็จะต้องเลือกใช้หลักความระมัดระวังทางการเงินบัญชีเพื่อปกป้องตัวเอง (Khurana and Raman, 2004) ในทางกลับกันการศึกษาของ Yasar (2013) พบว่าไม่มีความแตกต่างกันระหว่างผู้สอบบัญชีขนาดใหญ่และผู้สอบบัญชีขนาดเล็กในประเด็นที่จะเป็นอุปสรรคต่อการบริหารจัดการรายได้ จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้สามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H3 : การแยกบทบาทประธานกรรมการและ CEO มีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการเงิน

จากการพัฒนาสมมติฐานที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นที่มาของกรอบแนวคิดงานวิจัยในครั้งนี้เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อหลักความระมัดระวังทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET 50) สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อหลักความระมัดระวังทางการเงิน

ระเบียบวิธีวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทย (SET 50) ในระหว่างปี พ.ศ. 2556 – 2560 แยกตามประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม 6 กลุ่มอุตสาหกรรม มีจำนวน 190 บริษัท ทั้งนี้ไม่รวมกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน จำนวน 43 บริษัท เนื่องจากอุตสาหกรรมกลุ่มธุรกิจดังกล่าวมีลักษณะการดำเนินธุรกิจ ข้อบังคับ มาตรฐานการรายงานทางการเงิน และหลักเกณฑ์อื่น ๆ นอกเหนือจากหลักเกณฑ์ทั่วไปของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทยในส่วนของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ไม่มีบริษัทใดในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคมีผลการดำเนินงานอยู่ใน (SET 50) สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 กลุ่มบริษัทที่ทำการศึกษา

กลุ่มบริษัทที่ทำการศึกษา	จำนวนบริษัท
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทย	250
หัก บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน	(43)
หัก บริษัทที่ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วน	(17)
รวม	190

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในงานวิจัยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ร้อยละ และการแจกแจงความถี่ การวัดแนวโน้มสู่ส่วนกลาง และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistic) เป็นการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยในงานวิจัยครั้งนี้ใช้ Pearson's Correlation Coefficient เพื่อทดสอบว่ามีความสัมพันธ์แบบมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่โดยพิจารณาค่า r ซึ่งจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 ทั้งนี้มีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรผู้วิจัยมีการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระโดยการตรวจสอบ Multicollinearity นั้นจะใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) หรือค่า Tolerance ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้พบว่าค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวแปรนั้นมีค่าไม่เกิน 10 และค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวแปรมีค่าไม่เข้าใกล้ 0 และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรในเชิงปริมาณเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีและหลักความระมัดระวังทางการบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทย (SET 50)

ตัวแบบที่ใช้ในงานวิจัยตามแบบจำลองของ Givoly and Hayn's (2000)

$$CONS_{it} = \beta_0 + \beta_1 BS_{it} + \beta_2 BIt_{it} + \beta_3 S/CEO_{it} + \beta_4 AD_{it} + \epsilon_{it}$$

เมื่อ

ตัวแปรตาม

CONS_{it} = หลักความระมัดระวังทางการบัญชีเท่ากับรายได้สุทธิก่อนหักรายการพิเศษ บวกกลับค่าเสื่อมราคา และหักด้วยกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเฉลี่ยในรอบสามปีและสินทรัพย์รวม แล้วนำผลที่ได้ไปคูณกับ -1 เพื่อขจัดผลลัพธ์จากเกณฑ์คงค้าง

ตัวแปรอิสระ

BS = จำนวนของคณะกรรมการบริษัท

BI	=	สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ
S/CEO	=	มีการแยกประธานกรรมการและ CEO บริษัทมีค่าเท่ากับ 1 และอื่นๆ ให้มีค่าเท่ากับ 0
AD	=	ประเภทผู้ตรวจสอบบัญชีที่อยู่ในกลุ่มบิ๊กไฟร์ มีค่าเป็น 1 และอื่นๆ เป็น 0

ผลการวิจัย

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อหลักความระมัดระวังทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET 50) โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter Method

ตัวแปร	Enter Method		P value	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients B		Tolerance	VIF
ค่าคงที่	19.446		0.000*		
BS	0.221	0.385	0.000*	0.989	1.011
BI	0.707	0.042	0.576	0.947	1.056
S/CEO	0.968	0.313	0.000*	0.944	1.060
AD	1.644	0.262	0.000*	0.985	1.015
R ²		0.300			
Adj. R ²		0.278			
SE of Estimate		1.18112			
F		14.020			
Sig. F		0.000			
Durbin-Watson		1.977			

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET 50) สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ขนาดของคณะกรรมการบริษัท พบว่าขนาดของคณะกรรมการในบริษัทมีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET 50) (P value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05) จึงเป็นตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ผลการวิเคราะห์สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ พบว่าสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระในบริษัทไม่มีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET 50) (P value มีค่าเท่ากับ 0.576 ซึ่งมากกว่า 0.05) จึงไม่เป็นตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ผลการวิเคราะห์การแยกบทบาทประธานกรรมการและ CEO พบว่าการแยกบทบาทประธานกรรมการและ CEO มีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET 50) (P value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05) จึงเป็นตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ผลการวิเคราะห์ประเภทผู้สอบบัญชี พบว่าประเภทผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทย (SET 50) (P value มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05) จึงเป็นตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สรุปผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชี มากที่สุดคือขนาดของคณะกรรมการบริษัท (BI) รองลงมา คือ การแยกบทบาทประธานกรรมการและ CEO (S/CEO) และประเภทผู้สอบบัญชี (AD) ตามลำดับที่มีอิทธิพลต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชีอย่างมีนัยสำคัญในทิศทางเดียวกัน และตัวแปรสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชี ซึ่งตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายการผันผวนของตัวแปรหลักความระมัดระวังทางการบัญชี ได้ร้อยละ 30.00 (R^2 มีค่าเท่ากับ 0.300)

อภิปรายผล

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทย (SET 50) ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่ากลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทย (SET 50) ซึ่งมีปัจจัยที่เป็นตัววัด 4 ด้าน พบว่าขนาดของคณะกรรมการบริษัทมีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชีและสอดคล้องกับทฤษฎีตัวแทนและผลการศึกษาของ Ebrahim and Fattah (2015) ชี้ให้เห็นว่า การมีคณะกรรมการบริษัทขนาดใหญ่เท่ากับว่าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพขั้นตอนในการตรวจสอบ กระตุ้นให้การดำเนินงานด้วยความระมัดระวังทางบัญชี เพราะคณะกรรมการบริษัทจะช่วยกระจายความเสี่ยงเรื่องต่างๆ ทั้งนี้คณะกรรมการบริษัทขนาดใหญ่อาจจะมีความรู้และประสบการณ์ในการบริหารงานที่สูงทำให้มีประสิทธิภาพหลากหลายช่วยกันลดความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต และการใช้หลักความระมัดระวังทางการบัญชีมากขึ้นอาจจะส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการควบคุมดูแลคุณภาพของกำไรมากขึ้น

ส่วนของการแยกบทบาทประธานกรรมการและ CEO มีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชี และสอดคล้องกับทฤษฎีตัวแทนและทฤษฎีผู้พิทักษ์ผลประโยชน์ ซึ่งตามทฤษฎีตัวแทนไม่แนะนำให้ CEO ควบสองตำแหน่ง เพราะจะทำให้การควบคุมและการตรวจสอบไม่มีประสิทธิภาพและเพิ่มความขัดแย้งให้กับตัวแทนรวมทั้งอาจจะมีข้อมูลไม่ครบถ้วนอาจถูกบิดเบือน ซึ่งก็จะถูกมองได้ว่าเป็นกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ไม่มีประสิทธิภาพได้ (Chi *et al.*, 2009)

ทั้งนี้ สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทยการแยกบทบาทประธานกรรมการและ CEO อาจจะช่วยให้การติดตามการควบคุมและตรวจสอบและการประเมินผลงานการปฏิบัติหน้าที่ของ CEO ของบริษัทได้เป็นอย่างดี รวมทั้งประเภทผู้สอบบัญชีพบว่า ประเภทผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชีและสอดคล้องกับทฤษฎีตัวแทนซึ่งผลการศึกษาของ Kim *et al* (2003) พบว่าบริษัทผู้สอบบัญชีในกลุ่มบิ๊กไฟร์ก็จะสร้างความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่นและมีการใช้หลักความระมัดระวังทางบัญชีเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากได้แสดงให้เห็นว่ามีการคัดกรองบริษัทมหาชนและกระจายความเสี่ยงเรียบร้อย เช่นเดียวกับการศึกษาของ Khurana and Raman (2004) กล่าวว่า บริษัทผู้สอบบัญชีในกลุ่มบิ๊กไฟร์จะเพิ่มการรับประกันและให้การเงินมีความน่าเชื่อถือกว่าบริษัทผู้สอบบัญชีรายเล็กๆ รวมทั้งผลการศึกษาของ Chung *et al* (2003) พบว่า บริษัทผู้สอบบัญชีในกลุ่มบิ๊กไฟร์ได้พยายามผลักดันให้บริษัทที่เป็นลูกค้าของตนใช้หลักความระมัดระวังทางบัญชีเพิ่มขึ้นมากกว่าบริษัทผู้สอบบัญชีขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้ ที่มองว่าประเภทผู้สอบบัญชีอาจจะเป็นตัววัดหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้หลักความระมัดระวังทางการบัญชีของคณะกรรมการผู้บริหาร เพราะอาจจะเป็นไปได้ว่าประเภทผู้สอบบัญชีในกลุ่มบิ๊กไฟร์จะสร้างความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น และใช้หลักความระมัดระวังทางบัญชีเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากประเภทผู้สอบบัญชีในกลุ่มบิ๊กไฟร์จะต้องเลือกใช้หลักความระมัดระวังทางบัญชีเพื่อปกป้องบริษัทผู้ตรวจสอบ นอกจากนี้สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Lim (2011) พบว่าเปอร์เซ็นต์ของกรรมการอิสระเป็นจุดอ่อนที่มีร่วมกันกับการใช้หลักความระมัดระวังทางบัญชีได้ส่งผลกระทบต่อความแตกต่างของบริษัทต่าง ๆ ที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้อาจจะชี้ให้เห็นว่า สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระอาจจะไม่มีส่วนทำให้ความระมัดระวังทางการ

บัญชีเพิ่มขึ้น เพราะคณะกรรมการอิสระของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทยไม่ได้มีจำนวนแตกต่างกัน เพราะบริษัทส่วนใหญ่มีคณะกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 ใน 3 ของจำนวนคณะกรรมการทั้งหมดแต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2547) จากเหตุผลนี้อาจจะทำให้สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ อาจไม่ได้เป็นตัววัดที่มีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทย (SET 50)

สรุปผลการศึกษาในครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทย (SET 50) ในการใช้หลักความระมัดระวังทางการบัญชีมากหรือน้อยอาจจะมีผลมาจากกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่อาจจะเกี่ยวข้องกับ ขนาดของคณะกรรมการบริษัท การแยกบทบาทประธานกรรมการและ CEO และประเภทผู้สอบบัญชี เพราะความรู้และประสบการณ์ในการบริหารงานที่สูงทำให้มีประสบการณ์หลากหลายช่วยกันลดความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต และอาจจะช่วยให้การติดตามการควบคุมและตรวจสอบ และการประเมินผลงานการปฏิบัติหน้าที่ของ CEO มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งประเภทผู้สอบบัญชีในกลุ่มบิ๊กโฟร์จะสร้างความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น และหลักความระมัดระวังทางบัญชีเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากประเภทผู้สอบบัญชีในกลุ่มบิ๊กโฟร์จะต้องเลือกใช้หลักความระมัดระวังทางบัญชีเพื่อปกป้องบริษัทผู้ตรวจสอบ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. กลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทย (SET 50) ได้มีแนวคิดในการคัดเลือกประชากรกลุ่มตัวอย่าง เฉพาะบริษัทที่อยู่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2556 – 2560 ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทย (SET 50) เท่านั้นจึงทำให้ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยนี้มีจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างน้อย ดังนั้น ผลการวิจัยจึงอาจไม่ได้ครอบคลุมบริษัทอื่น ๆ ที่อยู่นอกขอบเขตของงานวิจัยในครั้งนี้

2. ตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทยสามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผนในการตรวจสอบบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทยเกี่ยวกับ การรายงานผลการดำเนินงานที่ขาดทุน และหลีกเลี่ยงการรายงานผลการดำเนินงานที่ต่ำกว่าผลการดำเนินงานในอดีต ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีส่วนใหญ่มีอิทธิพลต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชีเพราะเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงคุณภาพของการบริหารงานของคณะกรรมการบริษัท

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

นักศึกษาและผู้สนใจสามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ในการพัฒนาองค์ความรู้ต่อไปในอนาคตเกี่ยวกับกลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีความสัมพันธ์ต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทย ดังนั้น หากในอนาคตต้องการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับงานวิจัยครั้งนี้ อาจศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างในตลาดหลักทรัพย์ (SET 100) หรือในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ และเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาให้มากขึ้น และอาจจะพัฒนาและศึกษาตัวแปรเพิ่มเติม เช่น สัดส่วนของคณะกรรมการบริษัทเป็นนักรการเมือง สัดส่วนการถือหุ้นแบบครอบครัว และอาจจะมีปัจจัยภายนอก เช่น สถานการณ์ทางการเมือง กฎหมาย ที่อาจจะมีอิทธิพลต่อหลักความระมัดระวังทางการบัญชี ซึ่งอาจจะทำให้มีผลการวิจัยที่แตกต่างกันออกไป ที่จะทำให้มีประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2560). **ออกหุ้น/หุ้น**. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2561, จาก www.sec.or.th
- Ahmed, K., & Henry, D. (2012). **Accounting conservatism and voluntary corporate governance mechanisms by Australian firms**. *Accounting & Finance*, 52(3), 631-662.
- Albassam, W. M., & Ntim, C. G. (2017). **The effect of Islamic values on voluntary corporate governance disclosure: The case of Saudi-listed firms**. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 8(2), 182-202.
- Basu, S. (1997). **The conservatism principle and the asymmetric timeliness of earnings**. *Journal of accounting and economics*, 24(1), 3-37.
- Beasley, M. S. (1996). **An empirical analysis of the relation between the board of director composition and financial statement fraud**. *Accounting review*, 443-465.
- Becker, C. L., DeFond, M. L., Jiambalvo, J., & Subramanyam, K. R. (1998). **The effect of audit quality on earnings management**. *Contemporary accounting research*, 15(1), 1-24.
- Beekes, W., Pope, P., & Young, S. (2004). **The link between earnings timeliness, earnings conservatism and board composition: evidence from the UK**. *Corporate Governance: An International Review*, 12(1), 47-59.
- Chi, W., Liu, C., & Wang, T. (2009). **What affects accounting conservatism: A corporate governance perspective**. *Journal of contemporary accounting & economics*, 5(1), 47-59.
- Chung, R., Firth, M., & Kim, J. B. (2003). **Auditor conservatism and reported earnings**. *Accounting and Business Research*, 33(1), 19-32.
- Cullinan, C. P., Wang, F., Wang, P., & Zhang, J. (2012). **Ownership structure and accounting conservatism in China**. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 21(1), 1-16.
- Donaldson, L., & Davis, J. H. (1991). **Stewardship theory or agency theory: CEO governance and shareholder returns**. *Australian Journal of management*, 16(1), 49-64.
- Ebrahim, A., & Fattah, T. A. (2015). **Corporate governance and initial compliance with IFRS in emerging markets: The case of income tax accounting in Egypt**. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 24, 46-60.
- Elamer, A. A., Ntim, C. G., & Abdou, H. A. (2017). **Islamic Governance, National Governance, and Bank Risk Management and Disclosure in MENA Countries**. *Business & Society*, 007650317746108.
- Elghuweel, M. I., Ntim, C. G., Opong, K. K., & Avison, L. (2017). **Corporate governance, Islamic governance and earnings management in Oman: A new empirical insights from a behavioural theoretical framework**. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 7(2), 190-224.
- Elmagrhi, M. H., Ntim, C. G., Crossley, R. M., Malagila, J. K., Fosu, S., & Vu, T. V. (2017). **Corporate governance and dividend pay-out policy in UK listed SMEs: The effects of corporate board characteristics**. *International Journal of Accounting & Information Management*, 25(4), 459-483.

- García Lara, J. M., Osma, B. G., & Penalva, F. (2007). **Board of directors' characteristics and conditional accounting conservatism: Spanish evidence.** *European Accounting Review*, 16(4), 727-755.
- Gillan, S. L. (2006). **Recent developments in corporate governance: An overview.**
- Khurana, I. K., & Raman, K. K. (2004). **Litigation risk and the financial reporting credibility of Big 4 versus non-Big 4 audits: Evidence from Anglo-American countries.** *The Accounting Review*, 79(2), 473-495.
- Kim, J. B., Chung, R., & Firth, M. (2003). **Auditor conservatism, asymmetric monitoring, and earnings management.** *Contemporary Accounting Research*, 20(2), 323-359.
- Kukah, M. A., Amidu, M., & Abor, J. Y. (2016). **Corporate governance mechanisms and accounting information quality of listed firms in Ghana.** *African Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 5(1), 38-58.
- Lim, R. (2011). **Are corporate governance attributes associated with accounting conservatism?.** *Accounting & Finance*, 51(4), 1007-1030.
- Ntim, C. G. (2012). **Does the South African stock market values independent dual board leadership structure?.**
- Ntim, C.G. (2017). **The effect of Islamic values on voluntary corporate governance disclosure: The case of Saudi listed firms.** *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol. 8 No. 2, pp.182-202.
- Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). **A survey of corporate governance.** *The journal of finance*, 52(2), 737-783.
- Yasar, A. (2013). **Big four auditors' audit quality and earnings management: Evidence from Turkish Stock Market.** *International journal of business and social science*, 4(17).

บทความวิชาการนำเสนอผลงานแบบบรรยาย

“มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 2”



แนวทางการพัฒนาทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนริมคลองบางหลวง

THE MARKETING DEVELOPMENT OF ECOTOURISM CULTURAL ATTRACTIONS IN KLONG BANG LUANG COMMUNITY

ลลิตลลล ววววววววว*

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนริมคลองบางหลวง โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยผู้วิจัยเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น ตัวแทนคนในชุมชนริมคลองบางหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ตัวอย่าง ได้แก่ หัวหน้าชุมชนกำแพงทองพัฒนา จำนวน 1 ตัวอย่าง พระสงฆ์ประจำวัดกำแพง(คลองบางจาก) และวัดคูหาสวรรค์วรวิหาร จำนวนวัดละ 1 ตัวอย่าง ชาวบ้านในชุมชนริมคลองบางหลวงจำนวน 3 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวจำนวน 10 ตัวอย่าง ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 5 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 5 ตัวอย่าง โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผลการวิจัยการพัฒนาทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนริมคลองบางหลวง แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1. การพัฒนาการท่องเที่ยว 2. การอนุรักษ์วัฒนธรรม ดังนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนริมคลองบางหลวงมีศักยภาพในการที่จะพัฒนาในด้านของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดทำป้ายบอกเส้นทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ แบ่งเป็น การอำนวยความสะดวกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การอนุรักษ์วัฒนธรรม พบว่า ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้แก่ ส่วนของวัดกำแพง(คลองบางจาก) และวัดคูหาสวรรค์วรวิหารควรมีการติดต่อขอความร่วมมือกับกรมศิลปากรในการดูแลรักษาโบราณสถานและโบราณวัตถุโดยจัดให้มีบุคลากรในการสำรวจดูแลโบราณสถานและวัตถุโบราณอยู่เสมอ บ้านศิลปินควรมีการจัดกิจกรรมร่วมกับนักท่องเที่ยวให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ผ่านการทำกิจกรรมร่วมกับบ้านศิลปิน

คำสำคัญ : การตลาด, แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม,ชุมชนริมคลองบางหลวง

Abstract

The purpose of this research is to establish guidelines for the marketing development of cultural attractions in Klong Bang Luang community. This research uses qualitative research method in which the researchers collect data from the 2 groups of samples. The first group includes 6 samples in Klong Bang Luang district which are leader of the Kamphaeng Thong Pattana community, 2 monks from Kamphaeng (Klong Bang Chak) temple and Khuha Sawan Worawihan temple and 3 villagers in Klong Bang Luang community. The second group includes 10 samples of tourists which are 5 Thai tourists and 5 foreign tourists. The researchers used an in-depth interview The results of this research can be divided in to 3 aspects including 1) Development of Tourism 2) Conservation of culture as follows:

บริหารธุรกิจดุขฎฐฎฎฎฎฎฎฎ (บธ.ด.) สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

Development of Tourism found out that Klong Bang Luang community has the potential to develop. In terms of accessibility, clear signs giving direction must be implement to facilitate tourists. For services term, it can be facilitate through online media for activities update,

Conservation of the culture aspect implied that there should encouragement and supporting cultural activities from public and private sectors meaning that Kamphaeng (Klong Bang Chak) temple and Khuha Sawan Worawihan temple should ask cooperation from Fine Arts Department to organize specialists in preserving the archaeological sites and antiquities. The Artist House should arrange activities for the tourists to learn and exchange experiences.

Keywords: Marketing, Ecotourism Cultural Attractions, Klong Bang Luang Community

บทนำ

สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของประเทศไทยกระจายอยู่ในทุกภูมิภาค ความแตกต่างของการดำเนินวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงโบราณสถานเก่าแก่สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ที่มีคุณค่าควรแก่การรักษาไว้ จนปัจจุบันประเทศไทยเป็นเมืองแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของไทยยังเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศอีกด้วย

ชุมชนริมคลองบางหลวง ตั้งอยู่ในเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร เป็นชุมชนเก่าแก่ ที่ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมไว้หลากหลาย มีการดำเนินวิถีชีวิตแบบชุมชนริมน้ำ มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ คือ วัดกำแพง (คลองบางจาก) สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นวัดที่มีสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมฝาผนังภายในพระอุโบสถแบบดั้งเดิม วัดคูหาสวรรค์วิหาร สร้างขึ้นในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น มีสถาปัตยกรรมเก่าแก่ของช่างกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย บ้านศิลปินเป็นที่เก็บรวบรวมงานศิลปะทั้งภาพวาดและภาพถ่าย รวมถึงการแสดงหุ่นละครเล็กที่หาดูได้ยากในปัจจุบันแสดงโดยคณะค่านาย

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมโดยเน้นอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นวิถีการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมของคนในชุมชน ประวัติศาสตร์เก่าแก่ ศิลปะ และวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น รวมถึงโบราณสถานเก่าแก่ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ ชุมชนริมคลองบางหลวงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่รวบรวมศิลปะแขนงต่าง ๆ และวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ที่อยู่อาศัย ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ต้องอาศัยการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาจะต้องอาศัยความร่วมมือกันของคนในชุมชนในการดูแลรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนแห่งนี้และชุมชนยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนริมคลองบางหลวงจะสามารถดำเนินงานไปได้ต้องอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการความสะอาดสวยงามและปลอดภัยของชุมชน กิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนริมคลองบางหลวง

โดยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรม ซึ่งปรัชญาพร พัฒนผล (2554, น.13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว คือ การ

เดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป ทั้งเพื่อการพักผ่อน แสวงหาความรู้ เพื่อประกอบธุรกิจ การท่องเที่ยวยังมีส่วนส่งเสริมด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ ปัจจุบันการท่องเที่ยวได้เน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน ขณะที่ Echtner & Ritchie (2003, p.39) ได้นิยาม "ภาพลักษณ์สถานที่ที่จะมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี เช่น สถานที่ที่มีชื่อเสียง ที่มีความสวยงาม มีความสะอาดและมีความปลอดภัย ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยว จะหลีกเลี่ยงที่จะเดินทางไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี กล่าวคือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่สกปรก สถานที่ที่ไม่ปลอดภัย สถานที่ที่มีความไม่มั่นคงทางการเมืองหรือเกิดการประท้วง การจลาจลเป็นต้น ดังนั้น สถานที่จำเป็นต้องบริหารจัดการภาพลักษณ์อย่างละเอียดอ่อน เพราะคือด้านที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายนั้นๆ" และ นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย (2554, น.32) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับแรงดลใจหรือสิ่งกระตุ้นให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง เพื่อสังเกตเรียนรู้มีประสบการณ์ร่วมและตระหนักคุณค่าวัฒนธรรมของชุมชนในจุดหมายปลายทางนั้น ซึ่งครอบคลุมถึงงานสร้างสรรค์ ประเพณี ขนบธรรมเนียมและกิจกรรมต่างๆของชุมชนจุดหมายปลายทาง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้องเคารพ เรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อให้เกิดมิตรภาพและสันติภาพระหว่างชุมชนอย่างยั่งยืน ขณะที่บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554, ไม่มีเลขหน้า) ได้กำหนดหลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า

ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากร วัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะเดียวกัน ก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษา

และดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนด้วยและได้ประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความ

เพลิดเพลินพร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ยกตัวอย่างเช่น ชุมชนริมคลองบางหลวง มีผู้ที่คอยให้ความรู้ และจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาได้เกิดการเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชน โบราณสถาน โบราณวัตถุ การดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี การละเล่นพื้นบ้านหรือศิลปะต่างๆของชุมชน เพื่อให้เกิดประสบการณ์และความเพลิดเพลินผ่าน การร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชุมชนจัดขึ้นและยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวอีกด้วย

4. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้านหรือของชุมชนอื่นรวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม

ศักดิ์ศรีและผู้คนของตนเองด้วย ในขณะที่นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย (2554, น.33-35) ได้ยืนยันว่า ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์ในการสร้างรายได้ให้กับประเทศต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมของประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอีกด้วย กระแสการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นเชิงบวกที่ชัดเจนที่สุดซึ่งเกิดจากการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่นว่าเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่นำเสนอขายให้แก่ักท่องเที่ยวได้ หน่วยงานต่างๆจึงได้ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และสร้างจิตสำนึกให้ชุมชนท้องถิ่นหรือพื้นประเพณีที่กำลังสูญหาย อนุรักษ์โบราณสถานต่างๆ รวมทั้งพัฒนางานหัตถกรรม ส่วนแนวคิด

เกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมนั้น สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการดำเนินงานทางวัฒนธรรมด้านต่างๆก็ได้ให้ความหมายและคำอธิบายถึงลักษณะวัฒนธรรมไว้เมื่อคราวจัดทำนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติและแนวทางในการรักษา ส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรมพุทธศักราช 2529 ดังนี้ (กุลวิจิตร กังคานนท์, 2537 อ้างถึงใน อภาวดี ทับสิริรักษ์, 2555, น.27)

1. วัฒนธรรมเป็นวิถีการดำเนินชีวิตของสังคม เป็นแบบแผนการประพฤติปฏิบัติและการแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจและซาบซึ้งร่วมกัน
2. วัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการประพฤติปฏิบัติร่วมกันเป็นแนวทางเดียวกันอย่างต่อเนื่องของสมาชิกในสังคม มีการสืบทอดเป็นมรดกทางสังคมต่อกันมาจากรุ่นหรืออาจเป็นสิ่งประดิษฐ์คิดค้น สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่หรืออาจรับเอาสิ่งที่เผยแพร่มาจากสังคมอื่น ทั้งหมดนี้หากสมาชิกยอมรับและยึดถือเป็นแบบแผนประพฤติปฏิบัติร่วมกันก็ย่อมถือเป็นวัฒนธรรมของสังคมนั้น
3. วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขและกาลเวลาเมื่อมีการประดิษฐ์หรือค้นพบสิ่งใหม่ วิธีใหม่ที่ใช้ในการแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของสังคมได้ดีกว่า ย่อมทำให้สมาชิกเกิดความนิยมและในที่สุดอาจเลิกวัฒนธรรมดั้งเดิม การจะรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิมจำเป็นต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาวัฒนธรรมนั้นให้เหมาะสมมีประสิทธิภาพตามยุคสมัย
4. วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชนในสังคมใหญ่ย่อมมีเนื้อหา รูปแบบ บทบาทและหน้าที่แตกต่างกันไป หากว่าความต่างต่างนั้นไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสังคมโดยรวมแล้ว สมควรให้กลุ่มชนทั้งหลายมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมของกันและกัน เพราะสภาพความแตกต่างอย่างนี้เป็นธรรมชาติของวัฒนธรรม
5. วัฒนธรรมอาจจะจำแนกได้เป็นหลายประเภท คือ วัฒนธรรมประจำชาติ วัฒนธรรมสากล วัฒนธรรมเมือง และวัฒนธรรมพื้นบ้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรอบความคิดและวัตถุประสงค์ในการประยุกต์ใช้ของผู้จำแนกการจัดหมวดหมู่ของวัฒนธรรม เพื่อความสะดวกในการสื่อความและประสานงานอันเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินงานวัฒนธรรม
6. วัฒนธรรมเป็นทั้งพื้นฐานและเครื่องมือสำหรับสร้างเสริมความสามัคคีกลมเกลียวและความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยให้คนประพฤติปฏิบัติธรรมและพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกันบนผืนแผ่นดินเดียวกันทั้งในยามสุขและยามทุกข์
7. วัฒนธรรมเป็นกรอบและเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม จึงถือได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหลักในการประพฤติของสมาชิกของสังคมซึ่งอาจจะช่วยป้องกันและแก้ไขตลอดทั้งตอบสนองความต้องการของสมาชิกและของสังคมได้
8. วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ เป็นลักษณะเด่นประจำชาตินั้นๆหรือประจำหมู่คณะซึ่งมีส่วนช่วยให้ชุมชนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน อันจะทำให้เกิดความรักสามัคคีและจะส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะและธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ

แนวทางการพัฒนาทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนริมคลองบางหลวงจะสามารถดำเนินงานไปได้ต้องอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ชุมชนริมคลองบางหลวง จำเป็นจะต้องมีการพัฒนาการท่องเที่ยว การอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยใช้แนวคิดต่าง ๆ เป็นตัวช่วยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนริมคลองบางหลวงเพื่อเป็นประโยชน์กับผู้สนใจนำไปพัฒนาทางการตลาดในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชนริมคลองบางหลวง

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากร

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อมุ่งเน้นการได้ข้อมูลเชิงลึกและความคิดเห็นจากประชากรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งจะประกอบด้วยตัวแทนชุมชนและนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ตัวแทนคนในชุมชนโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 6 ตัวอย่างนี้ประกอบด้วย หัวหน้าชุมชน จำนวน 1 คน พระสงฆ์ประจำวัดกำแพง (คลองบางจาก) และวัดคูหาสวรรค์วรวิหาร จำนวนวัดละ 1 รูป รวม 1 รูป ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน ริมคลองบางหลวง จำนวน 3 คน

- | | | |
|-----|--------------------------|-----------------------------------|
| 1.1 | คุณสมชาย พิงศิลป์ | หัวหน้าชุมชนกำแพงทองพัฒนา |
| 1.2 | พระพินิจ อสุณี ณ อยู่ธยา | พระสงฆ์ประจำวัดกำแพง (คลองบางจาก) |
| 1.3 | พระครูศรีธรรมมาตร | พระสงฆ์ประจำวัดคูหาสวรรค์วรวิหาร |
| 1.4 | คุณธนพร รักสำรวจ | ชาวบ้านในชุมชนริมคลองบางหลวง |
| 1.5 | คุณชนานุช ช่อมาลี | ชาวบ้านในชุมชนริมคลองบางหลวง |
| 1.6 | คุณนพดล หงส์ศรีสกุล | ชาวบ้านในชุมชนริมคลองบางหลวง |

2. นักท่องเที่ยวได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงระบุเป็นนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 5 ตัวอย่างและนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 5 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ตัวแทนคนใน ชุมชนริมคลองบางหลวงและแบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนริมหลวงโดยกำหนดประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์ ออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 : การพัฒนาการท่องเที่ยวและด้านที่ 2 : การอนุรักษ์วัฒนธรรม

การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1. การศึกษารวบรวมเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี ประวัติชุมชนและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การวิเคราะห์เนื้อหา ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และชุมชนริมคลองบางหลวง
3. กำหนดประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เนื้อหาและคำศัพท์เฉพาะ ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์วัฒนธรรม

4. การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือและการประเมินผลที่เกิดค่า สอดคล้องระหว่างข้อความคำถามกับวัตถุประสงค์ของผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญของแบบ สัมภาษณ์ ประกอบด้วย

4.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนิษฐา อ่อนศิริ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ในสาขา วิชาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

4.2 คุณจิรภัทร งานไฉ่ ชาวบ้านในชุมชนริมคลองบางหลวง

4.3 พระมหาพินิจ ทองตาสี พระสงฆ์ประจำวัดกำแพง (คลองบางจาก)

โดยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสัมภาษณ์อยู่ในช่วงระหว่าง 0.67-1

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี ประวัติชุมชนและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และชุมชนริมคลองบางหลวง

2. สัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยการสัมภาษณ์ตัวแทนคนในชุมชนริมคลองบางหลวงโดยใช้ เทคนิคการสัมภาษณ์โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แบบตัวต่อตัว เพื่อเปิดเผยสิ่งจูงใจ แนวคิด ทศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยกำหนดคำถามออกเป็นประเด็นต่าง ๆ โดยก่อนการสัมภาษณ์จะแจ้ง วัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งขอความอนุเคราะห์ในการจัดบันทึกและอัดเสียงในระหว่างการสัมภาษณ์ โดยใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 40-90 นาที

3. สัมภาษณ์แบบสุ่มโดยบังเอิญโดยสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย 5คนและ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 5 คน โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แบบตัวต่อตัว เพื่อเปิดเผยสิ่งจูงใจ แนวคิด ทศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์โดยกำหนดคำถามออกเป็นประเด็นต่าง ๆ โดย ก่อนการสัมภาษณ์ จะแจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์พร้อมทั้งขอความอนุเคราะห์ในการจัดบันทึกและอัดเสียง ในระหว่างการสัมภาษณ์โดยใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 20-30 นาที

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากได้รวบรวมข้อมูลที่ระดับปฐมภูมิและทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเคราะห์ ข้อมูล แล้วนำเสนอผลการศึกษาในลักษณะของการตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยแบ่งเป็น ตัวแทนคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยใช้กรอบแนวคิด 2 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์วัฒนธรรม โดย ประยุกต์การเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบกับวิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) โดยมีการเก็บข้อมูล ปฐมภูมิ และทุติยภูมิโดยการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวแทนคน ในชุมชนและนักท่องเที่ยวด้วยการตั้งคำถามปลายเปิด หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งสองมาสังเคราะห์รวมกัน แล้วนำเสนอเป็นผลการศึกษาต่อไป

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลได้ผลการวิจัย ลักษณะข้อมูลตัวชี้วัดการพัฒนาทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1.การพัฒนาการท่องเที่ยว 2. การอนุรักษ์วัฒนธรรม ดังนี้

ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ตัวแทนคนในชุมชนทั้ง 6 คน มีความคิดเห็นในเรื่องของ การพัฒนาชุมชนริมคลองบางหลวงในการมีส่วนร่วมในชุมชน การดูแลรักษาความสะอาด ความเรียบร้อยของชุมชน ควรมีการรณรงค์ในด้านความสะอาด ให้คนในชุมชนช่วยกันรักษาความสะอาดเอาไว้ มีการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้

เพื่อส่งเสริมวิชาชีพที่มั่นคงเป็นของตัวเองพัฒนาคนในชุมชน ปรับทัศนคติคนในชุมชนทั้งหมดจึงจะเกิดการพัฒนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีได้ นอกเหนือจากนั้นหากชุมชนสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ จะทำให้ได้รับผลประโยชน์ คือ ทำให้มีรายได้เข้าสู่ชุมชนและครอบครัว คนในชุมชนสามารถนำความรู้ที่ตนเองมีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ปัญหาหรืออุปสรรคที่ขัดขวางการพัฒนาอีกอย่างหนึ่ง คือ เส้นทางเข้ามาลำบาก ไม่มีป้ายบอกทาง ที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอ ทำให้เกิดปัญหาในการจอดรถ นักท่องเที่ยวเดินทางลำบาก ส่วนคนในชุมชนไม่ค่อยให้ความร่วมมือจึงเกิดปัญหา ส่วนมากต่างคนต่างอยู่กันจะมีกิจกรรมถึงจะให้ความร่วมมือทำให้เกิดปัญหาและยังไม่ได้รับการดูแลจากหน่วยงานในภาครัฐและเอกชน แต่อย่างไรก็ตามตัวแทน คนในชุมชนริมคลองบางหลวงยังคงมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันว่าแหล่งท่องเที่ยวชุมชนริมคลองบางหลวง มีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมได้ เนื่องจากชุมชนริมคลองบางหลวงมีงานสถาปัตยกรรม เป็นการอนุรักษ์ วัฒนธรรมและโบราณสถานที่เก่าแก่ มีบ้านศิลปินและยังมีวัดแบบเดิม ๆ ที่ไม่ได้แต่งเติมอะไรให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมกัน บ้านศิลปินและวัดแบบเดิมที่เป็นจุดแข็งของชุมชน ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ในเรื่องของ การจัดการวางแผนในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนริมคลองบางหลวงจากการสัมภาษณ์เชิงลึก คนส่วนมากไม่ทราบข้อมูลในส่วนนี้แต่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าควรมีการจัดการวางแผนใน การดำเนินงาน เพื่อให้คนในชุมชนได้มีความร่วมมือกันที่จะพัฒนาชุมชนริมคลองบางหลวงให้ดีขึ้น

ในด้านของความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม คนในชุมชนริมคลองบางหลวง ส่วนมากยังไม่มีความรู้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและมีความเห็นว่า คนในชุมชนต่างคนต่างอยู่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและขาดความร่วมมือ ในการพัฒนาของชุมชนเหมือนอยู่กับคนละทางควรที่จะไปศึกษาหาประสบการณ์ ชวนกันไปอบรมเรื่องสาธารณูปโภค เพื่อที่จะได้ความรู้การพัฒนาในชุมชน ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดทำ กิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชนร่วมกันและช่วยกันประชาสัมพันธ์บอกต่อการแสดงโชว์ของหุ่นละครให้ดีกว่านี้ ควรจะรักษา ความสะอาดในบ้านศิลปิน ดูแลหน้าบ้านของตัวเองให้ดูสะอาดตาและพื้นที่ควรขยายให้ใหญ่กว่านี้ ในด้านการ พัฒนาบุคลากรในท้องถิ่นให้ มีความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ส่วนมากคิดว่าคนในชุมชนมีการ อบรม บุคลากรอยู่แล้ว แต่คนในชุมชนไม่ค่อยให้ความร่วมมือกันในการเข้าอบรมและการทำกิจกรรมต่าง ๆ และจาก การสัมภาษณ์ตัวแทนชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของ ชุมชนริมคลองบางหลวงไปในทิศทางเดียวกัน คือ ส่วนมากมีความคิดเห็นว่าดีอยู่แล้ว อากาศ ภูมิทัศน์โดยรอบชุมชนเป็นแบบเดิม ๆ คนในชุมชนมีความสุข เป็นบรรยากาศสำหรับให้คนมานั่งพักผ่อน และเป็นจุดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งความ สามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยว สามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่อวันได้มากถึง 500 คน ทั้งสถานที่จอดรถและสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนของ หน่วยงานของรัฐในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่อแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของการจัดหาถังขยะเพียงพอ แต่ยังคงขาด การประชาสัมพันธ์ ขาดป้ายบอกทาง ซึ่งเวลานักท่องเที่ยวมาทำให้ไม่รู้เส้นทางในการมาท่องเที่ยวจึงอยากให้ หน่วยงานของภาครัฐเข้ามาช่วยเรื่องงบประมาณการสนับสนุนในการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในด้านการตั้งราคาค่าเข้าชมสถานที่จากการสัมภาษณ์ตัวแทนชุมชนส่วนมาก คิดว่าควรตั้งราคาการเข้าชม หุ่นละครเล็ก เพราะมองว่าการแสดงหุ่นละครนั้นมีค่าใช้จ่ายไม่ว่าจะเป็นค่าชุดการแต่งกายและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการแสดงส่วนของการตั้งราคาของร้านค้ามี ความเหมาะสม เพราะว่ามีราคาที่ไม่แพงขึ้นอยู่กับต้นทุนของสินค้าที่ แตกต่างกันชุมชนริมคลองบางหลวงมีการใช้สื่อในการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวผ่านรายการต่างๆ เข้ามาทำโฆษณา ถ่ายรายการท่องเที่ยวมีการประชาสัมพันธ์ไปยังเว็บไซต์ต่างๆและยังมีการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียล เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญ ชมนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในชุมชนริมคลองบางหลวง แต่ยังคงมีปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อ คือ ขาดสื่อที่ชัดเจน ขาดบุคลากรที่จะเข้ามาดูแล ด้านการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโซเชียลต่างๆ ไม่มีใครเข้ามาทำ จากการสัมภาษณ์คน ในชุมชนจึงมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันว่าควรมีการพัฒนาในรูปแบบสื่อโซเชียลให้มีผู้ดูแลอย่างทั่วถึง ควรมีสื่อ โฆษณาต่างๆ และเพลงของชุมชนและมีแอดมินคอยให้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน เรื่องเส้นทางที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ริมคลองบางหลวงและในเรื่องของการอัปเดตเฟสบุ๊คที่สามารถแพร่กระจายได้ไวกว่า

ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม จากการสัมภาษณ์ตัวแทนคนในชุมชนทั้ง 6 คน ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ ช่วยประชาสัมพันธ์บางเวลาถูกค้ามา บางคนก็ไม่ได้รู้ว่าที่นี้มีการแสดงที่บ้านศิลปิน บางคนก็ตั้งใจมาแควัด เราก็แค่ส่งเสริมว่ามีสิ่งที่อนุรักษ์อยู่แล้วช่วยเป็นกระบอกเสียงให้ข้อมูล การนำของเก่าแก่มาโชว์ในร้าน วัดมีโบสถ์ให้อนุรักษ์ไว้อยู่แล้วและยังมีชุมชนเก่าแก่ที่อนุรักษ์สถานที่ไว้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวชุมชนริมคลองบางหลวงเป็นกิจกรรมเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม จากการสัมภาษณ์คนส่วนมากคิดเห็นว่าเป็นกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ที่บ้านศิลปินที่อนุรักษ์หุ่นละครเล็กรวมถึงชุมชนที่มีการดำเนินวิถีชีวิตแบบเดิมก็เป็นกิจกรรมอนุรักษ์ทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นผู้คนหรือบ้านเรือน

ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวน 10 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย 5 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 คน โดยนักท่องเที่ยวที่ให้สัมภาษณ์มีอายุตั้งแต่ 16-24 ปี โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มาพักผ่อนหย่อนใจเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเรื่องการพัฒนาชุมชนริมคลองบางหลวง นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน คือ การอนุรักษ์ของเก่าและบริเวณทางเดินเป็นไม้ไม่แข็งแรง อาจเกิดอันตรายต่อนักท่องเที่ยวได้ง่ายควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวรวมถึงขยะในแม่น้ำมีขยะในแม่น้ำควรมีการรณรงค์ให้กับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน ว่าควรที่จะพัฒนาในด้านป้ายบอกทาง เพราะบางคนอาจยังไม่รู้จักสถานที่นี้และในชุมชนมีถนนที่แคบเกินไปในส่วนของปัญหาหรืออุปสรรคที่ขัดขวางการพัฒนา นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน คือ ในพื้นที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ในการพัฒนา ทางเดินมีความลำบากในการเดินทางโดยภาพรวมอยากให้หน่วยงานภาครัฐอำนวยความสะดวกในพื้นที่ให้เพียงพอ แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันว่า มีปัญหาในเรื่องถนนและป้ายบอกทางที่ทำให้เป็นอุปสรรคขัดขวางการพัฒนา แต่นักท่องเที่ยวส่วนมากก็ยังคงคิดว่าชุมชนริมคลองบางหลวงมีศักยภาพที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เนื่องจากสภาพปัจจุบันของชุมชนริมคลองบางหลวงสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าคนในชุมชนริมคลองบางหลวงมีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมซึ่งสังเกตได้จากคนในชุมชนได้อนุรักษ์โดยการวาดภาพวิถีชีวิตสภาพแวดล้อมริมคลองบางหลวง เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวที่มาชุมชนริมคลองบางหลวงได้ชมและได้เห็นเจ้าของร้านปรับปรุงร้านอาหารให้นักท่องเที่ยว เกิดอยากเข้าไปใช้บริการร้านอาหารและคงราคาอาหารมาตรฐานนี้ไว้ ในเรื่องของการจัดวางแผนในการดำเนินงานของชุมชนริมคลองบางหลวง นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ นักท่องเที่ยวส่วนมากคิดว่าคนในชุมชนสามารถจัดการดำเนินงานเพื่อให้ชุมชนได้มีการพัฒนาตามเป้าหมายที่ชุมชนตั้งไว้ เห็นได้ จากการร่วมมือการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติก็มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันว่าในการดำเนินงานของชุมชนริมคลองบางหลวง สามารถบรรลุเป้าหมายได้แน่นอนเนื่องจากชุมชนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้นและมีการมาท่องเที่ยวที่ชุมชนมากขึ้นทำให้ชุมชน มีการพัฒนาไปในทางที่ดีด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวของชุมชน จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของชุมชนริมคลองบางหลวงไปในทิศทางเดียวกันคือบรรยากาศภายในชุมชนเป็นอากาศที่ดีและบริสุทธิ์ร่มรื่นเหมาะแก่การมาพักผ่อนในวันหยุด เป็นบรรยากาศแบบธรรมชาติที่ไม่ปรุงแต่ง ส่วนของหน่วยงานของรัฐในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่อแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของการให้ความสนใจกับชุมชนในการเข้ามาพัฒนาชุมชนในด้านป้ายบอกทางในการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนริมคลองบางหลวงและควรจัดถึงขยะไว้ให้สำหรับนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน เพื่อที่จะลดปัญหาขยะในน้ำพร้อมทั้งทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นทางเลือกและแนวทางในการมาท่องเที่ยวที่ชุมชนริมคลองบางหลวง

ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในเรื่องของการอนุรักษ์วัฒนธรรมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าชุมชนริมคลองบางหลวง เป็นกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม คือ นักท่องเที่ยวในส่วนมากคิดว่า เห็นได้จากในบ้านศิลปิน ตัวหุ่นละครเล็ก การดำเนินชีวิตของคนในชุมชนและที่พักของคนในชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ เพื่อที่จะให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวว่าจะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชนริมคลองบางหลวง นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ นักท่องเที่ยวในส่วนมากคิดว่าโดยส่วนร่วมในการโฆษณาบอกต่อการแชร์ประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาอย่างทั่วถึง ควรมีการกระจายข่าวให้มากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์โดยการถ่ายรูปในสถานที่ในชุมชน ริมคลองบางหลวงและโพสต์เป็นสถานะไปยังโซเชียลและแชทอินในเพื่อน ๆ ได้รู้จัก และในส่วนของความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนริมคลองบางหลวงนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ นักท่องเที่ยวในส่วนมากคิดว่าควรมีการพัฒนาให้ดีขึ้น เช่น ป้ายบอกทาง ขาดการประชาสัมพันธ์ ครัวอพทเขตข้อมูลต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวให้มากขึ้น

อภิปรายผล

ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวมีปัญหาหรืออุปสรรคที่ขัดขวางการพัฒนาในเรื่องของคนในชุมชนไม่ค่อยให้ความร่วมมือและไม่มีความรู้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากขาดการศึกษา คนส่วนมากต่างคนต่างอยู่นานๆทีจะมีกิจกรรมถึงจะให้ความร่วมมือทำให้เกิดปัญหาและยังไม่ได้รับการดูแลจากหน่วยงานในภาครัฐและเอกชนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธี เสริฐศรี (2557) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคกน้ำเกว๋มเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า คนในชุมชนขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการอนุรักษ์อย่างถูกต้อง เพราะเนื่องจากชาวบ้านส่วนมากเรียนจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีแค่คนบางกลุ่มเท่านั้นที่เข้าใจวัตถุประสงค์ของการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติของชุมชนโดยจะมีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำหลักในการอนุรักษ์หากจะทำให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มากขึ้นจะต้องมีการจัดอบรมให้ความรู้ถูกต้อง ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนรู้สึกหวงแหน จากผลวิจัยที่สอดคล้องกัน เนื่องจากคนในชุมชนริมคลองบางหลวงและชุมชนคลองโคก ขาดความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ซึ่งเป็นผลมาจากระดับการศึกษาของคนในชุมชนและยังขาดความร่วมมือกันในการพัฒนา

จากผลการวิจัย พบว่า ชุมชนริมคลองบางหลวงเป็นชุมชนมีศักยภาพที่จะสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ เพราะมีงานสถาปัตยกรรมเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม มีบ้านศิลปินและยังมีวัดโบราณที่ไม่ได้แต่ดั้งเดิมอะไรให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมกัน เป็นจุดแข็งของชุมชนเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีเป็นแหล่งศิลปวัฒนธรรมไทยที่ดีอยู่แล้ว ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ จันทร์จิรา สุขบรรจง(2559) ที่ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหนานมดแดง อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง พบว่า หนานมดแดงมีศักยภาพเพียงพอที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่หนานมดแดงมีการเอาใจใส่ในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการสร้างจิตสำนึกเรื่องการหวงแหนธรรมชาติในพื้นที่ให้แก่ประชาชน ในท้องถิ่นส่วนผู้ประกอบการที่เข้าไปทำธุรกิจในพื้นที่ล้วนเป็นคนในท้องถิ่นมีการบริหารแบบพี่น้องเครือญาติ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องพยายามบริหารจัดการเรื่องน้ำ และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ อย่างให้เกิดผลกระทบหรือเกิดผลกระทบให้น้อยที่สุดที่ขัดแย้งกัน เนื่องจากชุมชนริมคลองบางหลวงมีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ เพราะสภาพปัจจุบันที่ชุมชนเป็นอยู่สะท้อนถึงวัฒนธรรม ส่วนของหนานมดแดงก็มีศักยภาพเช่นกัน แต่เพราะสภาพปัจจุบันของหนานมดแดงมีการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนคนในชุมชนริมคลอง พบว่า ในเรื่องของสื่อที่ใช้สื่อในการโฆษณา แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองบางหลวงที่นักท่องเที่ยวได้รู้จักและเข้ามาท่องเที่ยวส่วนมากจะเป็นรายการท่องเที่ยวต่างๆ ที่เข้ามาเผยแพร่ข้อมูลของชุมชนออกไปมีการประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ต่าง ๆ และยังมีโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลเป็นการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในชุมชนริมคลองบางหลวงซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจวรรณ อุซุงศ์อมร (2553) เรื่องศึกษาพฤติกรรมและความต้องการในการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำดั้งเดิมภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทยกล่าวว่า นักท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา รู้จักตลาดน้ำจากเพื่อนญาติ รองลงมาคือ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ตและตลาดน้ำดำเนินสะดวก รู้จักจากเพื่อนญาติ รองลงมาคือ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ น้อยสุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ตและหนังสือพิมพ์ เนื่องจากชุมชนริมคลองบางหลวงตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีใช้สื่อในการกระจายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนริมคลองบางหลวงในด้านของการใช้สื่อผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม ชุมชนริมคลองบางหลวงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรมซึ่งมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมภายในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นในส่วนที่บ้านศิลปนิเวศการดำเนินชีวิต บ้านเรือน เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวชุมชนริมคลองบางหลวงมีบ้านศิลปนิเวศที่เป็นแหล่งอนุรักษ์หุ่นละครเล็ก ถือว่าชุมชนมีการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ที่มีประสิทธิภาพ แต่ยังคงขาดในเรื่องของงบประมาณในการปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปฐมภรณ์ จันทร์แก้ว (2555 , หน้า 169) การดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุกถือว่าเป็นหน้าที่สำคัญและหน้าที่หลักในการดำเนินงาน ดำเนินการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนให้เข้าไปในทางที่ดีและมีประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในตลาดสามชุกมีการพูดคุยถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมในส่วนต่างๆ ของตลาดสามชุก เพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชนสอดคล้องกัน เนื่องจากทั้ง 2 ชุมชนเป็นสถานที่อนุรักษ์เป็นการอนุรักษ์โดยชาวบ้านในชุมชนเองที่รักบ้านเกิดหวงแหนสิ่งที่เป็นธรรมชาติหรือของตั้งแต่รุ่นปู่ รุ่นย่าและมีการร่วมมือกันดูแลอนุรักษ์ สืบต่อเนื่องกันมายาวนานและไม่มีการประยุกต์ให้ทันสมัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

ชุมชนริมคลองบางหลวงมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยว คือ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติและระบบนิเวศสูงในชุมชนริมคลองบางหลวงยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งมีชุมชนเก่าแก่มีสถาบันตั้งอยู่ภายในชุมชน จากผลวิจัยพบว่า วัดกำแพง (คลองบางจาก) วัดคูหาสวรรค์วรวิหารและบ้านศิลปนิเวศที่มีการจัดแสดงหุ่นละครเล็กเพื่อเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากผลวิจัยพบว่าการเดินทางมาคลองบางหลวง สามารถเดินทางได้หลายวิธีและมีเส้นทางที่จะเข้ามาถึงชุมชนอยู่ 4 เส้นทาง ผู้วิจัยจึงเสนอว่า

1. ต้องมีการจัดทำในเรื่องของป้ายบอกทางเพื่อจะสามารถแก้ปัญหาการเข้าถึงพื้นที่ของนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้ดังกล่าวไปสอดคล้องกับความคิดเห็นของคุณสมชาย พึ่งศิลป์ หัวหน้าชุมชนกำแพงทองพัฒนาที่ได้กล่าวว่า “ทางเข้ามันจะแคบหน่อยแล้วก็เรื่องป้ายบอกทางเราจะน้อย งบประมาณไม่ได้มีเรื่องทำป้าย เรื่องทางที่จะเข้ามาจากซอยเพชรเกษมเข้ามา” ข้อมูลสอดคล้องกับความคิดเห็นของ พระครูศรีธรรมมาธร พระสงฆ์ประจำวัดคูหาสวรรค์วรวิหาร ที่ได้กล่าวว่า “ที่ขาดเลยคือ ป้ายบอกทาง ซึ่งจะมีแค่ที่บ้านศิลปนิเวศ ส่วนในชุมชนแล้วทางวัดยังไม่ได้มีป้ายบอกทางซึ่งถ้าใครมาแล้วยังไม่รู้จักอาจจะสับสนงบบ้างเล็กน้อยเพราะขาดป้ายบอกทางละเอียด” ซึ่งไปสอดคล้องกับคุณ ชนา

นุช ซ่อมาลีชาวบ้านในชุมชนริมคลองบางหลวง ได้กล่าวว่า “คนไม่ค่อยรู้ ชาติเรื่องของป้าย” ซึ่งตรงกับนักท่องเที่ยวก่อนที่ 3 ที่ได้กล่าวว่า “ยังไม่มีป้ายบอกเส้นทาง น่าจะเพิ่มป้ายบอกเส้นทางให้รู้ว่าจะไปตรงไหน ทางนี้ไปไหน”

2. ในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในการอำนวยความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น ถนน ป้ายบอกเส้นทาง ป้ายบอกสถานที่ จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าวว่า ชุมชนริมคลองบางหลวงควรจัดทำป้ายบอกทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยยื่นความจำนงผ่านสำนักงานเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร เรื่องการทำป้ายบอกเส้นทางเพื่อให้ชุมชนสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในส่วนของการจัดทำป้ายบอกทางสำหรับการเดินทางไปชุมชนริมคลองบางหลวง ในส่วนของป้ายบอกเส้นทางโดยรูปแบบของตัวป้ายเลือกใช้เป็นรูปทรงที่มีความเรียบง่ายตรงตามหลักการออกแบบป้ายบอกเส้นทางของเขตภาษีเจริญ เรื่องของวิถีชีวิตของชุมชนริมคลองบางหลวง เพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมมาใช้เป็นแนวทางในการทำป้ายที่ดูแล้วเข้าใจง่ายสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชนริมคลองบางหลวงได้ชัดเจน จึงเลือกใช้หลักการออกแบบที่ว่าด้วยการลดทอนของภาพจริงมาใช้โดยการนำภาพถ่ายจากการเก็บข้อมูลของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบง่ายต่อการสื่อความหมายและความเข้าใจสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ช่วยเพิ่มความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว การจัดทำป้ายบอกเส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวช่วยเรื่องบอกทิศทางและแนะนำนักท่องเที่ยวไปสู่พื้นที่เป้าหมายที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อความปลอดภัยและรวดเร็วเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ชุมชนริมคลองบางหลวงให้เป็นชุมชนที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวให้กับชุมชนริมคลองบางหลวง เพื่อที่จะสามารถพัฒนาเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืนต่อไป

การให้บริการการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองบางหลวงเพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชนริมคลองบางหลวงเจริญเติบโตผู้ประกอบการในพื้นที่ต้องมีการพัฒนาโดยเฉพาะด้านการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการให้แก่นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในเรื่องการจัดให้มีศูนย์บริการให้กับนักท่องเที่ยว

3. การประชาสัมพันธ์ให้ข่าวสารกับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีบุคลากรคอยให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวซึ่งข้อมูลดังกล่าวไปสอดคล้องกับความคิดเห็นของ คุณสมชาย พิงศิลป์ หัวหน้าชุมชนกำแพงทองพัฒนาที่ได้กล่าวว่า “พัฒนาในรูปแบบของสื่อโซเชียลให้มีผู้ดูแล เพราะตอนนี้เรายังคงขาดผู้ดูแลอย่างต่อเนื่องอยู่” ข้อมูลไปสอดคล้องกับความคิดเห็นของ พระครูศรีธรรมธรรมาธรร ได้กล่าวว่า “ควรมีสื่อโฆษณาชุมชนริมคลองบางหลวง เพจของชุมชน และมีแอดมินคอยตอบเรื่องเส้นทางเข้ามาท่องเที่ยวชุมชน” ข้อมูลซึ่งตรงกับความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยคนที่ 4 ได้กล่าวว่า “ควรมีสื่อโซเชียลให้ติดตามมากขึ้น”
4. จากบทสัมภาษณ์ในด้านการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกและให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความประทับใจ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ชุมชนริมคลองบางหลวงควรทำ “ศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยว”

2..ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม

ชุมชนริมคลองบางหลวงเป็นชุมชนริมน้ำเก่าแก่ที่มีการอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมไว้ภายในชุมชนแห่งนี้ และยังเป็นที่ตั้งของบ้านศิลปิน สถานที่ที่เก็บรวบรวมงานศิลปะหลากหลายแขนง จุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนชุมชนริมน้ำธรรมดาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีงานจิตรกรรม ภาพถ่าย และที่สำคัญ คือ การแสดงหุ่นละครเล็กโดยคณะค่านาย ซึ่งหุ่นละครเล็กในปัจจุบันเป็นสิ่งที่หาได้ยาก นอกจากบ้านศิลปินแล้วชุมชนแห่งนี้ ยังมีวัดโบราณเก่าแก่ ได้แก่ วัดกำแพง (คลองบางจาก) วัดโบราณที่เป็นที่ประดิษฐานของหลวงพ่อบ้านแหลมจำลอง มีโบราณสถาน โบราณวัตถุมากมาย สิ่งเหล่านี้แสดงถึงศิลปะและวัฒนธรรมเก่าแก่ที่ยังคงอยู่กับชุมชนริมคลองบางหลวง ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์วัฒนธรรมดังกล่าว ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม (Cultural Heritage Tourism) คือ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสและเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชนหรือสังคมอื่นที่สะท้อนผ่านวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีงานเทศกาล รวมไปถึงงานศิลปกรรมอื่นๆ ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมมุ่งเน้นให้ชุมชนเป็นเจ้าของวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยว ในฐานะ ผู้เยี่ยมชมได้ตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของมรดกวัฒนธรรม เพื่อเกิดแนวคิดที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืน นำมาประยุกต์ใช้กับชุมชนเพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนริมคลองบางหลวงสืบต่อไป เริ่มต้นจากการปลูกจิตสำนึกให้คนในชุมชนมีความตระหนักถึงคุณค่าของการอนุรักษ์วัฒนธรรมภายในชุมชนมีการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่างๆจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในด้านการอนุรักษ์ ดังนี้

วัดกำแพง (คลองบางจาก) และวัดคูหาสวรรค์วิหาร

1. ควรมีการติดต่อขอความร่วมมือกับกรมศิลปากรในการดูแลรักษาโบราณสถาน โบราณวัตถุ โดยจัดให้มีบุคลากรในการสำรวจดูแลโบราณสถานและวัตถุโบราณอยู่เสมอ เพื่อทำนุบำรุงซ่อมแซมสิ่งที่สึกหรอให้คงอยู่สืบต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยคนที่ 1 ที่กล่าวว่า “อยากให้หน่วยงานเข้ามาดูแลโบราณต่างๆ ในวัดในชุมชน เพราะไม่มีความรู้ในการทำนุบำรุงรักษา ยิ่งปัจจุบันคนก็เข้าวัดน้อยลง อยากให้วัดกับชุมชนได้มีอะไรที่มาร่วมกันแบบสมัยโบราณ”
2. ควรมีการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมให้กับชุมชนและนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับวัด เช่น การใส่บาตรพระสงฆ์ทางเรือในช่วงของวันสำคัญทางศาสนา เพื่อรำลึกถึงวัฒนธรรมและวิถีความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับวัดในอดีต

บ้านศิลปิน

บ้านศิลปิน สถานที่ที่เก็บรวบรวมงานศิลปะหลากหลายแขนงเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวยังชุมชนริมคลองบางหลวง จุดเด่นของบ้านศิลปิน คือ การแสดงหุ่นละครเล็กซึ่งเป็นการแสดงที่หาได้ยากในปัจจุบัน จากบทสัมภาษณ์ของคุณสมชาย พึ่งศิลป์ หัวหน้าชุมชนกำแพงทองพัฒนา ที่กล่าวว่า “บ้านศิลปินนี้ชัดเจนนะที่แสดงถึงการอนุรักษ์ของที่นี่ เขามีหุ่นละครเล็กมาแสดงให้ดูฟรีและเคยมีการสอนหุ่นละครเล็กด้วยแต่คนไม่ค่อยมาไม่ค่อยสนใจ แต่ที่นี้ชาวต่างชาติเยอะมากเขาอยากจะมาดู คิดว่าที่นี้ที่บ้านศิลปินควรมีการอนุรักษ์ต่อไปนะ”

3. ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการจัดกิจกรรมร่วมกับนักท่องเที่ยวให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ผ่านการทำกิจกรรมร่วมกับบ้านศิลปิน เช่น มีการเปิดสอนการแสดงหุ่นละครเล็กให้กับผู้ที่สนใจไม่ว่าจะเป็นคนในชุมชน เพื่อการสืบทอดศิลปะการแสดงให้คงอยู่และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อให้ตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของศิลปะการแสดงของไทย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการเก็บข้อมูลแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกควรเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ด้วย อย่างเช่น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุด

2. สำหรับผู้ทำวิจัยครั้งต่อไปเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนริมคลองบางหลวง อยากให้ศึกษาตัวแปรอื่นๆที่สำคัญ อย่างเช่น ด้านการบริการ ด้านความพึงพอใจ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการสื่อสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ เพื่อให้ครอบคลุมในเรื่องของแนวทางการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยว
3. ควรศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเพิ่มเติม โดยการแจกแบบสอบถามให้ได้ข้อมูลในแนวกว้าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมกลุ่มประชากร

เอกสารอ้างอิง

- จันทร์จิรา สุขบรรจง. (2559). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหนานมดแดง อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย. (2554). กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 18(1), 40
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนดดีไซน์.
- เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร. (2553). *ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการในการกลับมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำดั้งเดิมภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทย* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ปรัชญาพร พัฒนผล. (2554). *การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมแม่น้ำเพชรบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปฐมภรณ์ จันทร์แก้ว. (2555). *การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พระมหาพินิจ ตองตาสี. (2561 มิถุนายน 15). พระสงฆ์ประจำวัดกำแพง. สัมภาษณ์.
- สุถี เสริฐศรี. (2557). *แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคก อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Echtner, C.M., & Brent Ritchie, J.R. (2003). *The Meaning and Measurement of Destination Image*. *Journal of Tourism*

ความสัมพันธ์ระหว่างความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่
 ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

THE STUDY OF CONSUMER INNOVATIVENESS AND FINANCIAL
 APPLICATION/INTERNET BANKING CONSUMER BEHAVIOR OF WORKING PEOPLE
 IN BANGKOK AREA

ภริภัทร ภักดิ์ศรี¹, อุษา บุญถิ๋ว², ขนบพันธุ์ เอี่ยมโอภาส³, สุวรรณิ เดชวรชัย⁴,
 แก้วตา ผู้พัฒนาพงศ์⁵, แสงชัย เอกพัฒนาพาณิชย์⁶ และขวัญฤติดา วัฒนวรกิจ⁷

บทคัดย่อ

โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต นับเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการยอมรับอย่าง
 กว้างขวาง ดังนั้นจึงน่าสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการใช้
 โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต งานวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม โดยทำวิจัยเชิง
 ปริมาณและคุณภาพในลักษณะคู่ขนาน ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมีความสอดคล้อง
 กัน กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลไม่มั่นใจว่าตนเองมีลักษณะของความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้
 โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการระบุเหตุผลหลักด้านความสะดวกในการใช้
 งาน ในขณะที่เหตุผลหลักของผู้ไม่ใช้บริการ คือความกังวลเรื่องความปลอดภัยทางการเงิน เมื่อทดสอบสมมติฐาน
 ด้วยค่าทางสถิติ พบว่า ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่
 ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ในด้านประเภทของการใช้บริการด้านการบริหารบัญชี ด้านการชำระค่าสินค้า
 และบริการ และด้านการโอนเงิน และ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงิน
 ผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต

Abstract

Financial Application/Internet banking is widely acceptable as a new service/product in
 the business world today. Therefore, it is interested to be investigate the relationship between the
 consumer innovativeness and financial application/internet banking consumer behavior. The
 research methodology was conducted by Mixed Method technique. According to the study, the
 result was compatible both quantitative research and qualitative research. Most of respondents
 feel uncertain whether or not they have the consumer innovativeness attribute. In term of financial
 application/internet banking consumer behavior, respondents identify the reason of using financial
 application/internet banking as the convenience to use. Respondents who decide not to use
 financial application/internet banking explain that they are anxious about the financial security. In

¹⁻⁵ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

⁶ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร/กรรมการผู้จัดการบริษัท ดัน แอนด์ ซันส์ จำกัด

⁷ กรรมการ บริษัท เอ็มเพาเวอร์พลัส จำกัด

addition, the statistic results also show the relationship between the consumer innovativeness and financial application/internet banking consumer behavior in term of account management service, payment service, money transfer service and frequency of using the financial application/internet banking consumer behavior at significance level 0.05.

Keywords : Consumer innovativeness, financial application/internet banking consumer behavior

บทนำ

โปรแกรมประยุกต์ผ่านแอปพลิเคชันได้ถูกพัฒนาเพื่อนำมาใช้ในวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการซื้อขายแลกเปลี่ยน ทำธุรกรรมทางการเงิน หรือแม้แต่เป็นเงินตราแบบอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบกับกรุงเทพมหานครกำลังพัฒนาสู่การเป็นเมืองไร้เงินสด (Cashless Cities) ซึ่งจะใช้นวัตกรรมและเครื่องมือทางการเงินในรูปแบบใหม่แบบดิจิทัลผ่านอุปกรณ์ด้านไอทีและดิจิทัลในการทำธุรกรรมทางการเงินประเภทต่าง ๆ ธุรกิจหลายประเภทจึงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนี้ด้วยการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าปลีก ธนาคาร ธุรกิจด้านขนส่งเดินทาง เพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ลดความเสี่ยงในการถือเงินสดให้กับทั้งภาคธุรกิจและผู้บริโภค หากแต่การนำเสนอโปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตออกมาเพื่อให้ผู้บริโภคใช้นั้นยังมีข้อก้ำกัทางด้านกรยอมรับของผู้บริโภคว่าจะได้รับความนิยมหรือไม่ เนื่องจากโปรแกรมประยุกต์เหล่านี้เป็นสิ่งใหม่และผู้บริโภคนั้นอาจต้องเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างในการใช้งานโปรแกรมประยุกต์ฯ เหล่านี้ ซึ่งนี้อาจเป็นเหตุผลทำให้ผู้บริโภคชะลอการตัดสินใจในการยอมรับโปรแกรมประยุกต์ฯ

ประเด็นหนึ่งที่คณะผู้วิจัยนั้นให้ความสนใจคือ ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค (Consumer innovativeness) ซึ่งนับความสำคัญของปัจจัยตัวนี้จะเกี่ยวข้องกับระดับของผู้บริโภคในการนำเอาสินค้า บริการ หรือเทคโนโลยีที่มีนวัตกรรมในการขับเคลื่อนไปใช้ก่อนบุคคลอื่นในสังคม (Rogers and Shoemaker, 1971) ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่ายังไม่มีงานวิจัยใดที่มุ่งศึกษาถึงปัจจัยด้านความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคว่ามีผลต่อพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตในกลุ่มคนวัยทำงาน เพื่อจะเป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตให้ตรงกับผู้บริโภคกลุ่มนี้มากขึ้น ในอนาคต ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงให้ความสนใจในความเชื่อมโยงและอิทธิพลของความมีนวัตกรรมต่อพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้กับผู้ที่สนใจในการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตเอาไปวางแผนและออกแบบทางกลยุทธ์การดำเนินงาน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคกับการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามประเภทของการใช้บริการ

สมมติฐานย่อยที่ 1.1.1 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ตามประเภทการใช้บริการด้านการบริหารบัญชี

สมมติฐานย่อยที่ 1.1.2 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ตามประเภทการใช้บริการด้านการชำระค่าสินค้าและบริการ

สมมติฐานย่อยที่ 1.1.3 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ตามประเภทการใช้บริการด้านการโอนเงิน

สมมติฐานย่อยที่ 1.1.4 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ตามประเภทการใช้บริการด้านการลงทุน

สมมติฐานย่อยที่ 1.1.5 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ตามประเภทการใช้บริการด้านการใช้บริการเฉพาะด้าน

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความถี่ของการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

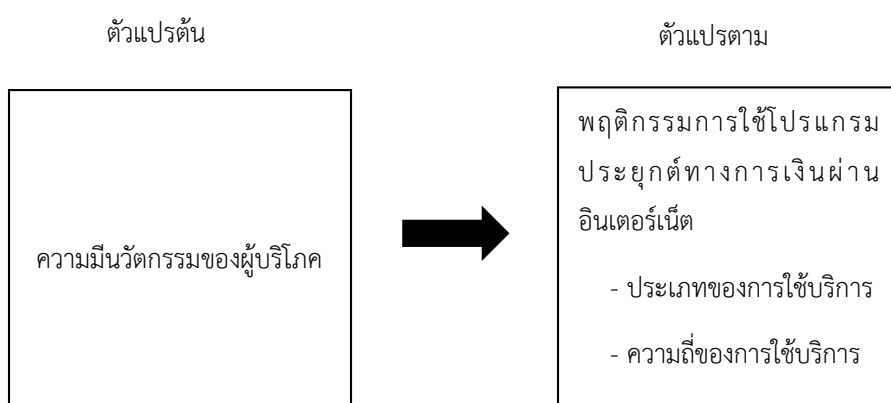
ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค (Consumer Innovativeness) หมายถึง แนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือเลือกตรายี่ห้อใหม่ และ มีความแตกต่าง มากกว่าการใช้รูปแบบหรือทางเลือกแบบเดิมๆ

โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต(Financial Application/Internet Banking) คือโปรแกรมซอฟต์แวร์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกกระบวนการจัดการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงินโดยให้บริการผ่านอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

คนวัยทำงาน หมายถึง คนที่มีอายุระหว่าง 15-59 ปี (ปัทมา ว่าพัฒน์วงศ์และปราโมทย์ ประสาทกุล, (ม.ป.ป.) ในเขตกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยครั้งนี้ได้นำทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับบริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสม (Mixed Method research) โดยทำวิจัยเชิงคุณภาพคู่ขนานกับการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพนั้นจะใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus group interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยผู้ให้ข้อมูล (Key informant) นั้นจะเป็นคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีการตรวจสอบเครื่องมือเชิงคุณภาพด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) การสอบแหล่งของข้อมูลแหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ แหล่งบุคคล ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล (Key informant) จำนวน 31 คน โดยแบ่งรูปแบบการสัมภาษณ์ใน 2 รูปแบบ คือ การสัมภาษณ์กลุ่ม จำนวน 3 กลุ่มๆ ละ 8 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึก 7 คน

การวิจัยเชิงปริมาณนั้นจะใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร คำนวณได้จากสูตร Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 เท่ากับจำนวน 400 ตัวอย่าง จากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (nonprobability sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คนและทดสอบค่าความเชื่อมั่นตามสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ระดับ 0.77

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ด้านความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคนั้น ผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์ในการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าตนเองมีลักษณะความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคโดยผู้ให้ข้อมูลมีเพียงบางคนเท่านั้นที่ระบุว่าตนเองเป็นคนแรกในกลุ่มเพื่อนที่ใช้สินค้า/บริการใหม่ และไม่ลังเลที่จะซื้อหากเป็นตราสินค้าที่ตนคุ้นเคย หรือเป็นกลุ่มสินค้า/บริการที่ตนให้ความสนใจ
2. ด้านพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของสถาบันการเงิน/ผู้ให้บริการมากกว่า 1 แห่ง โดยผู้ให้ข้อมูลที่เป็นพนักงานประจำนั้นใช้บริการโปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ของสถาบันการเงินที่รับโอนเงินเดือนของตนเองในแต่ละเดือนจากนายจ้าง โดยให้เหตุผลที่เลือกใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต มากกว่า 1 สถาบันการเงิน/ผู้ให้บริการ เนื่องด้วยแต่ละสถาบันการเงิน/ผู้ให้บริการนั้นมีรายละเอียดของการให้บริการ ขั้นตอนการเข้าใช้บริการ รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่ต่างกัน ส่วนผู้ให้ข้อมูลที่มีอาชีพค้าขายนั้นจะใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ในหลายสถาบันการเงิน/ผู้ให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า เหตุผลที่ผู้ให้ข้อมูลใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต คือ ความสะดวกและรวดเร็วในการใช้งาน ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปธนาคารและไม่ต้องเข้าแถวหรือรอคิวเพื่อรับบริการจากเจ้าหน้าที่ มีการให้บริการที่หลากหลายและสามารถจัดเก็บและตรวจสอบความถูกต้องของการทำรายการย้อนหลังได้ อีกทั้งมีความนิยมในปัจจุบันและการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเอง ทำให้รู้สึกทันสมัยและมีเทคโนโลยี ทั้งนี้ยังพบว่าผู้ไม่เคยใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ยังขาดความไว้วางใจในเรื่องเทคโนโลยี มีความกังวลด้านความปลอดภัยด้านการทำธุรกรรมผ่านโปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตรวมถึงรู้สึกไม่ยุ่งยากหากจะเดินทางไปทำธุรกรรมที่สถาบันการเงิน เมื่อสอบถามถึงความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคผู้ให้ข้อมูลมีความสนใจในสินค้าและบริการใหม่

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 -29 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 84 เคยใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้ โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 16 ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านความมั่นคงระดมของผู้บริโภคนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าตนเองมี คุณลักษณะของความมั่นคงระดมของผู้บริโภค ดังปรากฏตามค่าเฉลี่ยของมาตรวัดความมั่นคงระดมของผู้บริโภค 3.02 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะรอให้มีการทดสอบคุณภาพของสินค้า/บริการก่อนจึงจะใช้สินค้า/บริการใหม่ ดังปรากฏตามค่าเฉลี่ยของมาตรวัดความมั่นคงระดมของผู้บริโภค 2.59

2. กลุ่มของผู้ที่เคยใช้บริการโปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต มี พฤติกรรมการใช้บริการดังนี้ บริการด้านการบริหารบัญชี บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ บริการรายการบัญชีและรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีของบัญชีเงินฝาก บริการด้านการชำระค่าสินค้าและบริการ บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ บริการการชำระค่าสินค้าและบริการ เช่น ค่า สาธารณูปโภค การซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ บริการด้านการโอนเงิน บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ บริการโอนเงินภายในประเทศระหว่างบัญชีต่างธนาคาร และ โอนเงินภายในประเทศระหว่างบัญชีของ ธนาคารแห่งนั้น ทั้งนี้พบว่าปริมาณการใช้บริการทั้ง 2 ประเภทในระดับใกล้เคียงกัน ส่วนเหตุผลของการใช้ โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต มากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน ใช้บริการได้ อย่างรวดเร็ว และ สามารถใช้บริการได้โดยไม่จำเป็นต้องรอการให้บริการจากพนักงาน (ตามลำดับ)

ความถี่ในการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่ามีการใช้ บริการ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์ ในระดับใกล้เคียงกัน เครื่องมือที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการ ใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ รองลงมา คือ เครื่อง คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และผู้มีบทบาทในการตัดสินใจใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ได้แก่ ตนเอง เพื่อน และ เพื่อนร่วมงาน (ตามลำดับ) ในประเด็นนี้พบข้อมูลที่น่าสนใจว่า พนักงานธนาคารเป็น ผู้มีบทบาทในการตัดสินใจใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ในลำดับที่ 4 ซึ่งมีร้อยละ ของผู้ตอบ ใกล้เคียงกับ ลำดับที่ 3 คือเพื่อนร่วมงาน

3. สำหรับผู้ไม่เคยใช้บริการโปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ให้ เหตุผลที่ไม่ใช้บริการ เพราะ มีความกังวลเรื่องความปลอดภัยทางการเงิน ไม่ถนัดเรื่องเทคโนโลยี การใช้งานมีความ ยุ่งยาก ขั้นตอนการสมัครใช้บริการมีความยุ่งยาก ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าทางสถิติ พบว่า

สมมติฐานที่ 1 ความมั่นคงระดมของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต

สมมติฐาน 1.1 ความมั่นคงระดมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตจำแนกตามประเภทของการใช้บริการ

1.1.1 ความมั่นคงระดมของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ตามประเภทของการใช้บริการด้านการบริหารบัญชี ประเภท รายการบัญชี และรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีของบัญชีเงินฝาก และ การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.1.2 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ตามประเภทของการใช้บริการด้านการชำระค่าสินค้าและบริการ ประเภทการชำระค่าสินค้าและบริการ และ การกำหนดวันชำระเงินล่วงหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.1.3 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ตามประเภทของการใช้บริการด้านการโอนเงิน ประเภทการโอนเงินภายในประเทศ ระหว่างบัญชีของธนาคารแห่งนั้น การโอนเงินภายในประเทศระหว่างบัญชีต่างธนาคาร และ การโอนเงินไปต่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.1.4 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ด้านการลงทุน ประเภทการใช้บริการเกี่ยวกับบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.1.5 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ตามประเภทของการใช้บริการด้านการใช้บริการเฉพาะด้าน ประเภทการแจ้งอายุตัดสมุดคู่ฝากกรณีสูญหาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2.1 ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

เมื่อพิจารณาด้านความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวิษชุดา กิมอ่วม และบุหงา ชัยสุวรรณ (2559) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการชมและการยอมรับละครผลิตซ้ำที่เป็นแนวเรื่องย้อนยุคทางออนไลน์ ที่พบผลการวิจัยว่า ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ออนไลน์ ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นว่า ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์นวัตกรรมในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นโปรแกรมประยุกต์ทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตหรือละครผลิตซ้ำที่เป็นแนวเรื่องย้อนยุคทางออนไลน์

ผู้วิจัยยังพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีอายุไม่เกิน 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท และทำงานในองค์กรที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีและโทรคมนาคมจะมีความสนใจในสินค้า/บริการใหม่ ในกลุ่มสินค้าเทคโนโลยี เช่น สมาร์ทโฟน รุ่นใหม่ล่าสุดซึ่งเมื่อเทียบกับกลุ่มเพื่อนในที่ทำงานเดียวกันจะมีความสนใจเหมือนกัน แต่หากเทียบกับเพื่อนกลุ่มอื่นมักจะเป็นคนแรกที่สนใจสินค้ากลุ่มเทคโนโลยี นอกจากนี้ ยังพบว่าคนกลุ่มนี้จะมีความสนใจในสินค้า/บริการใหม่ ชอบทดลองใช้สินค้า/บริการใหม่ ไม่เฉพาะสินค้า/บริการกลุ่มเทคโนโลยี แต่ให้ความสนใจสินค้า/บริการกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคด้วย

งานวิจัยยังพบอีกว่าผู้ให้ข้อมูลเพศหญิงนั้นจะมีความสนใจในสินค้าแฟชั่นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Goldsmith & Hofacker (1991) ที่ได้ศึกษาความสนใจของบุคคลในกลุ่มผลิตภัณฑ์บางชนิดแล้วพบว่า กลุ่มผู้หญิงอายุน้อยมักให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์กลุ่มแฟชั่นมากกว่าผลิตภัณฑ์กลุ่มอื่น

ผู้วิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้ไม่มีความกังวลในการใช้สินค้า/บริการใหม่แม้ว่าจะยังไม่มีทดสอบคุณภาพสินค้า/บริการนั้นก่อนและหากยังเป็นตราสินค้าที่คุ้นเคยจะตัดสินใจซื้อโดยไม่ลังเล แม้ว่าผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะดังกล่าวจะมีน้อย แต่ถือเป็นกลุ่มที่ธุรกิจที่เน้นสินค้า/บริการนวัตกรรมจะต้องพยายามรักษาฐานของลูกค้ากลุ่มนี้ไว้ให้ได้อย่างยิ่งยั้ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Roger (1983) ที่นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการยอมรับและความพร้อมที่จะใช้สินค้าใหม่ การยอมรับการใช้สินค้า/บริการใหม่ในกลุ่มนวัตกรรม (Innovator) ซึ่งกล่าวถึงลักษณะของคนกลุ่มนี้ว่าเป็นคนกลุ่มแรกที่จะซื้อเมื่อสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด มีสัดส่วนประมาณ

ร้อยละ 2.5 ของผู้บริโภคในตลาดแต่คนกลุ่มนี้จะซื้อด้วยความเต็มใจโดยไม่ต้องทดลองใช้ เป็นคนรุ่นใหม่ ฐานะทางการเงินดี มีการศึกษาสูง และสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการแนะนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด (Coward et al, 2008)

ข้อเสนอแนะเพื่อใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

1. เหตุผลของการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุดในลำดับแรกคือความสะดวกในการใช้งาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีวิถีชีวิตเร่งรีบ เสียเวลาในการเดินทางมาก โดยผู้ให้บริการ/สถาบันการเงินที่ต้องการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตให้ใช้งานได้ง่าย ใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา และปรับใช้ได้ในอุปกรณ์ไอทีที่มีรูปแบบการใช้งานหลากหลาย สำหรับอุปกรณ์ไอทีที่คนวัยทำงานนิยมใช้มากที่สุดในการเข้าถึงโปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ รองลงมา คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ในประเด็นนี้นั้นจะสามารถนำไปพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตที่สอดคล้องกับเครื่องมือที่ใช้

2. ผู้มีบทบาทในการตัดสินใจใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นพบข้อมูลจากผลการวิจัยที่น่าสนใจว่า พนักงานธนาคารเป็นผู้มีบทบาทในการตัดสินใจใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ดังนั้น ผู้ให้บริการ/สถาบันการเงินที่ให้บริการโปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตสามารถนำไปใช้ในการวางแผนเกี่ยวกับผู้นำเสนอสาร หรือผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการนี้ ตลอดจนการวางแผนเนื้อหาที่จะนำเสนอบริการ

3. กลุ่มผู้ที่ไม่ได้ประสบความสำเร็จในการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นพบว่ามีความกังวลอย่างมากด้านความปลอดภัยของการใช้งาน แม้ว่าจะตระหนักดีว่าวิธีการนี้สะดวกและลดความยุ่งยาก รวมถึงมีมุมมองว่าการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต มีความยุ่งยากและต้องมีความรู้เรื่องเทคโนโลยีจึงจะสามารถใช้งานได้ ผู้ให้บริการ/สถาบันการเงินจำเป็นต้องลดความกังวลและสร้างความเชื่อมั่นในประเด็นเหล่านี้ เพื่อจูงใจในการทดลองใช้ครั้งแรกก่อน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. หากมีการทำการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปนั้นควรจะขยายพื้นที่ในการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมมากขึ้น เช่น ในเขตพื้นที่หัวเมืองใหญ่อื่น รวมถึงวิธีการสุ่มตัวอย่างนั้นควรจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น

2. ควรศึกษาการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ในประเด็นอื่นเพิ่มเติม เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันอย่างมาก

เอกสารอ้างอิง

ปัทมา ว่าพัฒนางศ์ และปราโมทย์ ประสาทกุล. (ม.ป.ป.). ประชากรไทยในอนาคต. สืบค้นเมื่อ

28 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/ipsr/annualconference/conferenceii/article/article02.htm>

วิชชุดา กิมอ่วม และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างความมีนวัตกรรมของ

ผู้บริโภคกับพฤติกรรมการชม และการยอมรับละครผลิตซ้ำที่เป็นแนวเรื่องย้อนยุคทางออนไลน์.

วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า , 2(3), 12 – 28

Coward, K. O., Fox, G. L., & Wilson, A. E. (2008). A structural look at consumer

innovativeness and self-congruence in new product purchases. Psychology

&Marketing, 25(1), 55-65.

Goldsmith, R.E., & Hofacker, C.F. (1991). Measuring consumer innovativeness.

Journal of the Academy of Marketing Science. 19(3), 209-221.

Rogers, E.M. (1983). Diffusion of Innovations, 3rd ed., The Free Press, New York, NY.

Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). Communication of Innovations. New York
: The Free Press.

**การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนจากการบูรณาการประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรม
ของชุมชนเขาคีรีส อำเภอรามกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชรสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

**DEVELOPMENT OF COMMUNITY TOURISM FROM THE INTEGRATION
OF HISTORY AND CULTURE OF KHAO KHIRIS COMMUNITY,
PHRANKRATAI DISTRICT, KHAMPANGPHET PROVINCE TO CREATIVE TOURISM**

รัชนิวรรณ บุญอนนท์*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส อำเภอรามกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร และ 2) เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส อำเภอรามกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกประชาชนท้องถิ่นในตำบลเขาคีรีส จำนวน 12 คน การประชุมเชิงปฏิบัติการภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนเขาคีรีส จำนวน 10 คน และการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำนวน 20 คน ซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ที่มีศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่น มีจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ โบราณสถานเขานางทอง วัดเขาคีรีส และวัดพระนอน และแหล่งท่องเที่ยวด้านวิถีเกษตรและวัฒนธรรม จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ สวนส้มโชกุน สวนผักแปลงใหญ่ สวนแมล่อน ส่วนการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส พบว่า ได้เส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 4 เส้นทาง ดังนี้ (1) ตามรอยประวัติศาสตร์พระร่วงและนางทอง (2) ตามรอยวิถีวัฒนธรรมและวิถีเกษตรของชุมชนเขาคีรีส (3) สัมผัสวิถีอาชีพของชุมชนเขาคีรีส และ (4) ตามรอยประวัติศาสตร์และวิถีวัฒนธรรมเกษตรชุมชนเขาคีรีส โดยได้เลือกเส้นทางที่ 4 เป็นเส้นทางทดลอง ผลการทดลองเส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ โบราณสถานเขานางทอง รองลงมา คือ สวนส้มโชกุน สวนผักแปลงใหญ่และสวนแมล่อนซากังราว ตามลำดับ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ วัดพระนอน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวชุมชน, การบูรณาการประวัติศาสตร์และวิถีวัฒนธรรม, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

*ปรัชญาศุภภัคบัณฑิต (ปรด.) สาขาวิชายุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

โปรแกรมวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Abstract

The purposes of this study were 1) to develop the potential and the unique identity of the history and culture of the Khiris community, Phrankratai district, Kamphangphet province, and 2) to develop a tourism route and a tourism activity from the potential and the unique identity of history and culture of the Khiris community, Phrankratai district, Kamphangphet province. Data were collected by in-depth interviews of 12 locals of Khao Khiri district, by a workshop with 10 parties involved in the tourism of the Khiris community, and by satisfaction interviews of 20 tourists. The qualitative data were investigated by using content analysis. The quantitative data was analyzed by using frequency, percentage, and standard deviation. The findings revealed that there are 3 potential historical and unique identity attractions namely, Khao Nang Thong archaeological site, Khao Khiris Temple, and Phra Non Temple, and there are 3 agricultural and cultural attractions namely, Chokun orange orchard, Big vegetable farm, and Chakanrao melon orchard. The development of a tourism route and a tourism activity from the potential and the unique identity of the history and culture of the Khiris community found 4 tourism routes and activities namely, 1) following the history of Phra Ruang and Nang Thong, 2) following the cultural and agricultural ways of the Khiris community, 3) experiencing the career of the Khiris community, and 4) following the history and agricultural way of the Khiris community. The 4 routes were chosen as a pilot tourism route by tourists. The results revealed that the overall satisfaction of the tourists was at a high level. The highest mean of the satisfaction was Khao Nang Thong archaeological site, followed by Chokun orange orchard, Big vegetable farm, and Chakanrao melon orchard respectively. The lowest mean of the satisfaction was Phra Non Temple.

Keywords: Community tourism, Historical and cultural integration, Creative tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวชุมชน เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เน้นผลประโยชน์เพื่อชุมชน ดังนั้น การท่องเที่ยวชุมชนจึงเป็นความหวังของชุมชนในด้านการนำรายได้มาสู่ชุมชน การท่องเที่ยวชุมชนเกิดขึ้นจากกระแสพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง จากการที่นักท่องเที่ยวมีทางเลือกที่มากขึ้น แต่ทางเลือกหนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมมากขึ้น คือ การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้วัฒนธรรมในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และมีความสนใจลักษณะของการท่องเที่ยวเฉพาะทางมากขึ้น และจากกระแสที่เน้น “ความรับผิดชอบต่อและจิตสำนึก” ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรส่งผลให้การท่องเที่ยวชุมชนเป็นจุดสนใจ เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้แสดงถึงความรับผิดชอบต่อและจิตสำนึก (พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์, 2553, หน้า 1-3) การท่องเที่ยวชุมชนเป็นการนำเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนมาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะทรัพยากรการท่องเที่ยวจากมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ปัจจุบันการท่องเที่ยวชุมชนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยม เพราะนอกจากจะได้เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนที่เรียบง่ายมีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชนนั้น ได้สัมผัสการต้อนรับที่แสนอบอุ่นแล้ว พื้นที่ตั้งของชุมชนแต่ละแห่งส่วนใหญ่ยังมีความสมบูรณ์ของ

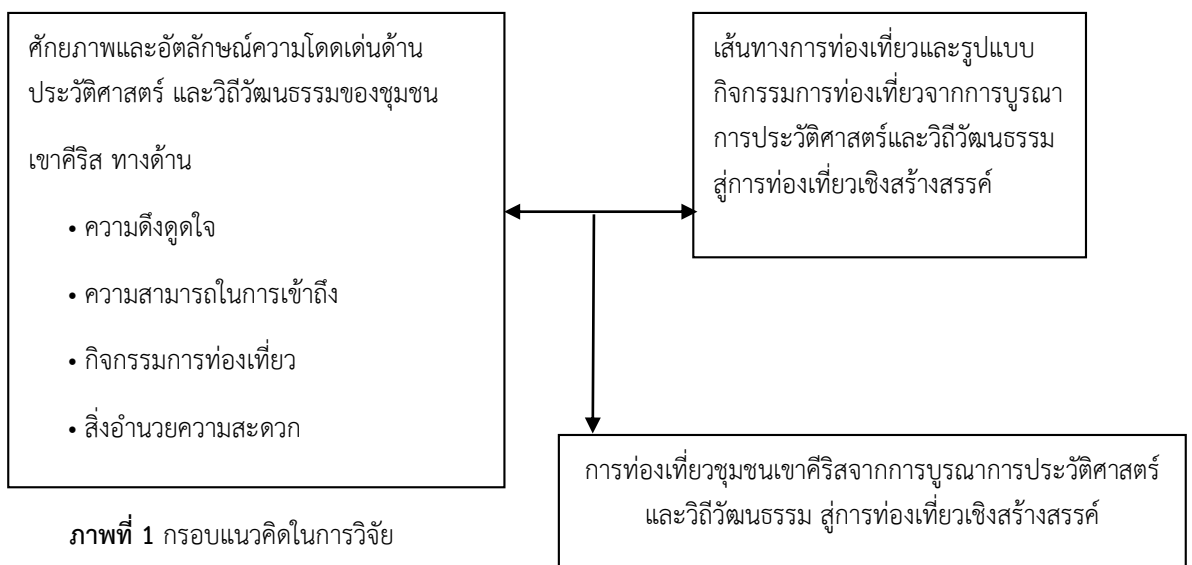
ทรัพยากรธรรมชาติ อีกทั้งการมาท่องเที่ยวชุมชนสามารถช่วยกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน ทำให้สามารถเลี้ยงตัวเองได้แบบยั่งยืน ส่งผลให้จังหวัดต่าง ๆ สนับสนุนให้ชุมชนจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จังหวัดกำแพงเพชรเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้กระจายอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดกำแพงเพชร โดยเฉพาะตำบลเขาคีรีส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร เป็นพื้นที่หนึ่งที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ของตำบล ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ไปเที่ยวชม เช่น ประวัติศาสตร์โบราณสถานเขานางทอง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ และการปลูกพืชปลอดสารพิษ เป็นต้น ส่งผลให้ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวชมและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ประเพณีและการปลูกพืชปลอดสารพิษในตำบลเขาคีรีสอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยปีละ 40,000 คน (เทศบาลตำบลเขาคีรีส , 2559) จากการที่ตำบลเขาคีรีสมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้เทศบาลตำบลเขาคีรีส พยายามผลักดันให้ประชาชนในตำบลมีการจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง แต่การที่จะจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ประเด็นสำคัญประการแรกก็คือ ประชาชนในชุมชนจะต้องทราบศักยภาพพื้นที่ของตนว่าสามารถจัดการการท่องเที่ยวได้หรือไม่ ซึ่งจากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ยังไม่มีนักวิจัยท่านใดทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนเขาคีรีส ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนจากการบูรณาการประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส และการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งผลการวิจัยจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขาคีรีสต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของ ชุมชนเขาคีรีส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 3.

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล

1. ประชาชนท้องถิ่นในตำบลเขาคีรีส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 12 คน กำหนดขนาดผู้ให้ข้อมูลตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และสุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง
2. ภาคที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวของตำบลเขาคีรีส ได้แก่ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการและประชาชน จำนวน 10 คน กำหนดขนาดผู้ให้ข้อมูลตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และสุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง
3. นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมทดลองเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้น กำหนดขนาดผู้ร่วมทดลอง จำนวน 30 คน แต่เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวสมัครเข้าร่วมทดลองเส้นทางฯ จำนวน 20 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนผู้เข้าร่วมทดลองเส้นทาง จำนวน 20 คน และสุ่มผู้ร่วมทดลองเพื่อให้ข้อมูลแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของ ชุมชนเขาคีรีส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร
2. การประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) ภาคที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อร่วมกันพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. แบบสอบถามความพึงพอใจนักท่องเที่ยวต่อผลการทดลองเส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ (check-list) จำนวน 4 ข้อ

โดยสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อเส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวของชุมชนเขาคีรีส เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (rating scales) ชนิด 5 ตัวเลือก จำนวน 48 ข้อ และแบบสอบถามแบบเลือกตอบจำนวน 1 ข้อ

ซึ่งแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (rating scales) ชนิด 5 ตัวเลือก มีค่าการจัดอันดับตามเกณฑ์ของประคอง กรรณสูตร (2542, หน้า 73) ดังนี้

- | | |
|---|----------------------------------|
| 1 | แปลความหมายว่า พึงพอใจน้อยที่สุด |
| 2 | แปลความหมายว่า พึงพอใจน้อย |
| 3 | แปลความหมายว่า พึงพอใจปานกลาง |
| 4 | แปลความหมายว่า พึงพอใจมาก |
| 5 | แปลความหมายว่า พึงพอใจมากที่สุด |

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาหลักการสร้างประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม
3. สร้างประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับศักยภาพและอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์และวิถีวัฒนธรรมโดยให้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา
4. ส่งประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและการวิจัย จำนวน 5 ท่าน พิจารณาความเที่ยงตรง (validity) และความเป็นปรนัย (objective)
5. นำแบบสอบถามที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกข้อที่มี ค่า $IOC \geq 0.5$ ขึ้นไป พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อที่ใช้ได้มีค่า IOC ระหว่าง 0.8 - 1.0
6. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกับชุมชนเขาศรีสรี คือ ชุมชนเพชรนิยมน จำนวน 30 คน นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามมาคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.97 และนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามเพื่อใช้ในการประเมินผลเส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเขาศรีสรี ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นักวิจัยลงพื้นที่เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนในตำบลเขาศรีสรี
2. นัดหมาย วัน และเวลาสถานที่ในการสัมภาษณ์ประชาชนท้องถิ่นในตำบลเขาศรีสรี จำนวน 12 คน ทางโทรศัพท์
3. นักวิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ประชาชนท้องถิ่น พร้อมบันทึกข้อมูล จนครบ 12 คน รวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปเขียนรายงานวิจัยต่อบัณฑิตuate ประสงค์ข้อที่ 1 และนำไปสู่การสร้างเครื่องมือในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2
4. ผู้วิจัยจัดทำหนังสือเชิญภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนเขาศรีสรี ประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อร่วมกันพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเขาศรีสรี ผู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้ข้อมูลจากวัตถุประสงค์ข้อ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนา
5. โทรศัพท์นัดหมายกับภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ที่เชิญเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับวัน เวลา และสถานที่จัดประชุม
6. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 1 ครั้ง

พร้อมบันทึกข้อมูลที่ได้จากการประชุม

7. ได้เส้นทางการท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาครีส์ อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

8. ประกาศเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้าร่วมทดลองเส้นทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้น จำนวน 30 คน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวสนใจเข้าร่วมทดลองฯ จำนวน 20 คน

9. จัดทดลองเส้นทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้น ในวันที่ 26 สิงหาคม 2561 ตั้งแต่เวลา 07.00-16.30 น. พร้อมสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อเส้นทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ในรูปของค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviations) และใช้การบรรยายประกอบคำอธิบายผลของข้อมูลจากตาราง

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยโดยประยุกต์ตามเกณฑ์ของ ประคอง กรรณสูตร (2542, หน้า 73) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ผลการศึกษา

1. การศึกษาศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาครีส์ อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชนเขาครีส์ ในประเด็น ดังนี้ ความดึงดูดใจ (Attraction) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ผลการศึกษา พบว่า ชุมชนเขาครีส์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถนำมาจัดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ โบราณสถาน

เขานางทอง วัดพานทองศรีมิ่งคล วัดเขาศีริส วัดพระนอน ด้านวิถีเกษตรและวัฒนธรรม จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ สวนส้มโชกุน สวนผักแปลงใหญ่ สวนแมล่อน ซึ่งศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นโดยภาพรวม พบว่า

1.1 โบราณสถานเขานางทอง มีสิ่งดึงดูดใจที่จะให้นักท่องเที่ยวไปชม ได้แก่ เจดีย์ทรงดอกบัวตูม หรือทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ซึ่งเป็นเจดีย์ศิลปะสมัยสุโขทัยเจดีย์ราย 3 องค์ วิหาร 4 ตอน และรอยพระพุทธรูป ด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่า โบราณสถานเขานางทองเดินทางเข้าถึงทางรถยนต์ ซึ่งถนนที่เข้าถึงเป็นถนนลาดยาง เข้าถึงได้สะดวกทุกฤดูกาล ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า โบราณสถานเขานางทองสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องสุขา ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและสถานที่จอดรถ ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยว ณ โบราณสถานเขานางทองที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ ได้แก่ การถ่ายภาพ การชมเจดีย์ศิลปะสมัยสุโขทัย การชมวิวกว้างที่ตำบลเขาศีริส และการชมโบราณสถานพร้อมเรียนรู้เรื่องเล่าเกี่ยวกับตำนานนางทองและพระร่วง ด้านอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของโบราณสถานเขานางทองที่แตกต่างจากที่อื่นในจังหวัดกำแพงเพชร คือ มีโบราณสถานที่สูงขึ้นในสมัยสุโขทัย และมีตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับนางทองและพระร่วง

1.2 วัดพานทองศรีมิ่งคล มีสิ่งดึงดูดใจที่จะให้นักท่องเที่ยวไปชม ได้แก่ เสาไม้ตะเคียน จำนวน 22 ต้น ซึ่งสันนิษฐานว่าเสาไม้ดังกล่าวจะเป็นเสาศาลาที่ประทับของเจ้าผู้ครองนครในอดีต อนึ่งนอกจากนี้ยังมีเครื่องปั้นดินเผา และเครื่องใช้ไม้สอยภายในครัวเรือนของชาวเมืองโบราณ ด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่า วัดพานทองศรีมิ่งคลเดินทางเข้าถึงทางรถยนต์ ซึ่งถนนที่เข้าถึงเป็นถนนลูกรัง เข้าถึงได้ทุกฤดูกาล ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า วัดพานทองศรีมิ่งคล มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องสุขา และสถานที่จอดรถ ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในวัดพานทองศรีมิ่งคล ได้แก่ การถ่ายภาพและชมเสาไม้ตะเคียน ชมเครื่องปั้นดินเผา และเครื่องใช้ไม้สอยภายในครัวเรือนของชาวเมืองโบราณ ส่วนอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของวัดพานทองศรีมิ่งคลที่แตกต่างจากที่อื่นในจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า วัดไม่มีอัตลักษณ์ความโดดเด่นที่แตกต่างจากที่อื่น

1.3 วัดเขาศีริส มีสิ่งดึงดูดใจที่จะให้นักท่องเที่ยวไปชม ได้แก่ หลวงพ่อโต อายุประมาณ 56 ปีซึ่งมีตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับความศักดิ์สิทธิ์ และรอยพระพุทธรูปจำลอง ด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่า วัดเขาศีริส เดินทางเข้าถึงทางรถยนต์ ซึ่งถนนที่เข้าถึงเป็นถนนลาดยาง เข้าถึงได้สะดวกทุกฤดูกาล ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า วัดเขาศีริส มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องสุขา และสถานที่จอดรถ ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในวัดเขาศีริส ได้แก่ การถ่ายภาพและการกราบขอพรหลวงพ่โต ชมและกราบสักการะรอยพระพุทธรูปจำลอง ส่วนอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของวัดเขาศีริสที่แตกต่างจากที่อื่นในจังหวัดกำแพงเพชร คือ เป็นสถานที่ประดิษฐานหลวงพ่โต อายุประมาณ 56 ปี

1.4 วัดพระนอน มีสิ่งดึงดูดใจที่จะให้นักท่องเที่ยวไปชม ได้แก่ พระนอน หลวงพ่อศิลา หรือ พระพุทธลีลาธรรมราช ซึ่งมีตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับการค้นพบหลวงพ่ศิลา และบ่อน้ำเก่า ด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่า วัดพระนอน เดินทางเข้าถึงทางรถยนต์ ซึ่งถนนที่เข้าถึงเป็นถนนลาดยาง เข้าถึงได้สะดวกทุกฤดูกาล ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า วัดพระนอน มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องสุขา และสถานที่จอดรถ ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในวัดพระนอน ได้แก่ การถ่ายภาพและขอพรพระนอนและหลวงพ่ศิลา และชมบ่อน้ำเก่าของวัด ส่วนอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของวัดพระนอนที่แตกต่างจากที่อื่นในจังหวัดกำแพงเพชร คือ หลวงพ่ศิลา หรือ พระพุทธลีลาธรรมราช

1.5 สวนส้มโชกุน มีสิ่งดึงดูดใจที่จะให้นักท่องเที่ยวไปชม คือ สวนส้มโชกุนเป็นสวนส้มที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดกำแพงเพชร ด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่า สวนส้มโชกุน เดินทางเข้าถึงทางรถยนต์ ซึ่งถนนที่เข้าถึงเป็นลูกรัง เข้าถึงได้ทุกฤดูกาล ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สวนส้มโชกุน มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้

บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่จอดรถ ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในสวนส้มโชกุน ได้แก่ การถ่ายภาพ กิจกรรมเก็บส้มโชกุน และกิจกรรมทำน้ำส้มสด ส่วนอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของสวนส้มโชกุนที่แตกต่างจากที่อื่นในจังหวัดกำแพงเพชร คือ เป็นสวนส้มที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดกำแพงเพชร

1.6 สวนผักแปลงใหญ่ มีสิ่งดึงดูดใจที่จะให้นักท่องเที่ยวไปชม คือ แปลงผักหลากหลายชนิด เช่น กุ๋ยช่าย มะระ พริก กวางตุ้ง มะเขือ และดอกขจร เป็นต้น ด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่า สวนผักแปลงใหญ่ เดินทางเข้าถึงทางรถยนต์ ซึ่งถนนที่เข้าถึงเป็นลูกรังสลับกับถนนลาดยาง เข้าถึงได้ทุกฤดูกาล ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สวนผักแปลงใหญ่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องสุขา และสถานที่จอดรถ ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในสวนส้มโชกุน ได้แก่ ถ่ายภาพกับแปลงผัก กิจกรรมเก็บผักกลับบ้าน และกิจกรรมเก็บผักทำอาหาร ส่วนอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของสวนผักแปลงใหญ่ที่แตกต่างจากที่อื่นในจังหวัดกำแพงเพชร คือ เป็นสวนผักปลอดสารพิษที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดกำแพงเพชร และมีผักประมาณ 22 ชนิด

1.7 สวนเมล่อน มีสิ่งดึงดูดใจที่จะให้นักท่องเที่ยวไปชม คือ แปลงเมล่อน และแปลงผักมะระ ได้หวั่น ด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่า สวนเมล่อน เดินทางเข้าถึงทางรถยนต์ ซึ่งถนนที่เข้าถึงเป็นถนนลาดยาง เข้าถึงได้ทุกฤดูกาล ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สวนเมล่อน มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องสุขา และสถานที่จอดรถ ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในสวนเมล่อน ได้แก่ การถ่ายภาพเมล่อนหลากหลายพันธุ์ กิจกรรมชิม ปั่นน้ำเมล่อน และกิจกรรมเก็บมะระทำอาหาร ส่วนอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของสวนเมล่อนที่แตกต่างจากที่อื่น คือ เป็นสวนเมล่อนที่มีเมล่อนหลากหลายพันธุ์ที่รสหอม หวาน อร่อย

2. การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า

2.1 การพัฒนาเส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส พบว่า ได้เส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 4 เส้นทาง ดังนี้

เส้นทางที่ 1 ตามรอยประวัติศาสตร์พระร่วงและนางทอง

เส้นทางที่ 2 ตามรอยวิถีวัฒนธรรมและวิถีเกษตรของชุมชนเขาคีรีส

เส้นทางที่ 3 สัมผัสวิถีอาชีพของชุมชนเขาคีรีส

เส้นทางที่ 4 ตามรอยประวัติศาสตร์และวิถีวัฒนธรรมเกษตรชุมชนเขาคีรีส

อนึ่งจาก 4 เส้นทางและรูปแบบกิจกรรมฯ ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรที่เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส ได้มีมติให้ผู้วิจัยเลือกเส้นทางที่ 4 เป็นเส้นทางที่จะทำการทดลองโดยนักท่องเที่ยว ซึ่งเส้นทางที่ 4 มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์และวิถีวัฒนธรรม จำนวน 6 จุด ดังนี้

จุดที่ 1 โบราณสถานเขานางทอง กิจกรรมถ่ายภาพกับโบราณสถานบนเขานางทอง กราบสักการะรอยพระพุทธรูป พร้อมชมวิวทิวทัศน์ของชุมชนเขาศีริส ซึ่งจุดที่ 1 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเรียนรู้ตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับนางทองและพระร่วง

จุดที่ 2 สวนส้มโชกุน ชมและถ่ายภาพกับส้มโชกุน พร้อมทำกิจกรรมและเรียนรู้วิธีการเก็บส้มโชกุน นั่งรถชมสวนส้มโชกุนที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งจุดที่ 2 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเรียนรู้วิธีการเก็บส้มโชกุน

จุดที่ 3 สักการะหลวงพ่อโต วัดเขาศีริส กราบสักการะและขอพรจากหลวงพ่อโตและรอยพระพุทธรูป พร้อมฟังตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อโต ซึ่งจุดที่ 3 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเรียนรู้ตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อโต

จุดที่ 4 สักการะหลวงพ่อศิลา วัดพระนอน อายุ 700 ปี กราบสักการะและขอพรจากหลวงพ่อศิลา พร้อมฟังตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับหลวงพ่อศิลา และชมบ่อน้ำโบราณพร้อมกิจกรรมโยนเหรียญเสี่ยงทาย ซึ่งจุดที่ 4 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเรียนรู้ตำนานเรื่องเล่าเกี่ยวกับหลวงพ่อศิลา

จุดที่ 5 สวนผักแปลงใหญ่ ชมและเรียนรู้วิธีการปลูกผักหลากหลายชนิด เช่น ผักคื่นฉ่าย ฟริก มะเขือ และคะน้า เป็นต้น ซึ่งเป็นผักปลอดสารพิษทั้งหมด พร้อมทำกิจกรรมเก็บผักกลับบ้าน ซึ่งจุดที่ 5 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเรียนรู้วิธีการปลูกผักและเก็บผัก

จุดที่ 6 สวนเมล่อนซากักราว ชมและเรียนรู้วิธีการปลูกเมล่อน พร้อมทำกิจกรรมร่วมชิมและปั่นเมล่อนหลากหลายรสชาติ ซึ่งจุดที่ 6 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเรียนรู้วิธีการปลูกเมล่อน

2.2 การทดลองเส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาศีริส โดยนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 75.00 มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.00 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.00 มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 60.00 ส่วนผลการศึกษาคือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเขาศีริส โดยภาพรวมพบดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยว โดยภาพรวม

แหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. โบราณสถานเขานางทอง	3.85	0.58	มาก
2. สวนส้มโชกุน	3.81	0.75	มาก
3. วัดเขาศีริส	3.68	0.68	มาก
4. วัดพระนอน	3.45	1.00	ปานกลาง
5. สวนผักแปลงใหญ่	3.70	0.64	มาก

6. สวนเมล็ดองชากังราว	3.70	0.64	มาก
รวม	3.70	0.62	มาก

จากตารางที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยว โดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D = 0.62) โดยแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โบราณสถานเขานางทอง ($\bar{X} = 3.85$, S.D = 0.58) รองลงมา คือ สวนส้มโชกุน ($\bar{X} = 3.81$, S.D = 0.75) สวนผักแปลงใหญ่และสวนเมล็ดองชากังราว ($\bar{X} = 3.70$, S.D = 0.64) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ วัดพระนอน

($\bar{X} = 3.45$, S.D = 1.00) และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง พบดังนี้

โบราณสถานเขานางทอง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบรรยายให้ข้อมูลของผู้นำเที่ยว รองลงมา คือ ตำนานเรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยว และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่จอดรถเพียงพอ สะดวก ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ห้องสุขาสะอาด เพียงพอกับนักท่องเที่ยว

สวนส้มโชกุน พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา คือ การบรรยายให้ข้อมูลของผู้นำเที่ยว และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ห้องสุขาสะอาด เพียงพอกับนักท่องเที่ยว

วัดเขาศิริส พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ตำนานเรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา คือ การบรรยายให้ข้อมูลของผู้นำเที่ยว และสถานที่จอดรถเพียงพอ สะดวก ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ห้องสุขาสะอาด เพียงพอกับนักท่องเที่ยว

วัดพระนอน พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่จอดรถเพียงพอ สะดวก รองลงมา คือ การบรรยายให้ข้อมูลของผู้นำเที่ยว และเส้นทางเข้าถึงสะดวก ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ห้องสุขาสะอาด เพียงพอกับนักท่องเที่ยว

สวนผักแปลงใหญ่ พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบรรยายให้ข้อมูลของผู้นำเที่ยว รองลงมา คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางเข้าถึงสะดวก ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ห้องสุขาสะอาด เพียงพอกับนักท่องเที่ยว

สวนเมล็ดองชากังราว พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบรรยายให้ข้อมูลของผู้นำเที่ยว รองลงมา คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางเข้าถึงสะดวก ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ห้องสุขาสะอาด เพียงพอกับนักท่องเที่ยว

อนึ่งนอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมีความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางที่ 4 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความประทับใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเขาศีริส

แหล่งท่องเที่ยว	ความประทับใจ		อันดับ
	ประทับใจ	ไม่ประทับใจ	
1. โบราณสถานเขานางทอง	11	9	4
2. สวนส้มโชกุน	16	4	1
3. วัดเขาศีริส	1	19	5
4. วัดพระนอน	1	19	5
5. สวนผักแปลงใหญ่	13	7	3
6. สวนเมล่อนซากังราว	14	6	2

จากตารางที่ 2 ความประทับใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเขาศีริส พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวประทับใจเรียงอันดับจากมากไปน้อยใน 3 อันดับแรก ดังนี้ อันดับที่ 1 สวนส้มโชกุน อันดับที่ 2 สวนเมล่อนซากังราว และ อันดับที่ 3 สวนผักแปลงใหญ่

อภิปรายผล

1. การศึกษาศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาศีริส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ชุมชนเขาศีริสมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่สามารถนำมาจัดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวได้ทางด้านประวัติศาสตร์จำนวน 4 แห่ง และทางด้านวิถีเกษตรและวัฒนธรรมจำนวน 3 แห่ง ส่วนอัตลักษณ์ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์มีอัตลักษณ์ความโดดเด่น จำนวน 3 แห่ง ส่วนอีก 1 แห่ง ไม่มีอัตลักษณ์ความโดดเด่น คือ วัดพานทองศิริมงคล ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวิถีเกษตรและวัฒนธรรม พบว่า ทั้ง 3 แห่งมีศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นที่แตกต่างจากที่อื่นในจังหวัดกำแพงเพชร สอดคล้องกับการศึกษาของ นุชนาฏ เชียงชัย (2558) ซึ่งทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง พบว่า สิ่งที่น่าสนใจให้ เลือกท่องเที่ยวในจังหวัดลำปางมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยว มีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะ คือ วัดพระธาตุลำปางหลวง และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ กุลวดี ละม้ายเงิน (2552) กล่าวว่า ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวต้องสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว

อนึ่งนอกจากนี้ หากพิจารณาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านประวัติศาสตร์และวิถีเกษตรและวัฒนธรรมส่วนใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว คือ ห้องสุขา แต่ห้องสุขาที่มีมาตรฐานด้านความสะอาดและมีจำนวนไม่เพียงพอกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพาพร ไตรบรรณ (2557) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาหมู่บ้านอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการเดินทาง ด้านความสะอาดและการกำจัดขยะ และด้านผลิตภัณฑ์ของ

ที่ระลึก ส่วนปัจจัยรองลงมาที่นักท่องเที่ยวมีทัศนคติว่าควรปรับปรุงเพิ่มเติม ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการบริการการท่องเที่ยว

2. การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจากศักยภาพและอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนเขาคีรีส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร ผู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ได้เส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเขาคีรีส จำนวน 4 เส้นทาง ดังนี้ (1) เส้นทางที่ 1 ตามรอยประวัติศาสตร์พระร่วงและนางทอง (2) เส้นทางที่ 2 ตามรอยวิถีวัฒนธรรมและวิถีเกษตรของชุมชนเขาคีรีส (3) เส้นทางที่ 3 สัมผัสวิถีอาชีพของชุมชนเขาคีรีส และ (4) เส้นทางที่ 4 ตามรอยประวัติศาสตร์และวิถีวัฒนธรรมเกษตรชุมชนเขาคีรีส สอดคล้องกับการศึกษาของอุทัยรัตน์ ณ นคร และคณะ (2558) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดตราด พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตราดมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีจุดเด่นตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ทัศนียภาพ ประวัติศาสตร์อันโดดเด่น และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยได้นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3 เส้นทาง ได้แก่ 1) เส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์ “เล่าเรื่องเมืองตราด เรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม” เน้นการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เพื่อเรียนรู้ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจของจังหวัดตราด 2) เส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์ “ชุมชนสร้างสรรค์ เรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาวตราด” ส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรม เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนที่มีความหลากหลายของจังหวัดตราด และ 3) กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ “อาหารการกิน เยือนถิ่นผลไม้รสเลิศ” นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตชาวสวนผลไม้ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด รวมทั้งลองชิมและเรียนรู้อาหารพื้นบ้านตำรับเมืองตราด

ส่วนผลการทดลองเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ วัดพระนอน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก วัดพระนอนมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อวัดพระนอน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกข้อ อนึ่งนอกจากนี้ หากพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อห้องสุขาสะอาด เพียงพอนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับ ปานกลาง ฉะนั้น หากจะให้การท่องเที่ยวของชุมชนเขาคีรีสประทับใจนักท่องเที่ยว ควรมีการปรับปรุงห้องสุขาที่สะอาด และมีจำนวนที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว รวมทั้ง ควรมีห้องสุขาสำหรับนักท่องเที่ยวที่พิการและผู้สูงอายุด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ กุลวดี ละม้ายเงิน (2552) กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใด สถานที่หนึ่ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ คือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานที่จอดรถ และห้องสุขา เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1.1 ชุมชนเขาคีรีส ควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาเส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนเขาคีรีส รวมทั้งนำข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวไปใช้ในการพัฒนาให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และเป็นการกระตุ้นดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชุมชน เขาคีรีสเพิ่มมากขึ้น

- 1.2 ประชาชนท้องถิ่นในชุมชนเขาศีริส ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน โดยมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การใช้ประโยชน์ การติดตามและประเมินผล และร่วมบำรุงรักษา ซึ่งการเข้ามามีส่วนร่วมดังกล่าวจะส่งผลให้ประชาชนท้องถิ่นเกิดความรัก ความหวงแหนแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นตน และก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป
 - 1.3 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานจังหวัดกำแพงเพชร สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร และเทศบาลตำบลเขาศีริส เป็นต้น ควรนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการวางแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเขาศีริส และการจัดทำการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างมีทิศทางและมีจัดการที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนอย่างแท้จริง
2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป
- 2.1 ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนเขาศีริส เพื่อกระตุ้นดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
 - 2.2 ควรทำการศึกษาศักยภาพของประชาชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อจะทำให้ทราบว่าประชาชนท้องถิ่นมีศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับใด

เอกสารอ้างอิง

- กุลวดี ละม้ายเงิน. (2552). **องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว**. อุบลราชธานี. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ทิพาพร ไตรบรรณ. (2557). **ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว**
- เชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาหมู่บ้านอรุณภูมิ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เทศบาลตำบลเขาศีริส. (2559). **ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป**. กำแพงเพชร. อัดสำเนา
- นุชนาฏ เชียงชัย. (2558). **การใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประคอง กรรณสุด. (2542). **สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมร์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์. (2553). **การท่องเที่ยวชุมชน**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- อุทัยรัตน์ ณ นคร และคณะ (2558). **การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดตราด**. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

พฤติกรรมของเยาวชนที่มีต่อการเล่นกีฬา E-Sport ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร THE BEHAVIOR OF YOUTH TO PLAYING E-SPORT IN BANGKOK

ปิยเมธ โสภาสกิจ[†]

ธนาชัย สุขวณิช^{**}

บทคัดย่อ

การศึกษาที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเล่นกีฬา E-Sport ของเยาวชนในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 390 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้เป็นเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยหาค่า t-test และค่า F-test หรือค่า One Way ANOVA

ผลการศึกษารูปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 15 ปีขึ้นไป ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีจำนวนครั้งในการเล่นกีฬา E-Sport 4-6 ครั้ง/สัปดาห์ ใช้เวลาในการเล่นกีฬา E-Sport 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และมีจะมาเล่นกีฬา E-Sport ในเวลา 16.01-20.00 น.

ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ พฤติกรรมการเล่นกีฬา E-Sport ด้านเวลาที่ใช้งานความถี่ของการใช้งาน และช่วงเวลาในการใช้งานมีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเล่นกีฬา E-Sport

ABSTRACT

The study is aimed to study 1) the individual factors of the youth group in Bangkok 2) Overview of youth with behavior toward sports E-Sport 3) The opinions of the youth towards entrepreneurship. E-Sport sports career in Bangkok 4) comparing the views of young people to the profession of sports E-Sport in Bangkok. By personal factors

The samples used in the research. Youth group in Bangkok 390 instrument used in this study was a questionnaire rating scale level 5, data analysis, statistics. Were frequency, percentage, average, and standard deviation. Test the hypothesis by using t-test and the F-test or One Way ANOVA cases, the difference was statistically significant. To detect differences in pairs. The significance level 0.05 or 95% confidence level using a formula based on how Scheffe 'test to test the difference in pairs.

Keywords : Reviews. Sports E-Sport.

[†] ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ มหาวิทยาลัยเกริก.

^{**} ปริญญาเอก มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์(ร.ป.ด.).

บทนำ

ปัจจุบัน e-Sports ถูกพัฒนาให้เป็นกีฬา และมีการแข่งขันระดับโลกเกิดขึ้นมากมาย เช่น World Cyber Games Championship มีบุคคลที่มีชื่อเสียงหลายคนให้ความสนใจในการทำธุรกิจ e-Sports เช่น นักแสดง ฮอลลีวูดอย่าง “แอชตัน คุชเชอร์” หรือนักกีฬาบาสเก็ตบอล NBA “เมจิก จอห์นสัน” หรือแม้แต่ซูเปอร์สตาร์จากไต้หวันอย่าง “เจย์ โจว” ยังเป็นเจ้าของทีม Taipei Assassins ที่ได้เข้าแข่งขันเกมออนไลน์ League of Legends ในประเทศไต้หวันอีกด้วย โดย e-Sports ที่มีผู้นิยมเล่นมากที่สุด คือ เกม LOL (League of Legends) มีผู้เล่นทั่วโลกกว่า 70 ล้านคน ส่วนประเทศไทยนิยมเล่นเกม Hon ทั้ง 2 เกม เป็นเกมแนว MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) ที่ทั่วโลกให้การยอมรับขณะที่เด็กไทยให้ความสนใจกับ e-Sports มากขึ้นเรื่อยๆ

สำหรับในประเทศไทย กีฬา E-Sports ก็ได้รับความนิยมสูงเช่นกัน เพราะเป็นกีฬาที่ไม่มีข้อจำกัด เรื่องเพศและอายุ ส่วนเกมที่นิยมเล่นกันอย่างกว้างขวางก็มีมากมายหลายเกม อาทิ Dot A (โดต้า หรือ ดอทเอ, เกมแนววางแผนการรบ Real Time Strategy) Special Force Starcraft 2 (เกมแนววางแผนการรบ Real Time Strategy) และอื่นๆ ตามแต่จะจัดการแข่งขันกันขึ้น โดยในแต่ละเกมก็จะมีจัดการแข่งขัน (Tournament) ขึ้นมากมายในแต่ละปี รางวัลสำหรับผู้ชนะนั้นก็จะเป็นเงินสด มากน้อยขึ้นอยู่กับผู้จัดรายการ ถ้าเป็นรายการใหญ่ เงินรางวัลรวมก็จะมีมูลค่าหลายแสนบาท หรือถ้าเป็นรายการทั่วไป เเรตของเงินรางวัลจะอยู่ประมาณ 30,000 - 80,000 บาท จึงไม่น่าแปลกใจว่า ในปัจจุบันได้มีผู้เข้าแข่งขันกีฬา E-Sports เพิ่มขึ้นทุกวัน และยังทำให้เกิดการรวมกลุ่ม เพื่อตั้งเป็นทีมกีฬา E-Sports ลงแข่งขันอย่างจริงจังในหลายๆ เกม

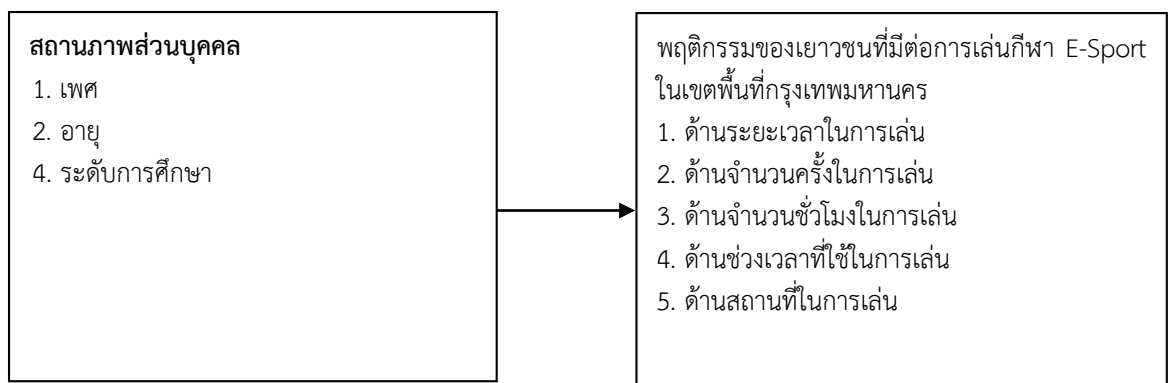
จากที่ได้กล่าวถึงการเล่นกีฬา E-Sport เป็นกีฬาที่มีการแข่งขันทางธุรกิจออนไลน์มีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ผู้ให้บริการการเล่นกีฬา E-Sport มีการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ การชักจูงใจ ความเชื่อและการกระตุ้นพฤติกรรมให้แก่ผู้เล่นกีฬา E-Sport ให้เกิดความต้องการที่จะเล่นนั้น ๆ โดยการเข้าถึงผู้เล่นได้อย่างครอบคลุมและต่อเนื่องทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ตามเข้ามา ทำให้ผู้เล่นเข้าถึงการเล่นกีฬา E-Sport ไม่ว่าจะผ่านทางด้านสื่อการโฆษณาในรูปแบบใหม่ ๆ มากมาย จากการสำรวจร้านเกมในบริเวณกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ที่เล่นกีฬา E-Sport ส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเป็นเยาวชนที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมของเยาวชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในการเล่นกีฬา E-Sport จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเล่นกีฬา E-Sport

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ทำการการศึกษาวิเคราะห์โดยค้นคว้าจากหนังสือ ตำราวิชาการ รายงานการศึกษาวិทยานิพนธ์ของผู้ที่ทำการศึกษาก่อนหน้านี้ และงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยการนำทฤษฎี แนวคิด ข้อมูลที่ค้นคว้าจากตำรา และข้อมูลสารสนเทศ รวบรวมมาวิเคราะห์ร่วมกับผลวิจัยที่ได้ โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรต้น (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) ได้แก่ กลุ่มเยาวชนในช่วงอายุ 15-18 ปี ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเยาวชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน) โดยใช้สูตรการคำนวณของ W.G.cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 390 คน

แทนสูตรการคำนวณหา $n =$ (จำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับประชากรที่มีขนาดใหญ่)

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

เมื่อ

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

5 โดยทั่วไปนิยมใช้สัดส่วน)0% หรือ 0.50(

E คือ ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

Z คือ ที่ระดับนัยสำคัญ 1.96 เท่ากับ 0.05

95ความเชื่อมั่น% ($>> Z = 1.96$

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (จะต้องสอดคล้องกับค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นนั้นๆ) เช่น ระดับความเชื่อมั่น95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$n =$ คน 385 หรือ 384.16

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่างและเพื่อป้องกันผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามยังไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรองแบบสอบถามเพิ่มอีก 5 ตัวอย่าง รวมแบบสอบถามทั้งสิ้น 390 ตัวอย่าง

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นศึกษาวิจัยที่เน้นการดำเนินงานเชิงปริมาณ ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ในขั้นตอนนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมี 2 ตอน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) ได้แก่ กลุ่มเยาวชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนครั้งในการเล่นกีฬา E-Sport เวลาในการเล่นกีฬา E-Sport

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของเยาวชนที่มีต่อการเล่นกีฬา E-Sport ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนและค่าน้ำหนักตัวเลขตามวิธีวิจัยของ ลิเคิร์ท (Likert Scale) ตามระดับความสำคัญ ดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด
 การแปลค่าความหมาย ผู้วิจัยใช้คะแนนเฉลี่ยเป็นเกณฑ์ในการแปลค่า โดยกำหนดช่วงในการจำแนก ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงการวัด} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ \text{แทนค่าได้} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์การแปลค่าความหมายของแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ดังนี้

4.21-5.00	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.41-4.20	ระดับความคิดเห็นมาก
2.61-3.40	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
1.81-2.60	ระดับความคิดเห็นน้อย
1.00-1.80	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นศึกษาวิจัยที่เน้นการดำเนินงานเชิงปริมาณ ดังนั้นการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมี 2 วิธี คือ

1. ตรวจสอบเครื่องมือ โดยนำเครื่องมือที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ว่าประเด็นคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยหรือไม่ แล้วนำผลการพิจารณาไปทำการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธีการหาดัชนีความสอดคล้อง โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- +1 หมายถึง คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย
- 1 หมายถึง คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

หลังจากนั้นนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญหาความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยแทนค่าสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC คือ ดัชนีความสอดคล้อง (index of item - objective congruence)

R คือ คะแนนความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การแปลความหมายมีดังนี้

ค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 หมายความว่า คำถามนั้นวัดตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า IOC น้อยกว่า 0.50 หมายความว่า คำถามนั้นวัดไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม

โดยค่า IOC ของแบบสอบถามทั้งหมดมีค่าอยู่ในระหว่าง 0.667-1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้

ดังนั้นแบบสอบถามดังกล่าวจึงตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มเยาวชนในจังหวัดใกล้เคียงที่มีได้เป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยวิธีการของ Cronbach's วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรง หรือค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient alpha) โดยค่าความเชื่อมั่นจะต้องอยู่ที่ระดับ 0.70 เพื่อแสดงว่าเป็น

แบบสอบถามที่สามารถยอมรับได้ Hybels, S., & Weaver, R. L. (1995) และมีความเชื่อมั่น จึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป (ไพฑูริย์ โพธิสว่าง, 2556, น. 154-155) โดยงานวิจัยนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายความพฤติกรรมของเยาวชนที่มีต่อการเล่นกีฬา E-Sport ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยแบบสอบถามในส่วนต่างๆ นั้น จะใช้สถิติในการวิเคราะห์ผลดังนี้

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) ได้แก่ กลุ่มเยาวชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนครั้งในการเล่นกีฬา E-Sport เวลาในการเล่นกีฬา E-Sport วิเคราะห์โดย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และ ค่า ร้อยละ (Percentage)

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเยาวชนที่มีพฤติกรรมการเล่นกีฬา E-Sport ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) วิเคราะห์โดย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์หาข้อสรุปของสมมติฐาน ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการศึกษาดังนี้

การวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมของเยาวชนที่มีต่อการเล่นกีฬา E-Sport ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติ Independent t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม และใช้สถิติการหาความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มขึ้นไปเมื่อพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบด้วยวิธีการ Scheffe' test เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่

3. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของเครื่องมือ

การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) และหาดัชนีความสอดคล้อง IOC (index of items objective congruence: IOC)

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

กลุ่มเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศชาย อายุระหว่าง 18-15 ปี ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และด้านจำนวนครั้งในการเล่นกีฬา E-Sport พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการเล่นกีฬา E-Sport รองลงมา มีจำนวนครั้งในการเล่น 45.43 คน คิดเป็นร้อยละ 184 สัปดาห์ จำนวน/ครั้ง 6-4กีฬา E-Sport 3-1 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน คน 157คิดเป็นร้อยละ 38.77 ด้านจำนวนชั่วโมงในการเล่นกีฬา E-Sport พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนชั่วโมงในการเล่นกีฬา E-Sport 56.00 คน คิดเป็นร้อยละ 210 ชั่วโมง จำนวน 3-2 รองลงมา มีจำนวนชั่วโมงในการเล่นกีฬา E-Sportด้านช่วงเวลา 28.40 คน คิดเป็นร้อยละ 115 ชั่วโมง จำนวน 5-4ในการเล่นกีฬา E-Sport พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงเวลาในการเล่นกีฬา E-Sport .น 20.00-16.1 รองลงมา มีช่วงเวลาในการเล่น 37.30 คน คิดเป็นร้อยละ 151 จำนวนกีฬา E-Sport 119 จำนวน .น 24.00-20.01 ด้านสถานที่ในการเล่น 29.40 คน คิดเป็นร้อยละกีฬา E-Sport พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เล่นกีฬา E-Sport ที่ร้านอินเทอร์เน็ตตรงลงมาเล่น 59.80คน คิดเป็นร้อยละ 242 ร้านเกมออนไลน์ จำนวน/กีฬา E-Sport ที่บ้าน 38.50 คน คิดเป็นร้อยละ 156 หอพัก จำนวน/

อภิปรายผล

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นกีฬา E-Sport ของเยาวชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาสรุปผลดังนี้

พบว่า ส่วนใหญ่เพศชาย อายุระหว่าง ปี ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวนครั้งในการเล่นกีฬา 18-15 E-Sport สัปดาห์ จำนวนชั่วโมงในการเล่นกีฬา/ครั้ง 6-4E-Sport ชั่วโมง ช่วงเวลาในการเล่น 3-2นกีฬา E-Sport สถานที่ในการเล่นกีฬา .น 20.00-16.1E-Sport ที่ร้านอินเทอร์เน็ต ร้านเกมออนไลน์/

) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกฤตติ พลภักดิ์(2557) การเปิดรับสื่อพฤติกรรม และผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ ประเภท MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) ของนักเรียนมัธยมศึกษา ตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนรู้จักเกมออนไลน์ประเภท MMORPG ครั้งแรกจากสื่อบุคคล มีการเปิดรับข้อมูลเกมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง มีพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ ประเภท MMORPG มากกว่า 4 ปี มีการเล่นเกมทุกวันๆ ละ 2-3 ชั่วโมงต่อวัน ในช่วง 20.00-24.00 น. และมีผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG อยู่ในระดับปานกลางทั้งในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ผลกระทบด้านสุขภาพ ผลกระทบด้านการเงิน ผลกระทบด้านการศึกษา ผลกระทบด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวและผลกระทบด้านความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน นักศึกษาที่เรียนระดับและรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการเปิดรับสื่อเกมออนไลน์ประเภท MMORPG แตกต่าง กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนพัทธ์ เอมะบุตร(2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ปี 2558 พบว่า ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 21 – 25 ปี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 10,000 – 20,000 บาท ความถี่ที่เล่นเกม ออนไลน์ 2-5 ครั้งเดือน /ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อวัน ที่เล่นเกมออนไลน์1-3 ชั่วโมงวัน ช่วงเวลาปกติ/ ที่เล่นเกมออนไลน์6.00 - 12.00 น เย็น). –กลางคืน (ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้บริการเกมออนไลน์ไม่เคย เดิมหรือเสียค่าบริการ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ คือ พักผ่อน หายใจทำยามว่างจาก การทดสอบสมมติฐานพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ที่คนคิดการยอมรับการใช้เทคโนโลยีและรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของเยาวชนที่มีต่อการเล่นกีฬา E-Sport ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมเล่นกีฬา E-Sport ประเภท เกมผจญภัย/เกมวางแผน ซึ่งเกมประเภทนี้ มีเนื้อหา ความรุนแรงไม่มากนักกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเล่น เพื่อความบันเทิง เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด ซึ่งตรงกับผลการวิจัยในเรื่องของพฤติกรรมในการเล่นกีฬา E-Sport โดยกลุ่มตัวอย่างนิยมเล่นในช่วงเวลา 16.00-20.00 น. มากที่สุด ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าจากผลการวิจัย ช่วงเวลาที่นิยมเล่นกีฬา E-Sport มากที่สุดเป็นช่วงเวลาหลังเลิกเรียน ซึ่งเป็นช่วงเวลาในการทำการบ้าน ทำรายงาน หรือทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ซึ่งถ้าเยาวชนใช้เวลาในช่วงนี้ไปกับการเล่นกีฬา E-Sport มากจนเกินไป ทำให้แบ่งเวลาไม่ถูกต้องก็จะส่งผลกระทบต่อด้านการเรียน และด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวในกลุ่มเพื่อน อาจก่อให้เกิดปัญหาจากการจัดสรรเวลาในการเล่นกีฬา E-Sport ดังนั้นเยาวชนควรแบ่งเวลาในการเล่นกีฬา E-Sport ให้เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- Atkin, C. K. (1973). **Anticipated Communication and Mass Media Information Seeking**. New York: Free Press.
- Baskin, O., Aronoff, C., & Lattimore, D. (1997). **Public Relation: the Profession and the Practice (4thed.)**. New York: McGraw-Hill.
- Becker, S. L. (1983). **Discovering Mass Communication**. Glenview, Ill: Scott Foresman.
- Berlo, D. K. (1960). **The Process of Communication**. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Buzzell, R. D., & Bradley, T. G. (1987). **The PIMS Principles**. New York: The Free Press Clay.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (1985). **Effective Public Relations (6thed.)**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Foster, C. R. (1975). **Psychology for Life Adjustment**. Chicago: American Technical Society.
- Friedson, R., & Flowerman, S. (1951). **Media exposure**. Retrieved June 20, 2013.
- Getzels, J. W., James, M., & Ronall, F. C. (1964). **Educational Administration as a Social Process**. New York: Harper and Row.
- Hersey, P., & Duldt, B. W. (1989). **Situational Leadership in Nursing**. California: Appleten & Lange.
- Hybels, S., & Weaver, R. L. (1995). **Communication Effectively (4thed.)**. New York: McGraw-Hill.
- Juran, J. M., & Gryna, F. M. (1988). **Juran's Quality Control Handbook (4thed.)**. New York: McGraw-Hill.
- Klapper, J. T. (1960). **The Effects of Mass Communication**. New York: Free Press.
- Lewin, K., & Tolman, E. (1995). **Expectancy Theory**. Retrieved June 10, 2013.
- Maslow, A. (1970). **Motivation and Personality**. New York: Harper and Row.
- McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). **Using Mass Communication Theory**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Mitchell, G. D. (1971). **A New Dictionary of Sociology**. London: Roullege & Kegan Paul.
- Oskamp, S. (1977). **Attitude and Opinion**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1985). **A conceptual model of service quality and its implications for future research**. *Journal of Marketing*, 49(1), 41-50.
- Remmer, H. H. (1954). **Introduction to Opinion and Attitude**. New York: Harper and Brothers.
- Rogers, E. R., & Shoemaker, F. F. (1971). **Communication of Innovation: a Cross-cultural Approach**. New York: The Free Press.
- Schmenner, R. W. (1995). **Service Operations Management**. Englewood Cliifs, NJ: Prentice-Hall.
- Schramm, W. (1973). **Channels and audience**. In *Handbook of Communication* (pp. 116-140) Chicago: Ran Mcnally College.

**แนวทางพัฒนาคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของ
ผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก**
**DEVELOPING GUIDELINE FOR THE ACCOUNTANTS AS THE NEED OF
THE ENTREPRENEUR IN MAESOT DISTRICT, TAK PROVINCE**

วรางค์ รามบุตร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำแนกรูปแบบของธุรกิจและประเภทธุรกิจ 3) เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาคุณลักษณะของบัณฑิตโปรแกรมวิชาการบัญชีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ประกอบการนิติบุคคลที่จดทะเบียนประเภทบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 215 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติคือการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า T-test และ One way ANOVA ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านความรู้และความสามารถทางการบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร และด้านความรู้ภาษาต่างประเทศในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำแนกรูปแบบของธุรกิจและประเภทธุรกิจ พบว่ามีความต้องการคุณลักษณะของนักบัญชีในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนแนวทางการพัฒนาคุณลักษณะของบัณฑิตโปรแกรมวิชาการบัญชีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด ได้ให้เสนอแนวทางดังนี้ 1. ควรเน้นย้ำให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจแน่นในภาคทฤษฎี เช่น ในเรื่องมาตรฐานการบัญชี พระราชบัญญัติ การบัญชี กฎหมายเกี่ยวกับการบัญชี ภาษีอากรที่เกี่ยวข้อง การบัญชีระหว่างประเทศ และนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับธุรกิจได้ 2. ผลักดันให้นักศึกษาสอบเป็นผู้สอบบัญชีภาษี (Tax Auditor : TA) ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (Certified Public Accountant : CPA) 3. ผลักดันให้นักศึกษาสอบวัดผลภาษาอังกฤษ เช่น (TOEIC) ให้ได้คะแนนในระดับ 500 ขึ้นไป และใช้ภาษาพม่าในการสื่อสาร 4. ฝึกทักษะในการนำเสนอข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 5. เน้นย้ำให้นักศึกษาโดยเฉพาะในเรื่องรักษาความลับของลูกค้า ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต 6. ฝึกนักศึกษาให้สามารถทำงานเป็นทีม ทักษะในการสื่อสาร และควบคุมอารมณ์ในการทำงาน

คำสำคัญ : คุณลักษณะของนักบัญชี, ผู้ประกอบการ

Abstract

The objectives of this study were 1) to study accountant's characteristics through entrepreneur's requirement in Maesot District, Tak Province, 2) to compare accountant's characteristics through entrepreneur's requirement in Maesot District, Tak Province classified by the nature and types of business, and 3) present the guideline to develop graduated students' characteristics in accounting Program of Kamphaeng Phet Rajabhat University Maesot Campus. The samples consisted of 215 entrepreneurs who were juristic persons form company and limited partnership. The data collection employed a questionnaire which was statistically analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test, and one way ANOVA. The results revealed that in general accountant's characteristics through entrepreneur's requirement in Masot District, Tak Province for moral and professional vocation wee at the highest levels. Accounting ability, vocation skill informational technology, personal relation and communication and foreign language were at the high levels. A comparative study of the characteristics of accountants according to the needs of entrepreneurs in Mae Sot district, Tak province classified by type of business and business. It was found that there was no significant difference in the characteristics of accountants. The guidelines to develop graduated students characteristics in accounting Program of Kamphaeng Phet Rajabhat University Maesot Campus were as follows : 1) The students should be taught to know accounting theories for example accounting standard, accounting Act, accounting law, taxation, international accounting and application of accounting theory. 2) The students should be the tax auditor : (TA) and certified public accountant (CPA) and know how to use modern accounting program. 3) The students should be supported to take TOEIC examination with 500 scores up and the students could speak Burmese. 4) The students should be trained to have data presentation with informational technology and the application of Excel with high level accounting. 5) The students should be trained to keep customers' secret. The audit should be fair and honest. When there was the corruption, the auditor should tell the authorized person immediately. 6) That the students should be trained to know team working, communication skill and emotional control.

Keywords: Accountant's characteristics, Entrepreneur

บทนำ

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกผู้ก่อตั้งและเป็นจุดกำเนิดของอาเซียน การก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) สิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมาคือการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีของสินค้า แรงงานฝีมือ การบริการ การลงทุน และเงินทุน ตามแผนปฏิบัติการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC Blueprint การเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการรวมตัวกันเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกันของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเป็นไปในลักษณะของการอำนวยความสะดวกในการขอขึ้นทะเบียนและใบอนุญาตทำงานของแรงงานวิชาชีพระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนด้วยกัน โดยในปัจจุบันมีการได้จัดทำข้อตกลงยอมรับร่วมกัน

(Mutual Recognition Arrangement: MRA) เพื่อรับรองคุณสมบัติแรงงานให้สามารถขอรับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพในกลุ่มประเทศอาเซียนซึ่งบัญชีเป็นวิชาชีพสาขาหนึ่งที่จะต้องเปิดเสรีภายใต้แผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) การให้บริการด้านบัญชี การตรวจสอบบัญชีและการจัดทำบัญชีนั้น กลุ่มประเทศในอาเซียนอื่นสามารถถือหุ้นร่วมกับไทยไม่เกินร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียน จำนวนผู้ถือหุ้นที่เป็นชาวต่างชาติจะต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมด และไม่มีข้อจำกัดในการที่คนไทยจะไปใช้บริการด้านการบัญชีในต่างประเทศ ส่งผลให้วิชาชีพการบัญชีของไทยต้องมีการพัฒนาและปรับตัวให้มีคุณภาพเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันกับต่างประเทศ การส่งเสริมและพัฒนาวิชาชีพการบัญชีของไทยต้องคำนึงถึงปัญหาภายในประเทศ ประกอบกับต้องดำเนินการให้มีแนวทางปฏิบัติที่เป็นสากล ซึ่งมุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานของวิชาชีพเพื่อรองรับผลกระทบของการเปิดเสรีด้านการค้าบริการ ด้วยเหตุนี้จึงได้ปรับปรุงและพัฒนาวิชาชีพการบัญชีในด้านโครงสร้างและมาตรฐานของวิชาชีพการบัญชี เพื่อให้การจัดทำบัญชีเป็นไปตามหลักการบัญชีที่ยอมรับกันทั่วไป (General Accepted Accounting Principles : GAAP) ซึ่งพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 ครอบคลุมวิชาชีพในด้านบัญชี การสอบบัญชี การบัญชีบริหารการวางระบบบัญชี การบัญชีภาษีอากร และเทคโนโลยีการบัญชี และบริการเกี่ยวกับการบัญชีด้านอื่น ๆ ของผู้ทำบัญชีทั้งคุณสมบัติ ความรู้ และความชำนาญที่ธุรกิจต้องการ จากงานวิจัยของลักขณา คำชู (2557) ซึ่งศึกษาการพัฒนาคุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และอีกทั้งอำเภอ แม่สอด จังหวัดตาก มีสถานประกอบการเป็นจำนวนมาก และเป็นอำเภอที่มีอาณาเขตติดต่อกับสหพันธรัฐสหภาพเมียนมาร์ ซึ่งมีการนำเข้าและส่งออกสินค้าเป็นจำนวนมาก อีกทั้งสถานประกอบการยังต้องจัดทำบัญชีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการศึกษา และหน่วยงานวิชาชีพทั้งภาครัฐและเอกชน ในการเตรียมความพร้อมนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีและผู้ทำบัญชีให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจและการแข่งขันในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

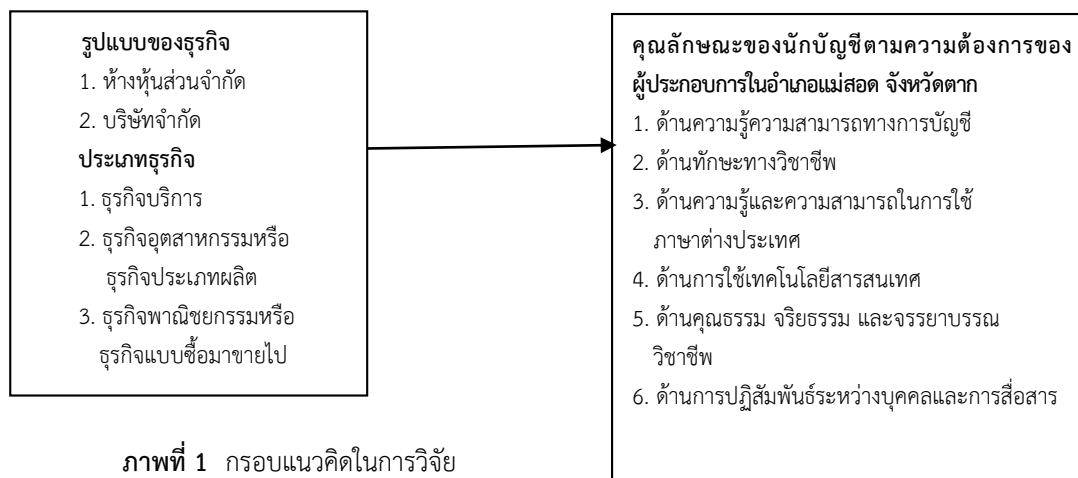
1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจและประเภทธุรกิจ

3. เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาคุณลักษณะของบัณฑิตโปรแกรมวิชาการบัญชีมหาวิทยาลัยราชภัฏ

กำแพงเพชร แม่สอด

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถานประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 465 ราย (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดตาก, 2557)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถานประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 215 ราย โดยตัวอย่างใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544, หน้า 127) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling)

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ รูปแบบของธุรกิจ และประเภทธุรกิจ

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ คุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานและตำแหน่งในสถานประกอบการ

ตอนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการและการปฏิบัติงานทางการบัญชี ได้แก่ ลักษณะของธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจ

ตอนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งเป็นข้อคำถามถึงความต้องการในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความสามารถทางการบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ ด้านความรู้และความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร

ตอนที่ 4: ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ

3.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยดำเนินการหาค่าความตรงของเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้แบบสอบถามในการทำวิจัยในครั้งนี้มีความตรงจึงนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้าง และความ

เหมาะสมของการใช้ภาษา ซึ่งค่า IOC แต่ละข้อคำถามที่ได้ออกมามีค่ามากกว่า 0.5 และภาพรวมค่า IOC มีค่าเท่ากับ 0.94

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูล que เก็บรวบรวมด้วยแบบสอบถามโดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) โดยกำหนดช่วงการสุ่มทุกๆ ช่วงที่ 2 จนได้ผู้ประกอบการครบ 215 ราย

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย บทความ สื่อสารสนเทศ เอกสารอื่นๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่เกี่ยวข้องโดยทำการศึกษาเอกสาร (Documentary Research)

4.3 แนวทางการพัฒนาใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยสัมภาษณ์ อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิโปรแกรมวิชาการบัญชี ผู้ตรวจสอบบัญชีรับอนุญาต สำนักงานบัญชี เจ้าของกิจการ และผู้บริหารในสถานประกอบการ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมประยุกต์มาวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพื้นฐานค่าเฉลี่ยร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 วิเคราะห์เปรียบเทียบคุณสมบัติของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการ จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ และประเภทธุรกิจ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยใช้ค่าสถิติ T-Test และ One way ANOVA โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และแสดงในรูปของตารางและการวิเคราะห์จากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

ผลของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ได้ผลการวิจัยโดยสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยมีข้อมูลรายละเอียดดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ จำนวน 215 ราย ดังนี้ ผู้ประกอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 56.74 และเพศชายจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 43.26 อายุของผู้ประกอบการส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 46-55 ปี มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 44.19 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 56.74 ซึ่งส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจมากกว่า 10 ปี ซึ่งเป็นจำนวนสูงที่สุดในจำนวนผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 55.35 และตำแหน่งงานของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบริหาร มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 45.58

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการ โดยการแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ สรุปได้ว่า กิจการส่วนใหญ่มีลักษณะธุรกิจพาณิชย์กรรมหรือธุรกิจแบบซื้อมาขายไป จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.51 โดยส่วนใหญ่มีรูปแบบธุรกิจแบบบริษัทจำกัดจำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.42

ในการศึกษาคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความสามารถทางการบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ ด้านความรู้และความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นโดยแสดงผลดังตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการมีต่อคุณลักษณะของนักบัญชีในภาพรวม

คุณลักษณะนักบัญชี	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านความรู้และความสามารถทางการบัญชี	4.45	0.62	มาก
2. ด้านทักษะทางวิชาชีพ	4.42	0.63	มาก
3. ด้านความรู้และความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ	4.37	0.70	มาก
4. ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	3.96	0.60	มาก
5. ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ	4.51	0.61	มากที่สุด
6. ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	4.33	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34	0.65	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณลักษณะทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D.= 0.65) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแต่ละด้านสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ ($\bar{X} = 4.51$, S.D.= 0.61) รองลงมาคือ ด้านความรู้และความสามารถทางการบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.45$, S.D.= 0.62) ในขณะที่ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ ($\bar{X} = 3.96$, S.D.= 0.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อประเด็นทั้ง 6 ด้าน ของคุณลักษณะนักบัญชี

คุณลักษณะ นักบัญชี	ข้อความคำถาม	Mean	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	
ด้านความรู้และ ความสามารถ ทางการบัญชี	1. มีความรู้ด้านบัญชีการเงิน	4.37	0.78	มาก	
	2. มีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำงบการเงินและการวิเคราะห์งบการเงิน	4.34	0.72	มาก	
	3. มีความรู้ความเข้าใจในการวางระบบบัญชีและระบบสารสนเทศทางบัญชี	4.57	0.64	มากที่สุด	
คุณลักษณะ นักบัญชี	4. มีความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบบัญชี และการให้ความเชื่อมั่นทางวิชาชีพการบัญชี	4.36	0.50	มาก	
	5. มีความรู้ด้านการควบคุมและการตรวจสอบภายใน	4.49	0.57	มาก	
	6. มีความรู้ ความเข้าใจการคำนวณต้นทุน	4.48	0.55	มาก	
	7. มีความรู้ด้านบัญชีภาษีอากร และกฎหมายธุรกิจ	4.52	0.58	มากที่สุด	
	8. มีความรู้ด้านการบริหารและการควบคุมทางการบริหาร	4.43	0.60	มาก	
	ด้านทักษะทาง วิชาชีพ	1. มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาได้	4.49	0.65	มาก
		2. มีความสามารถในการจัดทำและนำเสนอรายงานการเงินในรูปแบบง่ายต่อความเข้าใจ ถูกต้องครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ และทันต่อเวลา	4.45	0.64	มาก
		3. มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.35	0.64	มาก

	4. มีความระมัดระวังสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี	4.43	0.60	มาก
	5. มีทักษะในการนำความรู้ทางวิชาชีพบัญชีไปประยุกต์ใช้ได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ	4.37	0.62	มาก
ด้านความรู้และความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ	1. มีความรู้ความเข้าใจภาษาอังกฤษในทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน	4.01	0.59	มาก
	2. มีความรู้ความเข้าใจภาษาพม่าในทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน	3.91	0.61	มาก
ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	1. มีความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.45	0.63	มาก
	2. สามารถวิเคราะห์ ออกแบบระบบสารสนเทศทางการบัญชีให้มี ประสิทธิภาพ	4.29	0.76	มาก
	3. สามารถในการแปลความหมายของข้อมูลทางการบัญชีได้อย่างถูกต้อง]	4.43	0.68	มาก
	4. สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตและ E-mail ได้เป็นอย่างดี	4.27	0.78	มาก
	5. สามารถเลือกใช้โปรแกรมทางบัญชี และการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศที่เหมาะสมกับหน่วยงาน	4.33	0.73	มาก
	6. มีความสามารถบันทึกข้อมูลและจัดทำรายงาน และนำเสนอข้อมูลทางการเงิน โดยใช้โปรแกรมทางการบัญชีได้อย่างเชี่ยวชาญ	4.47	0.64	มาก

คุณลักษณะนักบัญชี	ข้อความคำถาม	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ	1. มีความซื่อสัตย์สุจริตและความเที่ยงธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	4.74	0.45	มากที่สุด
	2. มีการรักษาความลับขององค์กรไม่เปิดเผยข้อมูลให้แก่บุคคลภายนอก	4.65	0.50	มากที่สุด
	3. มีความตั้งใจที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ เกิดทักษะและค่านิยมทางวิชาชีพ	4.53	0.58	มากที่สุด
	4. มีการให้ความสำคัญกับมาตรฐานทางวิชาชีพซึ่งเป็นเกณฑ์และแนวทางในการปฏิบัติงานในอาชีพ	4.28	0.76	มาก
	5. มีความโปร่งใส ความเป็นอิสระและความเที่ยงธรรมในวิชาชีพ	4.37	0.76	มาก
ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	1. มีความสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้	4.35	0.76	มาก
	2. ความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี	4.31	0.78	มาก
	3. มีความใจกว้าง รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและให้ความร่วมมือกับผู้อื่น	4.30	0.77	มาก
	4. ความเป็นมิตร ให้เกียรติและยกย่องผู้ร่วมงานด้วยความยินดี	4.25	0.75	มาก
	5. มีความสามารถในการควบคุมอารมณ์ในสถานการณ์ต่างๆได้	4.37	0.74	มาก
		4.38	0.77	มาก

6. มีความสามารถในการทำงานในวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ			
--	--	--	--

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ประกอบการที่มีต่อลักษณะของนักบัญชี 1) ด้านความรู้ความสามารถทางการบัญชี ในเรื่องของความรู้ความเข้าใจในการวางระบบบัญชีและระบบสารสนเทศทางบัญชี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.57$, S.D.= 0.64) 2) ด้านทักษะทางวิชาชีพ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ ($\bar{X} = 4.49$, S.D.= 0.65) 3) ด้านความรู้และความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ มีความรู้ความเข้าใจภาษาอังกฤษในทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ ($\bar{X} = 4.01$, S.D.= 0.59) 4) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสามารถบันทึกข้อมูลและจัดทำรายงาน และนำเสนอข้อมูลทางการเงิน โดยใช้โปรแกรมทางการบัญชีได้อย่างเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ ($\bar{X} = 4.47$, S.D.= 0.64) 5) ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์สุจริตและความเที่ยงธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ ($\bar{X} = 4.74$, S.D.= 0.45) และ 6. ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีความสามารถในการทำงานในวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ ($\bar{X} = 4.38$, S.D.= 0.77)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เปรียบคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจและประเภทธุรกิจ

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการ จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจและประเภทธุรกิจ ดังตารางที่ 3 และ 4 ดังนี้

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

คุณลักษณะของนักบัญชี	บริษัทจำกัด \bar{X} (S.D.)	ห้างหุ้นส่วนจำกัด \bar{X} (S.D.)	t-test	P-Value
1. ด้านความรู้ความสามารถทางการบัญชี	4.36(0.49)	4.33(0.47)	0.427	0.670
2. ด้านทักษะทางวิชาชีพ	4.42(0.68)	4.43(0.67)	-0.096	0.923
3. ด้านภาษาต่างประเทศ	4.03(0.85)	3.91(0.81)	1.017	0.310
4. ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.43(0.62)	4.32(0.66)	1.168	0.244
5. ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ	4.49(0.50)	4.54(0.51)	-0.696	0.487
6. ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	4.38(0.63)	4.29(0.67)	0.971	0.333
โดยรวม	4.36(0.49)	4.33(0.472)	0.427	0.670

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

คุณลักษณะของนักบัญชี	ธุรกิจบริการ \bar{X} (S.D.)	ธุรกิจ อุตสาหกรรม \bar{X} (S.D.)	ธุรกิจ พาณิชย์กรรม \bar{X} (S.D.)	F-test	P-Value
1. ด้านความรู้ความสามารถ	4.50(0.51)	4.43(0.61)	4.45(0.61)	0.117	0.890

ทางการบัญชี					
2. ด้านทักษะทางวิชาชีพ	4.39(0.69)	4.41(0.69)	4.43(0.68)	0.054	0.948
3. ด้านภาษาต่างประเทศ	4.00(0.86)	3.89(0.84)	3.99(0.83)	0.263	0.769
4. ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.29(0.66)	4.41(0.62)	4.38(0.66)	0.322	0.725
5. ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ	4.50(0.51)	4.59(0.50)	4.50(0.52)	0.590	0.555
6. ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	4.21(0.69)	4.41(0.62)	4.33(0.66)	0.758	0.470
โดยรวม	4.32(0.49)	4.36(0.49)	4.34(0.49)	0.062	0.940

ผลจากตารางที่ 3 และ 4 เมื่อเปรียบเทียบความต้องการคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่ารูปแบบของธุรกิจและประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกันมีความต้องการคุณลักษณะของนักบัญชีที่ไม่แตกต่างกันในภาพรวมและรายด้าน

วัตถุประสงค์ที่ 3 แนวทางพัฒนาคุณลักษณะของบัณฑิตโปรแกรมวิชาการบัญชีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

ผลจากการสัมภาษณ์อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ตรวจสอบบัญชีรับอนุญาต สำนักงานบัญชี และเจ้าของสถานประกอบการ ร่วมเสนอแนวทางพัฒนาคุณลักษณะบัณฑิตโปรแกรมวิชาการบัญชีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.ด้านความรู้ความสามารถทางการบัญชี

ควรเน้นย้ำให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจแน่นในภาคทฤษฎี เช่น ในเรื่องมาตรฐานการบัญชี พระราชบัญญัติการบัญชี กฎหมายเกี่ยวกับการบัญชี ภาษีอากรที่เกี่ยวข้อง การบัญชีระหว่างประเทศ และเทคนิคทางการบัญชีเพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ได้จริงกับภาคธุรกิจ รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชีได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ประยุกต์ความรู้ทางการบัญชีกับองค์ความรู้ด้านอื่น และสามารถในการให้ความรู้และให้คำปรึกษากับสถานประกอบการได้ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีความเข้าใจในธุรกิจของบริษัท และนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับธุรกิจ

2.ด้านทักษะทางวิชาชีพ

ผลักดันให้นักศึกษาสอบเป็นผู้สอบบัญชีภาษี (Tax Auditor : TA) ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (Certified Public Accountant : CPA) และการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีที่ทันสมัย

3.ด้านความรู้และความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ

ผลักดันให้นักศึกษาสอบวัดระดับความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เช่น TOEIC ให้ได้คะแนนในระดับ 500 ขึ้นไป และควรใช้ภาษาพม่าในการสื่อสารได้

4.ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ฝึกทักษะในการนำเสนอข้อมูลโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการประยุกต์ใช้ Excel กับงานบัญชีในระดับสูง

5.ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

เน้นย้ำให้นักศึกษาโดยเฉพาะในเรื่องรักษาความลับของลูกค้าได้ ไม่แสวงหาประโยชน์จากข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า ไม่ถือประโยชน์ส่วนตัวเป็นที่ตั้ง ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริตโดยเฉพาะในการตรวจสอบ และเมื่อพบการทุจริตหรือความเสียหายใดๆ ให้รีบแจ้งผู้มีอำนาจทราบทันที

6.ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร

ฝึกนักศึกษาให้สามารถทำงานเป็นทีม มีภาวะการเป็นผู้นำ การปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในการทำงาน ทักษะในการสื่อสารโดยกล้านำเสนอแนวคิดใหม่ๆที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท และควบคุมอารมณ์ในสถานการณ์ต่างๆ

อภิปรายผล

จากการศึกษาคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความต้องการนักบัญชีที่มีคุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมบูรณ์ กุมาร และฐิตินันท์ กุมาร (2557) ที่เจ้าของหรือผู้บริหารต้องการนักบัญชีที่มีจรรยาบรรณวิชาชีพและความซื่อสัตย์สุจริตที่เป็นคุณสมบัติที่ต้องการมากที่สุดอีกทั้งยังสร้างสุข บุญฤดี และไพฑูริย์ อินตะขันธ์ (2559: บทคัดย่อ) ที่ทำการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะของนักบัญชียุคใหม่ภายใต้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประชากรกลุ่ม ตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 125 คน ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักบัญชียุคใหม่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านจรรยาบรรณทางวิชาชีพ ด้านความรู้ความสามารถ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา และด้านภาษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทวี วุฒิกุล (2551: บทคัดย่อ) ที่ทำการศึกษาคูณสมบัติของนักบัญชีและเปรียบเทียบความต้องการนักบัญชีของสถานประกอบการในจังหวัดพะเยา โดยผลจากการศึกษาพบว่า สถานประกอบการมีความต้องการนักบัญชีที่มีความรู้ความสามารถด้านการบัญชีอากรความสามารถในการใช้อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคุณสมบัติด้านความรู้ความสามารถในวิชาชีพ การมีคุณสมบัติด้านจรรยาบรรณในวิชาชีพในการที่นักบัญชีไม่ละทิ้งงานโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร ปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังและรอบคอบปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีที่รองรับทั่วไปมีความต้องการอยู่ในระดับที่สูงที่สุด

สำหรับการศึกษาเปรียบเทียบความต้องการคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยจำแนกตามลักษณะและรูปแบบของธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ารูปแบบของธุรกิจและประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกันมีความต้องการคุณลักษณะของนักบัญชีที่ไม่แตกต่างกันในภาพรวม และรายด้านซึ่งสอดคล้องกับ กัญฐณา ดิษฐแก้ว (2560) ศึกษาเปรียบเทียบคุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์โดยจำแนกตามลักษณะและรูปแบบของธุรกิจพบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีลักษณะธุรกิจแตกต่างกันและรูปแบบธุรกิจที่ต่างกันนั้น มีความต้องการคุณสมบัติที่นักบัญชีที่พึงประสงค์ด้านความรู้ความสามารถในวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้พื้นฐานที่ส่งผลต่อการทำงานด้านความรู้ทั่วไปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นคุณสมบัติที่นักบัญชีที่พึงประสงค์ด้านจรรยาบรรณทางวิชาชีพไม่แตกต่างกัน

ส่วนแนวทางพัฒนาคุณลักษณะของบัณฑิตโปรแกรมวิชาการบัญชีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด ได้ให้เสนอแนวทางดังนี้ 1. ควรเน้นย้ำให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจแน่นในภาคทฤษฎี เช่น ในเรื่องมาตรฐานการบัญชี พระราชบัญญัติการบัญชี กฎหมายเกี่ยวกับการบัญชี ภาษีอากรที่เกี่ยวข้อง การบัญชีระหว่างประเทศ และนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับธุรกิจได้ด้วย 2. ผลักดันให้นักศึกษาสอบเป็นผู้สอบบัญชีภาษี (Tax Auditor : TA) ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (Certified Public Accountant : CPA) 3. ผลักดันให้นักศึกษาสอบวัดระดับความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เช่น TOEIC ให้ได้คะแนนในระดับ 500 ขึ้นไป และใช้ภาษาพม่าในการสื่อสาร 4. ฝึกทักษะในการนำเสนอข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 5. เน้นย้ำให้นักศึกษาโดยเฉพาะในเรื่องรักษาความลับของลูกค้า

ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต 6. ฝึกนักศึกษาให้สามารถทำงานเป็นทีม ทักษะในการสื่อสาร และควบคุม อารมณ์ในการทำงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

(1) สามารถนำงานวิจัยนี้ให้กับสถานศึกษาเพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะของนักบัญชีตามความต้องการของ ผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการผลิตบัณฑิตตรงกับความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการ

(2) สามารถนำไปเป็นแผนการพัฒนา และกระตุ้นให้มีความสำคัญกับการพัฒนาในด้านความรู้ความสามารถ ทางการบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ ด้านความรู้ภาษาต่างประเทศ ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้าน คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ และด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรมีการศึกษาการพัฒนาคุณลักษณะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการต่อการเข้า สู่ประชาคมอาเซียน เพื่อให้สามารถประเมินถึงศักยภาพของนักบัญชีไทย และการทำการพัฒนาได้อย่างตรงความ ต้องการของตลาดแรงงาน เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันให้กับนักบัญชีไทยต่อไป

(2) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของนักบัญชีในเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีผลกระทบต่อ งานบัญชีอย่างไรบ้าง

เอกสารอ้างอิง

กัญธนา ดิษฐ์แก้ว .2560. *คุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก*.วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

ชูศรี วงศ์รัตน์, 2552. *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. ฉบับปรับปรุงใหม่. นนทบุรี: บริษัทไทเนรมิตกิจ อินเทอร์เน็ตโปรดักส์ จำกัด.

นันทวี วุฒิกรณ. 2551. *คุณลักษณะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของสภาผู้ประกอบการต้องการในจังหวัด พะเยา*.การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ปัญญา ธีระวิทย์เลิศ. 2555. *ระเบียบวิธีวิจัยทางการศึกษา*. คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ จันทเกษม.

สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดตาก. 2557. *ข้อมูลจดทะเบียนนิติบุคคล*. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.dbd.go.th/tak/main>. (15 ธันวาคม 2557).

สรุสนุช บุญวุฒิ และไพฑูริย์ อินตะขัน. (2559). *การศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะของนักบัญชียุคใหม่ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่. ปีที่ 9(1). หน้า 167-177.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). หน้า 127. *สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : บริษัท เพ็ญฟ้า พรินต์ติ้ง จำกัด

สุพัตรา เนื่องวัง. (2556). *คุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของบริษัทผาแดง อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) จังหวัดตาก*. บทความ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

สมบุรณ์ กุมาร และฐิตินันท์ กุมาร. (2557). *คุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการใน จังหวัดน่าน*. วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา, ปีที่ 6(12), 122-137.

ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์

THE EXPECTATIONS AND PERCEPTIONS OF TOURISTS ON THE QUALITY OF TRAM SERVICE, FOURTEEN IMPRESSIVE POINTS SIGHTSEEING IN PHETCHABUN

ธีรภัทร ดีเอม*

บทคัดย่อ

ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ และเพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์

ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ ขึ้นอยู่กับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่จะมีสัญชาติไทย มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป โดยมีรายได้อยู่ระหว่าง 15,000-20,000 บาท และส่วนใหญ่อาศัยอยู่ภาคกลาง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ มีความคาดหวังมากทั้งทางด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการรถรางนำเที่ยว ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการและทั้งนี้ยังมีด้านบริการอื่นๆ อีกด้วย การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ มีการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยวอยู่ในระดับการรับรู้มาก ได้แก่ ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการรถรางนำเที่ยว ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการ และด้านบริการอื่นๆ

การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ ทั้งทางด้านปัจจัยและองค์ประกอบต่าง มีด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการรถรางนำเที่ยว มีแนวโน้มไปสู่ความไม่พึงพอใจ และด้านระยะเวลาที่ให้บริการ ด้านบริการอื่นๆ มีแนวโน้มไปสู่ความพึงพอใจ จากการเปรียบเทียบดังกล่าว

คำสำคัญ : รถรางนำเที่ยว, เพชรบูรณ์, ความคาดหวัง, การรับรู้

ปริญญาโท (บธ.ม.) สาขาวิชาการจัดการบริการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ตำแหน่ง อาจารย์ สังกัด สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Abstract

The Expectations and perceptions of tourists on the quality of tram service, fourteen impressive points sightseeing in Phetchabun. To study the level of tourists' expectations on the quality of the tram service, fourteen impressive points sightseeing in Phetchabun. And to study the level of tourists' perceptions on the quality of the tram service, fourteen impressive points sightseeing in Phetchabun.

The Expectations and perceptions of tourists on the quality of tram service, fourteen impressive points sightseeing in Phetchabun Depending on the general information of the respondents The sample group of 400 people, mostly male age between 21-30 years. Most of them have Thai nationality, have single status, general employment. With income between 15,000-20,000 baht and most of them live in the central region. The expectations of tourists on the quality of the tram service, fourteen impressive points sightseeing in Phetchabun. There are many expectations in the service of the staff, the image of the tourist attraction, safety in using tram service, the period of time spent using the service and there are also other services as well. The perceptions of tourists on the quality of the tram service, fourteen impressive points sightseeing in Phetchabun. There is a perception of tourists on the quality of the tram service at a high level of perceptions, namely the service of the staff, the image of the tourist attraction, safety in using tram service. the period of time spent using the service, and other services.

Comparison of expectations and perceptions of tourists on the quality of tram service, fourteen impressive points sightseeing in Phetchabun. Both factors and elements with the service of the staff. the image of the tourist attraction, safety in using tram service likely to be dissatisfied. And the duration of service, other services likely to be satisfied from the comparison.

Keywords: Tram, Phetchabun, Expectations, Perceptions

บทนำ

จังหวัดเพชรบูรณ์ตั้งอยู่ในภาคเหนือตอนล่าง สภาพแวดล้อมด้วยพื้นที่ป่าเขาเขียวขจี ภูมิประเทศมีทัศนียภาพสวยงาม ตัวเมืองตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 346 กิโลเมตร อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลโดยเฉลี่ย 114 เมตร ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ลุ่มแบบท้องกระทะ พื้นที่ของจังหวัดมีลักษณะลาดชันจากทิศเหนือไปได้ตอนเหนือเป็นทิวเขาสูง ตอนกลางเป็นที่ราบ ขนาบด้วยเทือกเขาเพชรบูรณ์ ทางทิศตะวันออกและทิศตะวันตก มีแม่น้ำสำคัญไหลผ่านคือ แม่น้ำป่าสัก มีเนื้อที่ประมาณ 12,668,416 ตารางกิโลเมตร ด้านทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดเลย ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดลพบุรี ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดขอนแก่นและชัยภูมิ ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดพิษณุโลก นครสวรรค์ และพิจิตร แบ่งการปกครองออกเป็น 11 อำเภอ คือ อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ อำเภอหล่มสัก อำเภอหล่มเก่า อำเภอเขาค้อ อำเภอน้ำหนาว อำเภอชนแดน อำเภอวังโป่ง อำเภอหนองไผ่ อำเภอบึงสามพัน อำเภอวิเชียรบุรี และอำเภอศรีเทพ (ชุมชนก่อนเมืองศรีเทพ ,2534)

อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่หลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม วัฒนธรรมประเพณีต่างๆ รวมไปถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ โดยทางเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ได้จัดทำรูปแบบการบริการท่องเที่ยวรอบเมืองด้วย การนั่งรถรางนำเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยใช้แคมเปญ “สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์” ซึ่งมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในกิจกรรมนี้ คือ ศูนย์บริการการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ณ หอโบราณคดีเพชรบูรณ์อินทราชัย (ศาลากลางเก่า) โดยเส้นทางที่รถรางนำเที่ยวนั้นมีการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่ที่สำคัญ ในเมืองเพชรบูรณ์ ทั้งหมด 14 จุด ได้แก่

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. พุทธอุทยานเพชรบุระ | 2. หอโบราณคดีเพชรบูรณ์อินทราชัย |
| 3. ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองเพชรบูรณ์ | 4. หอวัฒนธรรมนครบาลเพชรบูรณ์ |
| 5. ประติมากรรมมะขามหวาน | 6. หอประวัติศาสตร์เพชรบูรณ์ |
| 7. หอภูมิปัญญาและวิถีชาวบ้านเพชรบูรณ์ | 8. วัดมหาธาตุ พระอารามหลวง |
| 9. วัดไตรภูมิ | 10. กำแพงเมืองและหอนิทรรศน์กำแพงเมืองเพชรบูรณ์ |
| 11. วัดเพชรวาราม พระอารามหลวง | 12. วงเวียนอนุสรณ์นครบาลเพชรบูรณ์ |
| 13. หอนาฬิกาแชมป์โลกคู่แฝด | 14. สวนสาธารณะหนองนารี |

โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้ารับบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ ในเมืองเพชรบูรณ์ โดยติดต่อขอรับบริการเป็นหมู่คณะได้ที่ศูนย์บริการการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ที่หอโบราณคดีเพชรบูรณ์อินทราชัย (ศาลากลางเก่า) โทรศัพท์ 056-721-523 โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการเข้ารับบริการ โดยมีบริการตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ เวลา 08.30 น. – 16.00 น. และวันหยุด วันเสาร์ – วันอาทิตย์ เวลา 10.00 น. – 15.30 น.

คุณภาพของการให้บริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับทักษะและความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าของพนักงานอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกหลายประการที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการเองและอยู่นอกเหนือการควบคุมขององค์กร ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ความต้องการเฉพาะบุคคล และความคาดหวังในการบริการซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะตัวของผู้ใช้บริการเอง (Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1985) กล่าวคือคุณภาพของการให้บริการย่อมขึ้นอยู่กับคุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ใช้บริการซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ บุคลิกภาพของพนักงาน ความรู้ เกี่ยวกับการให้บริการของพนักงาน ประสิทธิภาพในการให้บริการจนตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ อย่างรวดเร็ว และทันท่วงที ความรู้ความเข้าใจต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ความสามารถในการสื่อสาร กับผู้ใช้บริการโดยใช้ภาษาที่เป็นคำพูดและภาษาท่าทาง ขั้นตอนการศึกษาและกำหนดความคาดหวังในเรื่อง ของการบริการ ขั้นตอนการแปลความคาดหวังในเรื่องของการบริการไปเป็นมาตรการให้บริการขององค์กร (ธงชัย สวัสดิสาร, 2554 : 40)

ผู้วิจัยมีความตั้งใจศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในและแนวทางในการวางแผนปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว โดยให้การรับรู้คุณภาพการบริการสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ รวมทั้งประเมินความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการรถรางนำเที่ยว และนำองค์ความรู้ที่ได้รับนำเสนอไปให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปประกอบการพัฒนาคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว ให้มีมาตรฐานเป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาใช้บริการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายที่ประทับใจ ที่เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายที่ประทับใจ ที่เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาจะทำการศึกษาเชิงสำรวจ โดยการเก็บข้อมูลจากการออกแบบสอบถามร่วมกับการสังเกต กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายที่ประทับใจ ที่เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์

1. ขอบเขตของประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายที่ประทับใจ ที่เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์

2. ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษา ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายที่ประทับใจ ที่เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ โดยกำหนดตัวแปรที่จะศึกษา ดังนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- สัญชาติ
- สถานภาพสมรส
- การศึกษา
- อาชีพ
- รายได้
- ภูมิลำเนา

2.2 ตัวแปรตาม

ระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว

- ด้านการบริการและการต้อนรับของเจ้าหน้าที่
- ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว
- ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการรถรางนำเที่ยว
- ด้านระยะเวลาที่ให้บริการ
- ด้านการบริการอื่นๆ

ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว

- ด้านการบริการและการต้อนรับเจ้าหน้าที่
- ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว
- ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการรถรางนำเที่ยว
- ด้านระยะเวลาที่ให้บริการ
- ด้านการบริการอื่นๆ

ระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว

- พึงพอใจมากที่สุด
- พึงพอใจมาก
- พึงพอใจปานกลาง
- พึงพอใจน้อย
- พึงพอใจน้อยที่สุด

3. ขอบเขตสถานที่

อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์

4. ขอบเขตเวลา

ระยะเวลาที่ทำการศึกษา และการเก็บรวบรวมข้อมูล 7 เดือน ตั้งแต่ 20 กุมภาพันธ์ 2561 ถึง 30 กันยายน 2561

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์
2. ทำให้ทราบถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์
3. ข้อมูลความคาดหวังและการรับรู้จากนักท่องเที่ยว สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและการจัดการคุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ และช่วยอนุรักษ์ส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชนในเมืองเพชรบูรณ์
4. สามารถนำผลการศึกษาไปปรับปรุงแก้ไข และนำไปพัฒนาต่อไปให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความหมายของความคาดหวัง

เกศสินี กลั่นบุศย์ (2540 : 16) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง สิ่งที่คาดหวังหรือการคาดการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละบุคคลด้วย อาจเนื่องมาจากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา การเห็นคุณค่าของการกระทำไปสู่อเป้าหมายที่ต้องการนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อความรู้สึกพึงพอใจของบุคคล ในการตั้งความหวังนั้น บุคคลจะกำหนดระดับความคาดหวังไว้เป็นแนวทางที่สามารถประสบผลสำเร็จได้

สุรางค์ จันทร์เอม (2529) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า ความคาดหวัง (Expectation) คือ ความเชื่อว่าสิ่งใดที่น่าจะเกิดขึ้นและสิ่งใดบ้างน่าจะไม่มีเกิดขึ้น ความคาดหวังจะเกิดขึ้นได้ถูกต้องหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคล เช่น ประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกันกับประสบการณ์ใหม่ก็อาจทำการคาดหวังได้ไม่พลาดเกินไป หรืออาจจะคาดหวังได้ถูกต้องบุคคลที่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนในสิ่งใดมักจะไม่มี ความคาดหวังในสิ่งนั้น หรือหากมีการคาดหวังก็ไม่เกิดขึ้นจริงตรงตามที่คาดหวังไว้ความคาดหวังที่ไม่ประสบความสำเร็จช่วยให้บุคคลมีทัศนคติต่อตนเองไปในทางที่ดีขึ้น

พาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman; et al. 1998 : 16) ได้กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ทักษะที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภค ที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจงและลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดย มีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้ลึกกว่ามีความต้องการพวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้อุปสงค์ได้รับการตอบสนอง

จากความหมายข้างต้น อาจสรุปความหมายของความคาดหวังได้ว่า ความคาดหวัง (Expectancy) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดหรือความคิดเห็น ด้วยวิจาร์ณญาณเกี่ยวกับความคาดคะเน หรือการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าควรจะมี ควรจะเป็น ควรจะเกิดขึ้น หรือว่าควรเปลี่ยนแปลงตามความจำเป็นที่มีต่อการรับบริการของบุคลากร

องค์ประกอบของความคาดหวัง

รัตนา สุขะนินทร์ (2547) องค์ประกอบของความคาดหวัง (The Component of Expectations) ได้แก่ 1. บริการที่พึงประสงค์ (Desired Service) เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับหรือ ปรารถนาที่จะได้รับซึ่งระดับของความปรารถนานั้นขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคล และความเชื่อของลูกค้าที่มีต่อบริการที่ได้รับ 2. บริการที่เพียงพอ (Adequate Service) เป็นระดับที่ต่ำสุดของการบริการที่ลูกค้าจะยอมรับได้โดยไม่เกิดความรู้สึกไม่พอใจซึ่งความคาดหวังระดับนี้เกิดจากการรับรู้ของผู้บริโภคต่อทางเลือกของผู้ให้บริการอื่นๆ 3. บริการที่คาดการณ์ (Predicted Service) เป็นระดับการให้บริการที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการ ในขณะที่ลูกค้าพบปะกับผู้ให้บริการการบริการที่คาดการณ์นั้นมีผลกระทบโดยตรงต่อการกำหนดระดับการบริการที่พึงประสงค์

ความคาดหวังของผู้รับบริการ

สมิต สัชฌุกร (2546) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของผู้รับบริการว่า ผู้รับบริการทุกคนก็ต้องการบริการขั้นหนึ่ง คือ สะดวก รวดเร็ว ทันใจ ถูกต้อง สมบูรณ์ ได้รับประโยชน์สูงสุดได้รับการต้อนรับที่อบอุ่น ผู้ให้บริการให้ความสนใจ เอาใจใส่ตอบสนองความต้องการอย่างถูกต้อง และถูกใจ ที่สำคัญคือ รวดเร็วตั้งใจไม่ต้องรอคอย

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

ความหมายของการรับรู้

บรยรงค์ ไตจินดา (2543: 287) ให้ความหมายการรับรู้ว่า หมายถึง การที่บุคคลได้รับ ตีความและตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้น การรับรู้แบ่งได้เป็น 2 กิจกรรม คือ การรับข้อมูลและการแปลข้อมูลให้เป็นข้อความตามความเข้าใจ การรับรู้จะต้องคำนึงถึงความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร ความสนใจและประสบการณ์ จึงสามารถทำให้แปลความถูกต้อง

ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman; & Kanuk. 2000: 146) การรับรู้ คือ กระบวนการที่บุคคลแต่ละคนมีการเลือก การประมวลผลและการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมา ให้ความหมาย และได้ภาพของโลกที่มีเนื้อหา

วชิระ ชินหนองจอก (2556) การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆจะขึ้นอยู่กับความรู้จากสภาพแวดล้อมของตน และความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้นๆ ดังนั้นการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้ และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยการรับรู้ประกอบด้วยประสาทสัมผัสและปัจจัยทางจิต คือความรู้เดิม ความต้องการ และเจตคติเป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วยกระบวนการสามด้าน คือ การรับสัมผัส การแปลความหมาย และอารมณ์

การรับรู้คุณภาพการบริการ

แอนซัน และแวนราอิจ (Antoned; & Van Raaij. 1988) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพเกิดจากความคาดหวังของลูกค้า สินค้าหรือบริการจะมีคุณภาพสูงก็ต่อเมื่อความต้องการของลูกค้าตรง กับความคาดหวังที่ตั้งไว้ การรับรู้คุณภาพที่สูงต่อสินค้าหรือการบริการลูกค้าจะทำการพิจารณาจาก ความเหมาะสมของการใช้งาน ความคงทน ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความไว้วางใจ ความถี่ในการเสียดำ และบริการหรือสินค้าจะมีคุณภาพเมื่อลูกค้าได้ทำการเปรียบเทียบการรับรู้จริง กับความคาดหวังต่อสินค้าหรือบริการนั้น

กรอนรูส (Gronroos.1990) ได้กล่าวถึงเงื่อนไขของการรับรู้คุณภาพบริการที่ดีของลูกค้ามี 6 ประการ ดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพ และทักษะในการบริการ ลูกค้าจะรับรู้คุณภาพการบริการที่ดีใน เมื่อผู้ให้บริการมีความรู้ทักษะในการแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ
2. ทักษะและพฤติกรรม เป็นความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อพนักงานบริการ พิจารณา เกี่ยวกับความเอาใจใส่ในการแก้ปัญหาด้วยความเต็มใจโดยทันที
3. การเข้าถึงบริการง่ายและมีความยืดหยุ่น ลูกค้าจะพิจารณาจากผู้ให้บริการ ประกอบไปด้วยสถานที่ ชั่วโมงการทำงาน ตัวพนักงาน และระบบการท างานที่ได้ถูกออกแบบให้ง่าย ต่อการเข้าถึงบริการรวมถึงมีการเตรียมปรับบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
4. ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ ลูกค้าจะรู้ว่าเมื่อใดก็ตามที่มีการ ตกลงการใช้บริการเกิดขึ้น สามารถที่จะไว้วางใจผู้ให้บริการได้โดยพนักงานจะทำตามสัญญาที่ตกลงไว้ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจเป็นพิเศษ
5. การชดเชย เมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ามีความรู้สึกว่ามีบางอย่างผิดปกติหรือไม่เป็นไป ตามความคาดหวังผู้ให้บริการจะต้องแก้ไขให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าอย่างทันที
6. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ลูกค้ามักเชื่อว่าการให้บริการของผู้ให้บริการ สามารถเชื่อถือได้และเหมาะสมกับคุณค่าของเงินที่จ่ายไป

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การรับรู้เป็นกระบวนการตีความหมายจากสิ่งที่เราสัมผัสเป็นที่รู้จักที่เข้าใจโดยใช้ประสบการณ์เดิมช่วยในการแปลความหมาย ได้แก่ ความคิด ความรู้ และการกระทำที่ได้เคยปรากฏแก่ผู้นั้นมาแล้ว และการที่เราตีความหมายต่อสิ่งหนึ่งอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับว่าเรารับรู้และตีความหมายให้เป็นอย่างไร เพราะแต่ละคนจะตีความหมายจากการรับรู้ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ได้รับของแต่ละคน และการเข้าใจความหมายของสิ่งที่เราเห็นแล้วเอามาขยายความ

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2561: ออนไลน์) กล่าวว่า ความหมายของการท่องเที่ยวตามองค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization: WTO) หมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มี เงื่อนไข 3 ประการคือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมี การวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางไกลหรือ ระยะทางไกลก็ได้
2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิมโดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือน และใช้เวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนอง ความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

นิคม จารุณี (2535) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางใดๆ ที่เป็นการเดินทางที่อยู่ในเงื่อนไข 3 ประการคือ การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ มิได้ถูกบังคับ และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตาม แต่มิใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

วิมล จิโรจน์ และคณะ (2548 : 47) กล่าวว่า โดยทั่วไปการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่ง เพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติและเพื่อน พักผ่อนวันหยุด ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และอาจหมายรวมถึง บุคคลที่เดินทางไปเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการ ทางการเมือง การประชุมธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ทางธุรกิจตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ด้วย โดยที่มาเหล่านี้สามารถใช้การคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบ นอกจากนี้ยังมีผู้ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การเดินทางไปสู่สถานที่ต่าง ๆ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษา การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การประชุม การแสดง ธุรกิจและอื่น ๆ และนักวิชาการให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลผู้เป็นเจ้าของบ้าน และชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนอื่น ๆ

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ที่ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งหรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัลยา สร้อยสิงห์ (2559) ได้ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ โรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้แตกต่างกับความคาดหวังในคุณภาพการบริการ และ 3) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในภาพรวมเป็นค่าบวก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ

รัชดา เพ็ชรชระ (2556) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรธา เจบี อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรธา เจบี อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากที่สุดต่อคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า รองลงมาคือ ด้านการ ให้บริการที่ให้ความมั่นใจ ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมทรธา เจบี อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาราย ด้าน พบว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการด้านรูปแบบการบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการบริการที่ให้ความมั่นใจผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและ ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมทรธา เจบี อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า

นักท่องเที่ยวไทยมีระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ต่อ คุณภาพการบริการของโรงแรมหรู เจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมและรายด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ โดยเก็บข้อมูลในระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2561 ถึง 30 มิถุนายน 2561

1.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากไม่มีการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับผู้มาใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ ไว้อย่างชัดเจน ผู้ศึกษาจึงใช้สูตรของ คอชแรน (อภินันท์ จันตะณี , 2550, หน้า 25) ดังนี้

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

n แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

P แทน สัดส่วนของประชากรและโอกาสที่ได้จากประชากร (0.50)

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e = 0.05)

Z แทน ค่าที่ได้จากการเปิดตารางสถิติ Z โดยอาศัยค่าพื้นที่ $\frac{\alpha}{2}$ ได้จากค่าระดับ

ความเชื่อมั่น ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2} \\ &= \frac{0.9604}{0.0025} \\ &= 384.16 \approx 385 \end{aligned}$$

ดังนั้นจึงได้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 385 ตัวอย่าง

เพื่อให้การเก็บข้อมูลครั้งนี้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจความคาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มไปอีก 5% เท่ากับ 15 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ทั้งหมด 400 คน

2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยผู้ศึกษาได้สร้างเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล มีลำดับขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

2.1 ศึกษาแนวคิด/ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์

2.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามากำหนดให้เป็น “นิยามศัพท์เฉพาะ/ปฏิบัติการ” จากนั้นก็ร่างเป็นแบบสอบถามขึ้นมาให้เป็นไปตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ที่มีค่า 5 ระดับ

2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งแล้วจึงนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยได้ค่า IOC = 1 (เนื่องจากไม่มีการแก้ไขแบบสอบถาม)

2.4 หลังจากได้ปรับปรุงแก้ไขตามให้ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ พร้อมทั้งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจความเรียบร้อยอีกครั้งหนึ่งก่อนนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try-out) แบบสอบถามทดลอง เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือก่อนที่จะนำเครื่องมือออกเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจริง

2.5 การนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try-out) กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุ่มประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ โดยใช้นักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อต้องการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (α -Coefficient) ของ ครอนบาค (Cronbach) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7778 ($\chi^2 = 0.7778$)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยดำเนินการลำดับขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยอธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคล ตลอดจนถึงการรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม มาตรวจดูความสมบูรณ์ในแต่ละข้อ และนับจำนวนแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ ถ้าพบว่าแบบสอบถามชุดใดผู้ตอบแบบสอบถามทำไม่ครบทุกข้อ ก็จะทำการเก็บเพิ่มเติม เมื่อได้ข้อมูลครบ 400 ชุดแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้านี้ได้ใช้สถิติเพื่อวัดข้อมูล ได้แก่ สถิติความถี่และร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ			6. อาชีพ		
ชาย	210	52.5	นักเรียน/นักศึกษา	82	20.5
หญิง	190	47.5	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	45	11.3
รวม	400	100.0	ธุรกิจส่วนตัว	93	23.2
2. อายุ			ทำงานบริษัท/โรงงาน		
อายุต่ำกว่า 20 ปี	80	20.0	รับจ้างทั่วไป	117	29.2
อายุ 21-30 ปี	195	48.6	อื่นๆ (โปรดระบุ)	1	0.3
ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อายุ 31-40 ปี	85	21.3	รวม	400	100.0
อายุ 41-50 ปี	31	7.8	7. รายได้		
อายุ 50-60 ปี	6	1.5	ต่ำกว่า 5,000 บาท	58	14.5
อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป	3	0.8	5,001-10,000 บาท	79	19.8
รวม	400	100.0	10,001-15,000 บาท	109	27.2
3. สัญชาติ			15,001-20,000 บาท		
ไทย	397	99.3	20,001-25,000 บาท	36	9.0
อื่นๆ	3	0.7	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100.0	รวม	400	100.0

4. สถานภาพ			8. ภูมิภาค		
โสด	211	52.8	ภาคเหนือ	94	23.5
สมรส	167	41.6	ภาคกลาง	245	61.2
อยู่ร่ำไป/แยกกันอยู่	17	4.3	ภาคใต้	5	1.3
หม้าย	4	1.0	ภาคตะวันออก	33	8.2
อื่นๆ	1	0.3	ภาคตะวันตก	22	5.5
รวม	400	100.0	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1	0.3
5. การศึกษา			รวม		
ประถมศึกษา	40	10.0		400	100.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	74	18.5			
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	146	36.5			
อนุปริญญา/ปวส.	75	18.8			
ปริญญาตรี	58	14.5			
สูงกว่าปริญญาตรี	7	1.7			
รวม	400	100.0			

จากตารางที่ 1 พบว่า

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

1.1 เพศ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้าใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และเพศหญิง จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5

1.2 อายุ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้าใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมาคืออายุระหว่าง อายุ 31-40 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

1.3 สัญชาติ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้าใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย จำนวน 397 คน คิดเป็นร้อยละ 99.3 และอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

1.4 สถานภาพ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้าใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาสมรส จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 และอยู่ร่ำไป/แยกกันอยู่ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

1.5 การศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้าใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5

1.6 อาชีพ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้าใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่มีอาชีพ รับจ้างทั่วไป จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

1.7 รายได้ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้าใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมา

10,001-15,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 และ 5,001-10,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8

1.8 ภูมิภาคอื่นๆ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้าใช้บริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจเที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ใน ภาคกลาง จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมาภาคเหนือ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ ด้านความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้าย เที่ยวในเมืองเพชรบูรณ์

คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวัง			ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	E	\bar{X}	S.D.	P
ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่	3.87	.762	มาก	3.73	.727	มาก
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี	3.84	.740	มาก	3.70	.704	มาก
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส	3.97	.693	มาก	3.78	.659	มาก
3. เจ้าหน้าที่มีการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ดี	3.84	.773	มาก	3.69	.746	มาก
4. เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อยเหมาะสมกับงาน	3.84	.812	มาก	3.73	.755	มาก
5. เจ้าหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	3.88	.791	มาก	3.74	.767	มาก
ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	3.85	.726	มาก	3.80	.717	มาก
1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	3.85	.680	มาก	3.78	.656	มาก
2. ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.92	.713	มาก	3.81	.733	มาก
3. การอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	3.81	.738	มาก	3.79	.746	มาก
4. ความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	3.81	.773	มาก	3.80	.732	มาก
ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการรถรางนำเที่ยว	3.74	.716	มาก	3.71	.744	มาก
1. สภาพของรถรางนำเที่ยว เหมาะสมกับการให้บริการ	3.82	.713	มาก	3.61	.747	มาก
2. มีป้ายเตือนหรือคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ในการใช้บริการรถรางนำเที่ยว	3.85	.692	มาก	3.76	.687	มาก
3. พฤติกรรมในการขับรถรางนำเที่ยวของเจ้าหน้าที่	3.61	.724	มาก	3.72	.757	มาก
4. การขึ้น-ลง รถรางนำเที่ยว	3.71	.708	มาก	3.74	.781	มาก
5. จำนวนที่นั่งเพียงพอต่อการโดยสารและมีความปลอดภัย	3.73	.742	มาก	3.71	.737	มาก
ด้านระยะเวลาที่ให้บริการ	3.74	.712	มาก	3.85	.712	มาก
1. ระยะเวลาที่ใช้ในการนำชมแหล่งท่องเที่ยว	3.73	.685	มาก	3.84	.711	มาก
2. ระยะเวลาที่รอรับบริการรถรางนำเที่ยว	3.75	.739	มาก	3.85	.715	มาก
คุณภาพการบริการ	ระดับความคาดหวัง			ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	E	\bar{X}	S.D.	P
ด้านบริการอื่นๆ	3.67	.741	มาก	3.71	.753	มาก
1. มีร่มกันแดด ไว้บริการนักท่องเที่ยว	3.65	.759	มาก	3.70	.751	มาก
2. ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ ห้องสุขาต่อปริมาณนักท่องเที่ยว ของแหล่งท่องเที่ยว	3.69	.722	มาก	3.71	.756	มาก
รวมทั้ง 5 ด้าน	3.77	.731	มาก	3.75	.732	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า

ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการโดยรวมทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อพบว่า

1. ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ระดับความคาดหวังด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ที่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 การรับรู้ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ที่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

2. ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ระดับความคาดหวังด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 การรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

3. ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการรถรางน้ำเที่ยว ระดับความคาดหวังด้านความปลอดภัยในการใช้บริการรถรางน้ำเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีป้ายเตือนหรือคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ในการใช้บริการรถรางน้ำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 การรับรู้ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการรถรางน้ำเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีป้ายเตือนหรือคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ในการใช้บริการรถรางน้ำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

4. ด้านระยะเวลาที่ให้บริการ ระดับความคาดหวังด้านระยะเวลาที่ให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระยะเวลาที่รอรับบริการรถรางน้ำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 การรับรู้ด้านระยะเวลาที่ให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระยะเวลาที่รอรับบริการรถรางน้ำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

5. ด้านบริการอื่นๆ ระดับความคาดหวังด้านบริการอื่นๆอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ ห้องสุขาต่อปริมาณนักท่องเที่ยว ของแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 การรับรู้ด้านบริการอื่นๆอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ ห้องสุขาต่อปริมาณนักท่องเที่ยว ของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางน้ำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายที่ เกี่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ขึ้นอยู่กับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่จะมีสัญชาติไทย มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป โดยมีรายได้อยู่ระหว่าง 15,000-20,000 บาท และส่วนใหญ่อาศัยอยู่ภาคกลาง

2. ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางน้ำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายที่ เกี่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ ที่มีต่อคุณภาพการบริการรถรางน้ำเที่ยว มีความคาดหวังมากทั้งทางด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการรถรางน้ำเที่ยว ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการและทั้งนี้ยังมีด้านบริการอื่นๆ อีกด้วย

3. การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางน้ำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายที่ เกี่ยวในเมืองเพชรบูรณ์ มีการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางน้ำเที่ยวอยู่ในระดับการรับรู้มาก ได้แก่ ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการรถรางน้ำเที่ยว ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการ และด้านบริการอื่นๆ

อภิปรายผล

ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เกี่ยวกับในเมืองเพชรบูรณ์ รัตนา สุขะนินทร์ (2547) องค์ประกอบของความคาดหวัง (The Component of Expectations) ได้แก่ 1. บริการที่พึงประสงค์ (Desired Service) เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับหรือ ปรารถนาที่จะได้รับซึ่งระดับของความปรารถนานั้นขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคล และความเชื่อของลูกค้าที่มีต่อบริการที่ได้รับ 2. บริการที่เพียงพอ (Adequate Service) เป็นระดับที่ต่ำสุดของการบริการที่ลูกค้าจะยอมรับได้โดยไม่เกิดความรู้สึกไม่พอใจซึ่งความคาดหวังระดับนี้เกิดจากการรับรู้ของผู้บริโภคต่อทางเลือกของผู้ให้บริการอื่นๆ 3. บริการที่คาดการณ์ (Predicted Service) เป็นระดับการให้บริการที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการ ในขณะที่ลูกค้าพบกับผู้ให้บริการการบริการที่คาดการณ์นั้นมีผลกระทบต่อข้อกำหนดระดับการบริการที่พึงประสงค์

ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เกี่ยวกับในเมืองเพชรบูรณ์ บรรยงค์ โตจินดา (2543: 287) ให้ความหมายการรับรู้ว่า หมายถึง การที่บุคคลได้รับ ติชมและตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้น การรับรู้แบ่งได้เป็น 2 กิจกรรม คือ การรับข้อมูลและการแปลข้อมูลให้เป็นข้อความตามความเข้าใจ การรับรู้จะต้องคำนึงถึงความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร ความสนใจและประสบการณ์ จึงสามารถทำให้แปลความถูกต้อง กานดา จันทรแย้ม (2556) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ ว่าหมายถึง การรับสัมผัสสิ่งเร้าแล้วแปลความหมายได้ การที่บุคคลจะแสดงออกต่อบุคคลอื่นเช่นใด การรับรู้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมาก กล่าวคือ บุคคลจะมีพฤติกรรมตอบโต้ต่อผู้อื่นเช่นใด อิทธิพลของการรับรู้จะเป็นส่วนสำคัญประการหนึ่งส่งผลให้เราเลือกแสดงพฤติกรรมออกมาแตกต่างกัน เช่น ลูกน้องคนสนิททา งานส่งไม่ทันเวลา ก็อาจต่อว่าเล็กน้อย แต่หากลูกน้องที่มีปัญหาทางาน เสร็จไม่ทันเวลา พฤติกรรมการตำหนิอาจแตกต่างไปจากคนแรก หรือหัวหน้างานที่เรารักสั่งงานเราจะทา งานด้วยความเต็มใจ แต่ในขณะที่เดียวกันหัวหน้างานที่เราไม่ชอบหน้าสั่งงานเราอาจทา งานพอให้เสร็จไปเท่านั้น เป็นต้น ดังนั้นการที่บุคคลจะมีพฤติกรรมตอบสนองอย่างไร จึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะท่าทางของบุคคลนั้นแต่ขึ้นอยู่กับ การรับรู้บุคคลอื่นอย่างไร

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการรถรางนำเที่ยว สิบสี่จุดสุดท้ายประทับใจ เกี่ยวกับในเมืองเพชรบูรณ์ ดักลาส (Douglas ,2007) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service quality) หมายถึง ทัศนคติ ที่เกิดขึ้นในระยะยาวเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานทั้งหมด

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552) ได้กล่าวว่า บริการที่ยอดเยี่ยมตรงกับความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึง บริการที่ลูกค้าได้รับดีกว่าที่หวังไว้ ทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ

Etzel (2014) กล่าวว่าการจัดการคุณภาพการบริการขององค์กรนั้นควรจะคำนึงถึง

- 1) การตั้งความคาดหวังของผู้บริโภค
- 2) ควรวัดระดับความคาดหวังจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 3) พยายามรักษาคุณภาพการบริการให้เหนือกว่าระดับความคาดหวังของผู้บริโภค

กล่าวโดยสรุป คุณภาพการบริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เป็นหนทางหนึ่ง ที่ ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จท่ามกลางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อธุรกิจที่ให้บริการมีรูปแบบ การให้บริการที่คล้ายคลึงกันและตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ดังนั้นการเน้นคุณภาพการบริการจึงเป็นวิธีที่ จะสร้างความแตกต่างให้องค์กรได้และความแตกต่างนี้จะนำมาซึ่งการเพิ่มพูนของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้ประชาชนโดยอาจนำข้อมูลเบื้องต้นจากการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลประกอบในการศึกษาครั้งต่อไป

การทำวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติม ในขอบเขตพื้นที่และสถานที่ท่องเที่ยวโดยรอบเพื่อนำมาเปรียบเทียบ เพื่อปรับกลยุทธ์ในการต้อนรับการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กานดา จันทร์แยม. (2556). จิตวิทยา อุตสาหกรรมและองค์การ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- กัลยา สร้อยสิงห์. (2559). ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตเมือง พัทยา จังหวัดชลบุรี. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยดุสิตธานี.
- เกศสินี กลั่นบุศย์. (2540). ความคาดหวังของผู้เข้ารับการรักษาพยาบาลต่อการบริการของโรงพยาบาลเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ธงชัย สวัสดิสาร. (2554). การท่องเที่ยวและการจัดการโรงแรม : แนวโน้มและประเด็น (Tourism and hotel Management: Trends and Issues). ขอนแก่น : โรงพิมพ์ศิริภรณ์ ออฟเซ็ท.
- นิคม จารุณี. (2535). การท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : แพร่พิทยา.
- บรรยงค์ โตจินดา. (2543). การบริหารงานบุคคล Personnel management. กรุงเทพฯ : รวมสาส์น.
- รัตนา สุขะนินทร์. (2547). ความคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการล้านช้างรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาว อเมริกันและยุโรป. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รัชดา เพ็ชรชระ. (2556). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมหรรษา เจบี อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสงขลา. กรุงเทพฯ:วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วชิระ ชินหนองจอก. “ทฤษฎีการรับรู้”, <https://www.gotoknow.org/posts/282194>. (7 พฤษภาคม 2561)
- วิชัย ต้นกิตติกร. (2534). ชุมชนก่อนเมืองศรีเทพ. กรุงเทพฯ: พีวเจอร์เพรส
- วิมล จิโรจพันธ์ และคณะ. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงดาว.
- สมิต สัมภูกร. (2550). การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธาร.
- สุรางค์ จันทร์อม. (2529). จิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (ไม่ปรากฏวันที่ เดือน ปีที่เผยแพร่). คำนิยามของการท่องเที่ยว. [Online]. วันที่สืบค้น 9 พฤษภาคม 2561 จาก:<http://www.tourism.go.th>
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2550). การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับวิทยานิพนธ์ทางธุรกิจ. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- Antioned, G., & Van Raaij, W. F. (1988). The satisfaction of customers. Chicago: Irwin/McGraw-Hill.
- Douglas, C.M. (2007). Design and Analysis of Experiments (6th ed.). New York: John Willey & Sons Inc.
- Etzel, M.J. (2014). Marketing (12th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Good, C. V. (1973). Dictionary of Education. New York: McGraw-Hill.

- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing. The Nature of Service and Service Quality*. Stockholm University, Sweden.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, p.41-50.
- (1988) SERQUAL : A multiple – item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of retailing* 64 : p.12 – 40.
- Schiffman, and Kanuk. (2000) *Customer Behavior – Psychology Aspects*. New Jersey : Prentice-Hall.

สำรวจความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้ป่วยสูงอายุ กรณีศึกษา อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์

SURVEY ON NEEDS IN THE APPLICATION OF NUTRITION COUNSELING SYSTEM FOR ELDERLY PATIENTS A CASE STUDY OF LOM KAO DISTRICT, PHETCHABUN PROVINCE.

ศุภรัตน์ แก้วเสริม*

เอ็ม สายคำหน่อ**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการใช้งานติดตั้งแอปพลิเคชันระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุและประเมินความพึงพอใจการออกแบบหน้าจอการใช้งาน ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์ โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นญาติผู้ดูแลผู้ป่วย จำนวน 385 คน จากสถิติผู้สูงอายุในเขตอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ ประจำปี 2559 จำนวน 10,447 คน เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์ ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้จริง ตอบสนองความต้องการผู้ใช้งาน คำนึงถึงการลงทุนและจัดการเผยแพร่แอปพลิเคชัน บน Google Play Store หรือ App Store เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1) รูปแบบตัวอย่างหน้าจอแอปพลิเคชันระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์ 2) แบบประเมินความพึงพอใจการออกแบบหน้าจอการใช้งานแอปพลิเคชัน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า ญาติผู้ดูแลผู้สูงอายุมีความต้องการติดตั้งแอปพลิเคชันระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 93.8 เปอร์เซ็นต์ มีความพึงพอใจการออกแบบหน้าจอการใช้งาน ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, $S.D = 0.04$) สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันต่อไป

คำสำคัญ: โภชนาการผู้สูงอายุ, ภาพรวมโภชนาการ

Abstract

The main purpose of this research were to make a needs survey of the application installation requirement and to make satisfaction survey of nutrition application's design to elderly people on smartphone. The sample of population that using by patient relative for 385 people from elderly patient of Lom Kao district, Phetchabun province in 2017 amount 10,447 people for utilize to develop nutrition advise of elderly system, for serve the needs and worth investment to users for functional using on Google Play or App store. The research instruments have 1) The sample of nutrition advise of elderly system's application on smartphone screens captured.

* อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

** อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

2) The satisfaction survey of nutrition advise application's design to elderly people on smartphone by analyzed from frequency distribution, average and percentage. The conclusion of this research were the patient relative have a needs to install the nutrition advise application for elderly people on smartphone. The percentage were 93.8 percent. The satisfaction of application's system design were have overview in great qualities ($\bar{X} = 4.18$, $S.D = 0.04$) and also can be a model to keep forward developing the application in the future.

บทนำ

สภาวะสังคมปัจจุบันประเทศไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ ในปี 2560 มีจำนวนผู้สูงอายุร้อยละ 15.45 ของจำนวนประชากรทั้งหมด 66,188,503 คน และคาดว่าปี 2564 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2560) จากตัวเลขผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นชี้ให้เห็นว่าสังคมไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ยิ่งพบว่า ผู้สูงอายุมีเงินไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพในวัยหลังเกษียณ (อาภรณ์ ชิวะเกรียงไกร, 2560)

ประเทศไทยเมื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจึงควรมีการเตรียมการเพื่อรองรับ เมื่อมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นทำให้สัดส่วนประชากรวัยทำงานลดลง ผลผลิตโดยรวมของประเทศลดลง (กลุ่มงานวิจัยและข้อมูล สำนักวิชาการ, 2556) ส่งผลให้รายได้ของประเทศลดลง เกิดปัญหาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ เมื่อผู้สูงอายุเกษียณงาน ต้องอาศัยรายได้จากเงินออมที่เก็บไว้ ถ้าหากเงินออมมีไม่มากพอจะส่งผลให้เกิดปัญหาในการดำรงชีพ ทำให้เป็นภาระแก่สังคมที่ต้องจัดสวัสดิการต่าง ๆ ให้เหมาะสมและเพียงพอ ก่อให้เกิดปัญหาเพิ่มมากขึ้นในด้านต่าง ๆ ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจ ประเด็นสำคัญอย่างยิ่งเมื่อผู้สูงอายุมีอายุเพิ่มขึ้น ปัญหาด้านสุขภาพจะตามมา ร่างกายเริ่มเสื่อมถอยลงไปตามกาลเวลา ขาดการดูแลเอาใจใส่ด้านสุขภาพ ซึ่งทั้งหมดเป็นปัญหาที่ทุกภาคส่วนสมควรมีการเตรียมการเพื่อรองรับจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ สาเหตุการเจ็บป่วยในผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักเกิดจากการมีร่างกายไม่ค่อยแข็งแรง ระบบภายในร่างกายมีการเปลี่ยนแปลง อวัยวะไม่สามารถทำงานได้ตามปกติ เกิดความผิดปกติของระบบประสาทและสมอง ทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของสมองและประสาทลดลง จึงทำให้เป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิต (ณัฐรัฐจิตตา เทวาลิศสกุล, 2559)

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเพชรบูรณ์ได้ทำการเก็บรวบรวมสถิติโรคจากผู้ป่วยสูงอายุ ในเขตอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 10,447 ราย พบว่า ผู้ป่วยจำนวน 4,667 ราย ป่วยด้วยโรคความดันโลหิตสูง คิดเป็นร้อยละ 44.67 รองลงป่วยด้วยโรคเบาหวาน จำนวน 2,104 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.14 (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเพชรบูรณ์, 2561) ซึ่งโรคดังกล่าวมานั้นเป็นโรคที่ต้องให้การดูแลอย่างใกล้ชิด ตั้งแต่การรับประทานยาเป็นประจำ รวมถึงการรับประทานอาหารที่ถูกจำกัดทางด้านคุณค่าทางโภชนาการเนื่องจากจะส่งผลต่อโรคโดยเร็ว เช่น การรับประทานอาหารรสหวานในปริมาณที่มากเกินไป อาจส่งผลให้ผู้ป่วยโรคเบาหวานมีน้ำตาลในเลือดสูงเกินไป ส่งผลให้เกิดภาวะช็อกเฉียบพลันได้ (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2554) ซึ่งประชากรส่วนใหญ่ในอำเภอหล่มเก่า เลือกประกอบอาหารตามวิถีชีวิตแบบตามความชอบ ละเลยการศึกษาถึงคุณค่าทางโภชนาการ ดังนั้น การควบคุมโภชนาการของผู้ป่วยจึงมีสำคัญอย่างยิ่ง ควรเลือกรับประทานอาหารที่เหมาะสม และถูกสัดส่วนกับความต้องการของร่างกายในสภาวะต่างกัน ในปริมาณไม่มากหรือน้อยจนเกินไป และการเลือกรับประทานอาหารให้ถูกหลักโภชนาการยังช่วยป้องกันการเกิดโรคได้

ปัจจุบันมี "คนไทย" ใช้เวลาเข้าอินเทอร์เน็ตต่อวันมากที่สุดในโลก โดยเฉพาะการใช้งานอินเทอร์เน็ตบนสมาร์ทโฟน เฉลี่ยอยู่ที่ 4 ชั่วโมง 56 นาที (Brand Buffer, 2561) เห็นได้ว่าคนไทยใช้เวลานานในการเข้าถึงข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันบนระบบสมาร์ทโฟน

แอปพลิเคชันเป็นซอฟต์แวร์ที่อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ โดยแอปพลิเคชันมีส่วนที่ติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) เพื่อเป็นตัวกลางการใช้งานต่าง ๆ ดังนั้น อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ได้รับการนิยมนำมาใช้ในปัจจุบัน คือ แอนดรอยด์ (Android) และไอโอเอส (iOS) ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ถูกออกแบบมาให้

เป็นระบบปฏิบัติการสำหรับอุปกรณ์พกพาที่ติดตั้งไปได้ทุกสถานที่ทุกเวลา เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต (พร้อมเลิศ หล่อวีจิตร, 2555)

อนุชา จันทร์เต็ม และคณะ (2561) ได้ศึกษา การพัฒนาแอปพลิเคชันโดยใช้การเรียนรู้ร่วมกัน เรื่อง การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เป็นการเรียนรู้ร่วมกัน โดยมีวิธีการที่มุ่งเน้นการจัดสภาพทางการเรียน ให้ผู้เรียนได้เรียนร่วมกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้สามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลา โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ในเวลาเดียวกันหรือสถานที่เดียวกัน เป็นวิธีการเรียนแบบหนึ่งที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของชีวิต สอดคล้องกับ พงศ์พัฒน์ ฉายศิริพันธ์ และ ธนัญทร ทองจันทร์ (2558) ได้กล่าวไว้ว่า วิธีการแก้ปัญหาการรับประทานอาหารของผู้ป่วยนั้นเป็นเรื่องใกล้ตัว จึงได้คิดค้นนำเครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับวางแผนการรับประทานอาหารของผู้ป่วยโรคเบาหวานบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เพื่อช่วยในการประมวลผลสัดส่วนรายการอาหารที่เหมาะสมกับค่าน้ำตาลของผู้ป่วยในรับประทานอาหารแต่ละมื้อ ทำให้ช่วยลดอัตราความรุนแรงโรคได้

ซึ่งปัจจุบันมีเพียงแอปพลิเคชันด้านโภชนาการของบุคคลทั่วไป ด้านการออกกำลังกายและด้านการวางแผนการรับประทานอาหารสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน ยังขาดแอปพลิเคชันด้านข้อมูลโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุที่สามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพผู้ป่วยสูงอายุ การแชท ถาม-ตอบ จากผู้เชี่ยวชาญโดยตรง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์ที่จะสำรวจความต้องการใช้แอปพลิเคชันออนโมบาย เพื่อให้คำปรึกษาด้านโภชนาการให้คำแนะนำด้านการดูแลสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ โดยผู้ใช้งานทั่วไปหรือญาติที่ดูแลผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงข้อมูล แชท ถาม-ตอบ ปัญหาสุขภาพกับผู้เชี่ยวชาญได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจความต้องการใช้งานติดตั้งแอปพลิเคชัน ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนโมบาย บนระบบสมาร์ตโฟน
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจการออกแบบหน้าจอกาการใช้งาน แอปพลิเคชันระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุ ออนโมบาย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการสำรวจความต้องการใช้ ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนโมบายกรณีศึกษา อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นญาติผู้ดูแลผู้ป่วย จำนวน 385 คน โดยวิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนผู้ป่วยสูงอายุ 10,447 คน โดยใช้ โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นตามวิธีของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973)

สูตร

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

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรผู้ป่วยอายุ ในเขตอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 10,447 คน

e = ค่าความคาดเคลื่อนที่ 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{10,447}{1+(10,447) (0.05^2)}$$

n = 385 คน

2. เครื่องมือวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบกราฟฟิคดีไซน์หน้าจอการใช้งาน (User Interface) และประมวลข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ โปรแกรม Adobe Illustrator CC โปรแกรม Proto.io โปรแกรม IBM SPSS Statistics 22

2. แบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจและความคิดเห็นซึ่งจะนำไปใช้ในการพัฒนาระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุอนโอมบาย จำนวน 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถาม ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป มีลักษณะเป็นรายการให้เลือก

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุอนโอมบาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

2.1 ด้านเนื้อหา

2.1.1 ข้อมูลมีความสมบูรณ์และชัดเจน

2.1.2 ข้อมูลมีความทันสมัย

2.1.3 ภาษาเข้าใจง่าย กระชับ

2.2 ด้านการออกแบบ

2.2.1 หน้าจอแอปพลิเคชันใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน

2.2.2 ความเหมาะสมของตัวอักษรที่ใช้ ขนาด สีตัวอักษร ชัดเจน

2.2.3 การจัดวางตำแหน่งของข้อความ

2.2.4 ความเหมาะสมโดยรวมของโทนสีของฟอร์ม

2.3 ด้านประโยชน์การใช้งาน

2.3.1 ผู้ใช้งานได้รับคำแนะนำ สะดวกรวดเร็ว

2.3.2 ตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพผู้สูงอายุ

2.3.3 ความพึงพอใจภาพรวมต่อระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุอนโอมบาย

ตอนที่ 3 สอบถามความต้องการติดตั้งใช้งานแอปพลิเคชันระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุอนโอมบาย บนสมาร์ตโฟน

ตอนที่ 4 สอบถามความต้องการเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้งานระบบ มีลักษณะแบบปลายเปิด

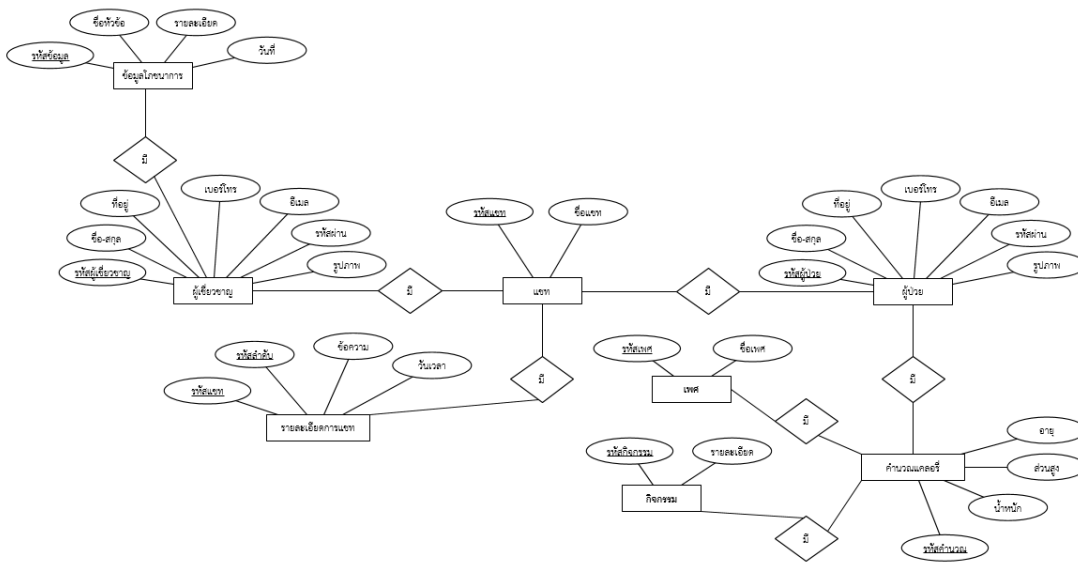
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลและขั้นตอนการออกแบบ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการออกแบบกราฟฟิคดีไซน์ หน้าจอการใช้งานสำหรับระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้ดูแลผู้ป่วย ดังนี้

3.1 ติดต่อประสานงานไปยังสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อขอข้อมูลสถิติผู้ป่วยผู้สูงอายุ อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์

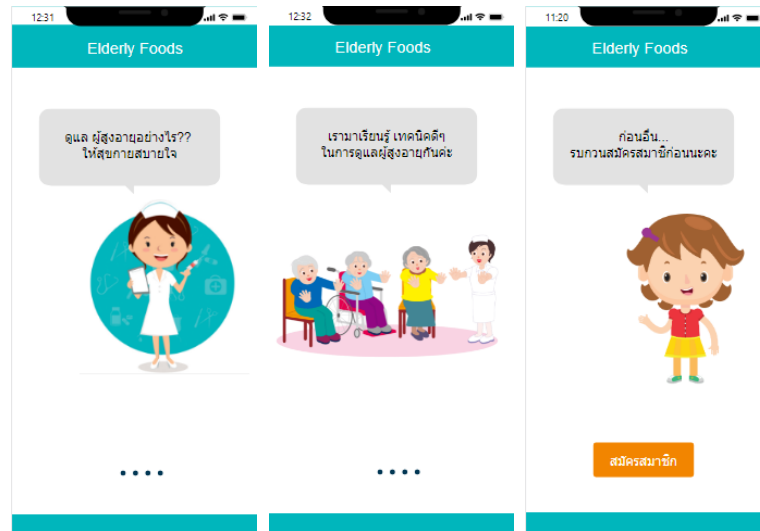
3.2 ติดต่อประสานงานไปยังโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชหล่มเก่า เพื่อขออนุญาตเข้าถึงข้อมูล ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อศึกษาขั้นตอนการให้บริการ ข้อมูลโรคของผู้ป่วยสูงอายุ วิธีการรักษา ปัญหาที่พบและเก็บข้อมูลพฤติกรรมมารับประทานอาหารของผู้ป่วยสูงอายุ

3.3 วิเคราะห์และออกแบบกราฟฟิคดีไซน์หน้าจอการใช้งาน (User Interface) สำหรับระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้ดูแลผู้ป่วย โดยมีการออกแบบหน้าจอการใช้งานแอปพลิเคชัน ดังภาพที่ 1-8



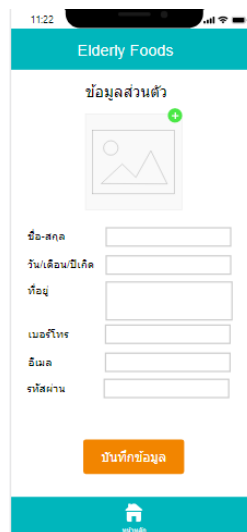
ภาพที่ 1 แบบจำลองอี-อาร์ไดอะแกรม ออกแบบฐานข้อมูล ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุ (Elderly foods)

จากภาพที่ 1 เป็นแบบจำลองโครงสร้างฐานข้อมูล ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุ (Elderly foods) ประกอบด้วยตารางผู้เชี่ยวชาญ ตารางผู้ป่วย ตารางแพทย์ ตารางรายละเอียดการแพทย์ ตารางข้อมูลโภชนาการ ตารางคำนวณแคลอรี ตารางเพศ ตารางกิจกรรมออกกำลังกาย



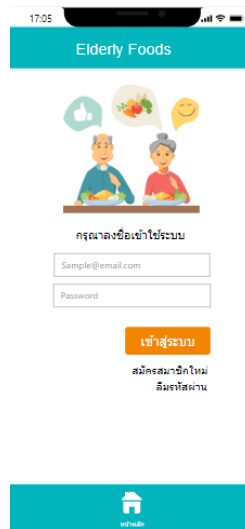
ภาพที่ 2 ตัวอย่างหน้าแรกแอปพลิเคชัน ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุ (Elderly foods)

จากภาพที่ 2 เป็นหน้าแรกสำหรับการเริ่มต้น แนะนำการใช้งานแอปพลิเคชัน เมื่อทำการเลื่อนหน้าจอลัดไปจะเป็นหน้าจอการสมัครเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน ดังภาพที่ 3



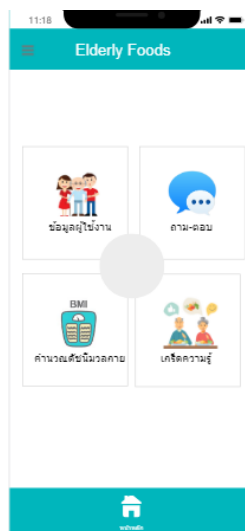
ภาพที่ 3 ตัวอย่างหน้าสมัครเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน

จากภาพที่ 3 เป็นหน้าจอการสำหรับการเพิ่มข้อมูลการสมัครสมาชิกเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน เช่น ชื่อ-สกุล, วัน/เดือน/ปีเกิด, ที่อยู่, เบอร์โทรติดต่อ, อีเมลและรหัสผ่าน เมื่อทำการกรอกข้อมูลสมาชิก คลิกปุ่มบันทึกข้อมูล ระบบจะทำการบันทึกข้อมูลเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลและเปิดหน้าจอการล็อกอินเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ตัวอย่างหน้าจอการล็อกอินเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน

จากภาพที่ 4 ผู้ใช้งานสามารถล็อกอินเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน ด้วยอีเมล และรหัสผ่านที่ทำการสมัครสมาชิก เมื่อทำการกรอกข้อมูลเสร็จ สามารถคลิกเข้าสู่ระบบเพื่อใช้งาน

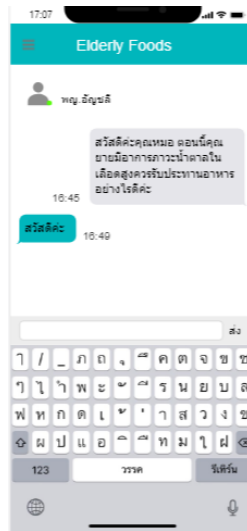


ภาพที่ 5 ตัวอย่างหน้าหลักแอปพลิเคชัน ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุ (Elderly foods)

จากภาพที่ 5 เป็นหน้าจอแสดงหน้าหลักของระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุ (Elderly foods) ประกอบด้วย

1) ระบบข้อมูลผู้ใช้งาน เมื่อคลิกแท็บข้อมูลผู้ใช้งาน ผู้ใช้แอปพลิเคชันสามารถแก้ไขข้อมูลผู้ใช้งาน เมื่อผู้ใช้งานคลิกที่ปุ่ม จะปรากฏหน้าต่างสำหรับแก้ไขข้อมูลส่วนตัวผู้ใช้งาน เช่น ต้องการแก้ไข เบอร์โทรศัพท์ สามารถแก้ไขข้อมูลผ่าน ช่องเบอร์โทรศัพท์ เมื่อทำการแก้ไขข้อมูล คลิกปุ่มบันทึกข้อมูลระบบจะบันทึกข้อมูลเข้าสู่ระบบฐานข้อมูล

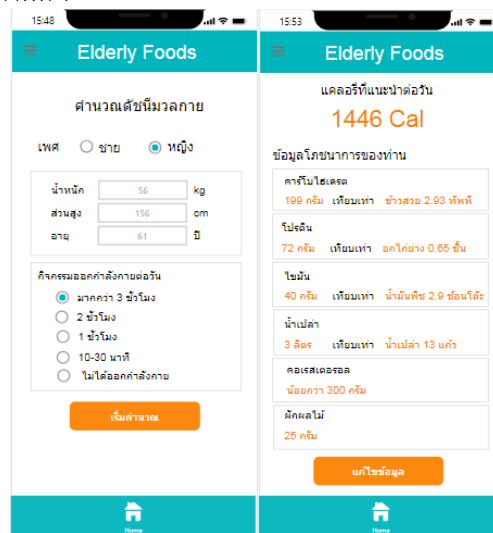
2) ถาม-ตอบ เมื่อคลิก ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันสามารถ สอบถามข้อมูลเป็นปัญหาเกี่ยวกับการรับประทานอาหารสำหรับผู้สูงอายุจากผู้เชี่ยวชาญ ดังภาพที่ 6



ภาพ 6 ตัวอย่างหน้าใช้จอการใช้งานระบบถาม-ตอบ

จากภาพที่ 6 เป็นหน้าจอระบบถาม-ตอบ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันสามารถระหว่างผู้เชี่ยวชาญและญาติผู้ดูแลผู้ป่วย สอบถามข้อมูลเป็นปัญหาเกี่ยวกับการรับประทานอาหารสำหรับผู้สูงอายุจากผู้เชี่ยวชาญที่ออนไลน์ เช่น นางสาวเอได้แชทถามผู้เชี่ยวชาญว่า คุณยายมีอาการน้ำตาลในเลือดสูง ควรเลือกรับประทานอาหารอย่างไร

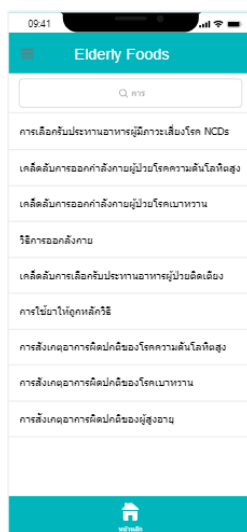
3) จำนวนแคลอรี เมื่อคลิกจะปรากฏหน้าต่างสำหรับการกรอกข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุ ดังภาพที่ 7



ภาพ 7 ตัวอย่างหน้าใช้จอการคำนวณแคลอรี

จากภาพที่ 7 เป็นหน้าจอการคำนวณแคลอรีสำหรับผู้สูงอายุ ผู้ใช้งานสามารถแอปพลิเคชันสามารถคลิกเลือกเพศและโรคประจำตัวของผู้สูงอายุ กรอกข้อมูลน้ำหนัก ส่วนสูง อายุ ของผู้สูงอายุ คลิกปุ่ม “เริ่มคำนวณ” จะปรากฏหน้าจอข้อมูลโภชนาการของผู้สูงอายุ จากนั้นจะแสดงผลการคำนวณข้อมูลโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุ และแนะนำการจำนวนแคลอรีที่เหมาะสมสำหรับการรับประทานอาหารต่อวัน เช่น คาร์โบไฮเดรต 199 กรัม เทียบกับข้าวสวย 2.93 ทัพพี โปรตีน 72 กรัม เทียบเท่ากับ ออกไก่ย่าง 0.65 ชิ้น ไขมัน 40 กรัม เทียบเท่ากับ น้ำมันพืช 2.9 ช้อนโต๊ะ น้ำเปล่า 3 ลิตร เทียบเท่ากับ น้ำ 13 แก้ว คอเลสเตอรอล น้อยกว่า 300 มิลลิกรัม ผักผลไม้ 25 กรัม

4) เกร็ดความรู้ เมื่อคลิก จะปรากฏหน้าจอแนะนำข้อมูลโภชนาการ วิธีการดูแลสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 ตัวอย่างหน้าจอการใช้งานเกร็ดความรู้

จากภาพที่ 7 เป็นหน้าจอเกร็ดความรู้ ผู้ใช้งานสามารถคลิกอ่านข้อมูลโภชนาการ วิธีการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุให้สุขภาพดี หรือสามารถพิมพ์คีย์เวิร์ดค้นหาความรู้ที่ต้องการได้ เช่น พิมพ์คำว่า “การ” ในช่องค้นหา ระบบจะแสดงข้อมูลเกร็ดความรู้ที่ตรงกับคีย์เวิร์ด ขึ้นมาบนหน้าจอ

3.4 ติดต่อประสานงานไปยังโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชหล่มเก่า เพื่อนำเสนอกราฟฟิคดีไซน์ หน้าจอการใช้งานกับผู้ดูแลศูนย์ผู้สูงอายุ ญาติผู้ดูแล เพื่อหารือและปรับแก้ไขกราฟฟิคดีไซน์หน้าจอการใช้งานให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน

3.5 ติดต่อประสานงานไปยังโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชหล่มเก่าเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากญาติผู้ดูแลผู้สูงอายุ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์ โดยการใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 วิเคราะห์ความต้องการติดตั้งใช้งานแอปพลิเคชันระบบปฏิบัติการไอโอเอสและแอนดรอยด์ โดยการใช้สถิติค่าความถี่

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจต่อระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์ ในเขตอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปผลความพึงพอใจการออกแบบหน้าจอการใช้งาน ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์

(N=385)

รายการประเมินระบบ	\bar{x}	S.D	สรุปผล
ด้านเนื้อหา			
1.1 ข้อมูลมีความสมบูรณ์และชัดเจน	4.49	0.67	มาก
1.2 ข้อมูลมีความทันสมัย	4.20	0.74	มาก

รายการประเมินระบบ	\bar{x}	S.D	สรุปผล
1.3 ภาษาเข้าใจง่าย กระชับ	4.10	0.77	มาก
รวมด้านเนื้อหา	4.26	0.05	มาก
ด้านการออกแบบ			
2.1 หน้าจอแอปพลิเคชันใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน	4.12	0.77	มาก
2.2 ความเหมาะสมของตัวอักษรที่ใช้ ขนาด สีตัวอักษรชัดเจน	4.10	0.82	มาก
2.3 การจัดวางตำแหน่งของข้อความ	4.08	0.82	มาก
2.4 ความเหมาะสมโดยรวมของโทนสีของฟอร์ม	4.07	0.76	มาก
รวมด้านการออกแบบ	4.09	0.03	มาก
ด้านประโยชน์การใช้งาน			
3.1 ผู้ใช้งานได้รับคำแนะนำ สะดวกรวดเร็ว	4.29	0.75	มาก
3.2 ตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพผู้สูงอายุ	4.24	0.78	มาก
3.3 ความพึงพอใจภาพรวมต่อระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุอ่อนโยมบาย	4.15	0.79	มาก
รวมด้านประโยชน์การใช้งาน	4.23	0.02	มาก
รวมทั้งหมด	4.18	0.04	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจการออกแบบหน้าจอการใช้งาน ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุอ่อนโยมบาย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18, S.D = 0.04$)

ตารางที่ 2 ความต้องการติดตั้งใช้งานแอปพลิเคชันระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุอ่อนโยมบายบนสมาร์ตโฟน

(N=385)

ความต้องการติดตั้งแอปพลิเคชัน	จำนวน (คน)	เปอร์เซ็นต์
ติดตั้ง	361	93.8
ไม่ติดตั้ง	24	6.2

จากตารางที่ 2 พบว่า ความต้องการติดตั้งใช้งาน ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุอ่อนโยมบายบนระบบสมาร์ตโฟน มีความต้องการติดตั้งแอปพลิเคชัน จำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 93.8 เปอร์เซ็นต์ ไม่ติดตั้งแอปพลิเคชัน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 เปอร์เซ็นต์

อภิปรายผลและสรุปผล

เทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลในปัจจุบันมีผู้ใช้งานสมาร์ตโฟน 88.2 เปอร์เซ็นต์ จากประชากรไทยทั้งหมด และเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายมือถือเป็นหลัก 93.7 เปอร์เซ็นต์ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) ผู้วิจัยจึงทำการสำรวจความต้องการใช้งาน ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุอ่อนโยมบาย เพื่อทราบถึงความต้องการติดตั้งแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้จริง ตอบสนองความต้องการผู้ใช้งาน คู่แข่งกับการลงทุนพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อจัดการเผยแพร่แอปพลิเคชัน บน Google Play Store หรือ App Store

1. สรุปผล

ผลการสำรวจ พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน มีความพึงพอใจในการออกแบบหน้าจอการใช้งาน ระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์ ด้านเนื้อหา ประกอบด้วยข้อมูลความสมบูรณ์และชัดเจน ข้อมูลมีความทันสมัย ภาษาเข้าใจง่าย กระชับ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.26$, $S.D = 0.05$) ด้านการออกแบบประกอบด้วย หน้าจอแอปพลิเคชันใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีความเหมาะสมของตัวอักษรที่ใช้ ขนาดสีตัวอักษร ชัดเจน การจัดวางตำแหน่งของข้อความ โทนีแอปพลิเคชันมีความเหมาะสม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$, $S.D = 0.03$) ด้านประโยชน์การใช้งาน ประกอบด้วย ผู้ใช้งานสามารถได้รับคำแนะนำ สะดวกรวดเร็ว ตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพผู้สูงอายุ ความพึงพอใจภาพรวมต่อระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.23$, $S.D = 0.02$) กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ตอบแบบสอบถาม 93.8 เปอร์เซ็นต์ ต้องการติดตั้งแอปพลิเคชัน และมีคำแนะนำให้เพิ่มข้อมูลวิธีการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุโรคอื่นๆ

2. อภิปรายผล

ความพึงพอใจต่อระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์อยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัย พบว่า ญาติผู้ดูแลผู้ป่วยสูงอายุมีความต้องการติดตั้งแอปพลิเคชันระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์อยู่ในระดับมาก สืบเนื่องจากผู้ป่วยสูงอายุ ในเขตอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ มีภาวะทุพโภชนาการ มีความเสี่ยงเกิดโรคเบาหวาน และความเสี่ยงโรคความดันโลหิตสูง ดังนั้น การควบคุมอาหาร เลือกรับประทานอาหารที่เหมาะสม และถูกสัดส่วนกับความต้องการของร่างกาย ถูกหลักโภชนาการ ในปริมาณไม่มากหรือน้อยจนเกินไป จะช่วยให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพที่ดีขึ้น

สอดคล้องกับการวิจัยของ สรญา แก้วพิบูลย์ (2555) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้สูงอายุที่มีภาวะทุพโภชนาการ ส่วนใหญ่มีการกินอาหารไม่เหมาะสมในหมู่ 2 อาหารประเภทคาร์โบไฮเดรต และหมู่ที่ 5 อาหารประเภทไขมัน (ร้อยละ 98.97 และ 21.65) ส่วนผู้สูงอายุที่มีภาวะโภชนาการมากเกินไป มีพฤติกรรม ที่ไม่เหมาะสมในการบริโภคอาหาร หมู่ที่ 2 (ร้อยละ 100) ดังนั้น การปรับปรุงพฤติกรรมนั้น สามารถดำเนินการทั้งสองกลุ่มได้ กล่าวคือ ในกลุ่มที่มีภาวะทุพโภชนาการ ควรให้ความรู้ และสนับสนุนให้รับประทานอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ ถนอมรัตน์ ประสิทธิ์เมตต์ และเพชร ชวนะพันธ์ (2557) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของผู้ดูแลผู้ป่วยสูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิงในระบบการดูแลผู้สูงอายุระยะยาวในเขตสุขภาพที่ 4 พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมการส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุโรคความดันโลหิตสูง มีการควบคุมอาหาร การออกกำลังกาย และผ่อนคลายเครียดด้วยตนเอง นั้นมีสุขภาพดี ไม่มีภาวะแทรกซ้อน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างญาติผู้ดูแลผู้ป่วยที่ตอบแบบสอบถามพอใจ ในการติดตั้งใช้งานแอปพลิเคชันระบบให้คำปรึกษาด้านโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุออนไลน์บนสมาร์ตโฟนของตนเอง ผู้วิจัยมีความหวังเป็นอย่างยิ่งว่า แอปพลิเคชันจะสามารถนำไปพัฒนา จัดการเผยแพร่ บน App Store และ Google play ในอนาคต เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ป่วยสูงอายุและประชาชนทั่วไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2559). **จำนวนและสัดส่วนของผู้สูงอายุไทยในภาพรวม**. ออนไลน์ <http://www.dop.go.th/th/know/1>. [2561, พฤศจิกายน 20].
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2560). **สถิติผู้สูงอายุ**. ออนไลน์ <http://www.dop.go.th/th/know/1>. [2561, พฤศจิกายน 20].
- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2554). **การบริโภคเกินไม่ได้สัดส่วน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.
- กลุ่มงานวิจัยและข้อมูล สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2556). **การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย (Aging society in Thailand)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- ณัฐรัฐจิตตา เทวาทเลิศสกุล. (2559). “**แนวทางการพัฒนาผู้สูงอายุจากภาระให้เป็นพลัง กรณีศึกษาเทศบาล นครรังสิต**”. Veridian E-Journal, Slipakorn University 9, 1, 529.
- ถนอมรัตน์ ประสิทธิ์เมตต์และเพชร ชวนะพันธ์. (2557). **ประสิทธิผลของผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิงในระบบการดูแลผู้สูงอายุระยะยาวในเขตสุขภาพที่ 4**. สระบุรี: ศูนย์อนามัยที่ 2 จังหวัดสระบุรี.
- พงศ์พัฒน์ ฉายศิริพันธ์ และ ธนัญทร ทองจันทร์. (2558, มิถุนายน). **แอปพลิเคชันวางแผนรับประทานอาหารสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน**. การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6, สงขลา.
- พร้อมเลิศ หล่อวิจิตร. (2555). **เขียนแอป Android**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- สรญา แก้วพิบูลย์. (2555). **ภาวะโภชนาการผู้สูงอายุในจังหวัดสุรินทร์**. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบูรณ์.(2560). **Mindmap ด้านสังคม : ผู้สูงอายุ**. ออนไลน์ <http://phchabun.nso.go.th>. [2561, พฤศจิกายน 20]
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ.(2560). **16 สถิติเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร**. ออนไลน์ <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/16.aspx>. [2561, พฤศจิกายน 17]
- อนุชา จันทร์เต็ม และคณะ. (2556). **การพัฒนาแอปพลิเคชันโดยใช้การเรียนรู้ร่วมกัน เรื่อง การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ**. Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts). 11,1, 1371.
- อาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร.(2560). **ผลกระทบของสังคมผู้สูงอายุ ของประเทศไทย**. ออนไลน์ <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641444>. [2561, พฤศจิกายน 20].
- Brand Buffer. (2561). **สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก**. ออนไลน์ <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/> [2561, พฤศจิกายน 20]
- Taro Yamane. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3th ed. New York. Harper and Row Publication

รูปแบบการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อำเภอเชียงแสน
จังหวัดเชียงราย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติ

HISTORICAL TOURISM MARKETING COMMUNICATION MODEL CHIANG SAEN
DISTRICT, CHIANG RAI PROVINCE FOR FOREIGN ELDERLY TOURISTS

ปวีณา ลีตระกูล¹
ณัฐกิตติ์ เสงตรสกุล²
สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล³
สุชาติ ลีตระกูล⁴
พุทธพร ลีวิเศษ⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คนและ การสนทนากลุ่ม ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง เป็นผู้เกษียณอายุการทำงานแล้ว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศทางทวีปยุโรปและอเมริกา ลักษณะการท่องเที่ยวเป็นแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ และเหตุผลในการพิจารณาแหล่งที่ท่องเที่ยวคำนึงถึงเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ความสวยงามของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ทัศนียภาพที่สวยงาม และอากาศดี ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับโบราณสถาน อาคารประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และวัดโบราณ เทศกาลและประเพณีดั้งเดิม พิพิธภัณฑสถาน และวิถีชุมชน

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายอยู่ภายใต้แนวคิด "Joyful life and mind in Chiang Rai with Chaing Sean Ancient City" โดยที่ต้องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเมื่อเที่ยวชมประวัติศาสตร์ของเมืองเชียงแสนคือนักท่องเที่ยวจะได้รับ "ความเพลิดเพลินกับความงดงาม ความสนุกสนานพร้อมสาระจากการเล่าเรื่องผ่าน และสัมผัสประสบการณ์จากการย้อน

¹ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

²บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาวิชาการบริหารการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

³บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (บธ.ด.) สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

⁴ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาสถิติวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

⁵ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศ.ม.) สาขาคณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

อาจารย์ สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รอย” โดยเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินจากการได้ชมโบราณสถานที่สวยงาม ได้รับความสนุกสนานพร้อมทั้งสาระความรู้และเกร็ดทางประวัติศาสตร์จากการเล่าเรื่อง ผ่าน “ยูมัคคุเทศก์” ของเมือง เชียงแสน ตลอดจนได้รับสัมผัสประสบการณ์การเดินทางตามเรื่องราวที่บอกเล่าจากประวัติศาสตร์ศิลป์ในแต่ละยุค

และการเดินทางตามตำนานที่บอกต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น สำหรับช่องทางการสื่อสารในส่วนช่องทางที่ใช้บุคคล เน้นให้เกิด “การบอกเล่าปากต่อปาก” และช่องทางที่ไม่ใช้บุคคลได้แก่ 1) การทำโฆษณา 2) การประชาสัมพันธ์ การจัดทำเว็บไซต์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน และคู่มือการท่องเที่ยวเชิง และ 3) การจัดกิจกรรมพิเศษ

Abstract

The purposes of this study were: 1) to study international elderly tourists' behaviors towards historical tourism, and 2) to investigate marketing communication strategies promoting Chiangsean a historical tourism city. The data were collected by questionnaires from the foreigner's tourist 400 people and the focus group.

The findings revealed that: International elderly tourists' behaviors on historical tourism, their demographic information showed that the majority of the tourists were male. They were retired and held bachelor degree education. Most of the tourists were from Europe and America. Their travel preference was independent style (FIT or Foreign Individual Tourism). Their travel choice focused on historical identities, a charm of culture and lifestyle, beautiful nature, and nice weather. Tourists' interests in historical tourism were historical sites, architectural design, ancient buildings and temples, old traditions and festivals, museum and historical artifacts, and people's way of life.

Marketing communication strategies of Chiangsaen as historical tourism city were developed underpinning the concept of “Joyful life and mind in Chiang Rai with Chaing Sean Ancient City.” The concept was aimed at communicating with tourists that when they come, they will indulge in the “joy, beauty, fun, and knowledge through retrospective storytelling and experiencing authentic historical sites.” For marketing communication channels, word of mouth was still useful concerning person channel for non-person channel included: Advertisement, Public relations and Special activities of life of Chaingsaen people.

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นเส้นทางไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ประเทศที่กำลังพัฒนาต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวดึงดูดเงินตราเข้าประเทศ คนในท้องถิ่นมีงานทำ สร้างอาชีพใหม่ สร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจและนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ประเทศไทยนั้นก็เป็นประเทศหนึ่งที่มีการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 7.51% โดยในปี 2553 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวสูงถึง 15,841,683 คน และสำหรับปี 2554 การ

ท่องเที่ยวจะปรับเป้าหมายเพิ่มจากที่ตั้งไว้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นนักท่องเที่ยว 16.4-16.35 ล้านคน มีรายได้ราว 6.2 แสนล้านบาท โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยคือนักท่องเที่ยวอาเซียน รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวยุโรป เอเชียตะวันออก เอเชียใต้และอเมริกา เมื่อพิจารณารายจ่ายของนักท่องเที่ยวมีการเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวระดับบน (High-End) ได้แก่นักท่องเที่ยวจากยุโรป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวรัสเซียและยุโรปตะวันออกซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาการพำนักในประเทศไทยนาน และเมื่อพิจารณาลงไปในลักษณะบุคคลพบว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุหรือประชากรกลุ่มเกษียณเพิ่มสูงขึ้น โดยกลุ่มดังกล่าวมีสุขภาพ รายได้ เวลาและมีความสนใจในการท่องเที่ยวในสถานที่ที่สอดคล้องกับสภาพร่างกายและความสนใจ ดังนั้นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติจึงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่น่าสนใจเนื่องจากมีทั้งความสามารถในการจ่ายและมีเวลาในการท่องเที่ยว

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามามากเป็นลำดับต้นๆ ของประเทศ เนื่องจากมีความโดดเด่นในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดที่ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยมีเป้าหมายว่าในปี 2561-2565 จะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการบริการของจังหวัดได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยจะเน้นรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และเชิงสุขภาพ และจุดให้มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และมีลักษณะการท่องเที่ยวแบบระยะพำนักยาว (Long Stay) (ยุทธศาสตร์จังหวัดเชียงราย, 2561) แต่ปัญหาของการท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ ขาดความแปลกใหม่หรือน่าสนใจสำหรับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยว ทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การค้นหาแง่มุมใหม่ๆ จากทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเดิม เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด แต่ในระยะเวลาที่ผ่านมา ประเทศไทยมักจะเลือกพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะการแสวงหาแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งใช้ทรัพยากรมาเป็นจุดขายหลัก แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ของชุมชน ทั้งๆที่เรื่องราวที่น่าสนใจเหมาะสำหรับการสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยว (คมสัน รัตนะสิมากุล, 2552)

เมืองเชียงแสน เป็นเมืองโบราณที่มีอายุเก่าแก่ที่สุดเมืองหนึ่งมีพัฒนาการมายาวนาน เป็นเมืองที่ถือว่าเป็นอาณาจักรแรกของล้านนา จึงทำให้มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ต่อมาถือยกฐานะให้เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดเชียงรายในปี.ศ. 2550 มีการพัฒนาอนุรักษ์โบราณสถาน และวัตถุโบราณ การจัดสภาพแวดล้อมโบราณสถานต่างๆขึ้นเป็นอนุสรณ์สถาน เพื่อการสงวนรักษาคุณค่าแหล่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมแห่งชาติ เพื่อต้องการให้คนในชาติและนานาชาติประเทศรู้จักมรดกที่สำคัญของไทย แม้ความสำคัญและความยิ่งใหญ่ของประวัติศาสตร์เชียงแสนแต่วัตถุประสังคัมนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเชียงแสนนั้นมีจำนวนไม่มากนักที่เข้ามาเพื่อชมและศึกษาความเป็นมาในอดีต ซึ่งในที่สุดแล้วอาจทำให้ประวัติศาสตร์หรือภูมิปัญญาดั้งเดิมหายไปจากเมืองเชียงแสน (สุคนธ์ธรร สุธะพิภพ, 2549) โดยสาเหตุของการทำให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงแสนไม่ได้ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์มากนัก อาจจะต้องกล่าวที่คมสัน รัตนะสิมากุล (2552) กล่าวไว้คือ การพัฒนาเป็นในลักษณะเน้นแหล่งทรัพยากรแต่ขาดเรื่องราวที่มีชีวิต ทำให้ขาดแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเรียนรู้ สอดคล้องกับ นาดพิมล วาดสันหัต (2545) พบว่า จุดอ่อน คือ การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ ดังนั้นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในอำเภอเชียงแสน คือ การขาดเรื่องราวที่มีชีวิตในการเชื่อมโยงแหล่งประวัติศาสตร์ต่างๆและผู้รู้ที่จะถ่ายทอดเรื่องราวเหล่านั้น ตลอดจน การขาดการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว และขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี

จากที่ได้กล่าวมาในข้างต้นทั้งหมด จึงเป็นที่มาการศึกษาในครั้งนี้โดยการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาแผนกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาด ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน และทำให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
2. เพื่อศึกษาและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษารูปแบบการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุต่างชาติ มีวิธีดำเนินการศึกษาตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้จำนวนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย 398,770 คน ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดสัดส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นร้อยละ 15-16 ดังนั้นประชากรจำนวนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย คิดเป็น 59,816-63,803 คน จากสูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีที่ต้องการศึกษาค่าเฉลี่ย (ศิริชัย กาญจนวาสี ,2555) พบว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาค่าเฉลี่ยประชากร ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% เมื่อยอมให้ความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าเฉลี่ยเกิดขึ้นได้ในระดับบวกลบไม่เกิน 10% คือ 397-398 คน (ศิริชัย กาญจนวาสี ,2555; ศิริชัย กาญจนวาสี,ดิเรก ศรีสุขโขและทวีวัฒน์ ปิตานนท์) สำหรับการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยมีการมีจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายโดยจำแนกตามทวีป

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสนทั้งภาครัฐและเอกชนและผู้เชี่ยวชาญทางตลาด

2. การวิเคราะห์ผลการศึกษา

2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ จะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยวิเคราะห์ค่าสถิติดังนี้คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าความถี่

2.2 การพัฒนาแผนการสื่อสารการตลาดใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต่อเนื่องอย่างเป็นขั้นตอน

ผลการศึกษา

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติพบว่าสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์คิดเป็นร้อยละ 34.75 จากนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400คน และจากการพิจารณาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์จากจำนวน 139 คนพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (คิดเป็นร้อยละ 71.22 และ ร้อยละ28.78 ตามลำดับ) และส่วนใหญ่เป็นผู้เกษียณอายุการทำงานแล้ว สูงถึงร้อยละ43.88 และส่วนใหญ่จะมีการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 59.71 เมื่อจำแนกนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติเคยเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์จำแนกตามทวีปแล้วพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางที่เคยท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แล้วนั้นโดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศทางทวีปยุโรปและอเมริกาคิดเป็นร้อยละ 33.10 และ 25.18

ตามลำดับ และทวีปเอเชียซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับทวีปอเมริกาคือร้อยละ 25.18 โดยจำแนกออกเป็นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คิดเป็นร้อยละ 16.55 และเอเชียตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 8.63

สำหรับการวิเคราะห์พฤติกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ได้รับทราบมีข้อมูลว่าอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงรายเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 70.50 ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และได้เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงแสนแล้ว คิดเป็นร้อยละ 79.85 ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยลักษณะการท่องเที่ยวเป็นแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ คิดเป็นร้อยละ 78.42 ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และสำหรับเหตุผลในการพิจารณาแหล่งที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะต้องคำนึงถึงเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ความสวยงามของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น , ทัศนียภาพที่สวยงาม และอากาศดี และค่าครองชีพถูก (คิดเป็นร้อยละ 54.68 , ร้อยละ 40.28 และ ร้อยละ 35.97 ตามลำดับ) นอกจากนี้ความสนใจในการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าความสนใจลำดับแรกของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว คือ มีความสนใจโบราณสถาน อาคารประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และวัดโบราณ คิดเป็นร้อยละ 75.54 อันดับถัดมาคือ เทศกาลและประเพณีดั้งเดิม และ พิพิธภัณฑ์ และโบราณวัตถุ คิดเป็นร้อยละ 59.71 และ ร้อยละ 56.83 ตามลำดับ ความสนใจลำดับที่สอง ได้แก่ วิถีชุมชน คิดเป็นร้อยละ 54.67 เทศกาลและประเพณีดั้งเดิม คิดเป็นร้อยละ 53.24 และ โบราณสถาน อาคารประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และวัดโบราณ คิดเป็นร้อยละ 43.17 เช่นเดียวกับความสนใจลำดับที่ 3 คือ วิถีชุมชน เทศกาลและประเพณีดั้งเดิม และ โบราณสถาน อาคารประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และวัดโบราณ (คิดเป็นร้อยละ 51.07, 46.04 และ 39.57 ตามลำดับ) ดังนั้นหากพิจารณาความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจกับ โบราณสถาน อาคารประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และวัดโบราณ เทศกาลและประเพณีดั้งเดิม พิพิธภัณฑ์ และ โบราณวัตถุ และวิถีชุมชน

จากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติพบว่า หลังจากที่ได้ท่องเที่ยวของอำเภอเชียงแสนนั้น พบว่าเห็นควรที่จะแนะนำและบอกต่อเพื่อนและคนในครอบครัวและมีความต้องการที่อยากกลับมาเที่ยวซ้ำอีก โดยความประทับใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวซ้ำพบว่า อันดับแรกคือ ความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองเชียงแสน และความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 70.50 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้นอกจากสามารถเที่ยวชมทัศนียภาพบริเวณแม่น้ำโขง และยังสามารถเข้าไปเที่ยวยังประเทศเพื่อนบ้านอีกด้วย อันดับที่ 2 บรรยากาศดี บ้านเมืองสวยงาม การเดินทางสะดวกสบายคิดเป็นร้อยละ 63.31 ของกลุ่มตัวอย่าง อันดับที่ 3 คนในท้องถิ่นมีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส มีการต้อนรับอย่างดี และมีรู้สึกความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 60.43 อันดับสี่คือ คุณภาพ และ มาตรฐานของบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในอำเภอเชียงแสน อันดับสี่ คือบรรยากาศดีและบริเวณโดยรอบสวยงาม การเดินทางสะดวกสบายคิดเป็นร้อยละ 58.27 และอันดับที่ 5 คือผู้ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีทักษะในการสื่อสารที่ดี ใช้ภาษาได้ตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 56.11 ทั้งนี้ในส่วนราคาค่าบริการเหมาะสม และสามารถต่อรองได้ ไม่ติดอยู่ในการจัดลำดับความสำคัญในลำดับ 1-5

การศึกษาและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

สำหรับแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายแบบมีส่วนร่วม มีรายละเอียดดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดของท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน จากการสนทนากลุ่ม พบว่า มีการกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน ภายใต้แนวคิด "Joyful life and mind in Chiang Rai" (สุขกาย สุขใจ ในเชียงราย) ซึ่งเป็นแนวคิดที่**ต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด** โดยที่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นจะ**ได้รับความสุขกายและใจเพิ่มขึ้น** หลังจากที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

2. การวิเคราะห์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย

1) ความเป็นเอกลักษณ์ ความงามของโบราณสถาน และความกลมกลืนของเมืองโบราณกับวิถีชีวิตของคนยุคปัจจุบัน

จากลักษณะพื้นที่ของอำเภอเชียงแสนในปัจจุบันแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ เมืองเก่าหรือเวียงเก่า กับเมืองใหม่ ตัวเมืองเก่าจะอยู่ในเขตกำแพงเมืองเก่า เนื้อที่ประมาณ 2 ตารางกิโลเมตร แต่นอกกำแพงเมืองก็ยังมีโบราณสถานกระจายอยู่ทั่วไปจนถึงอำเภอแม่จัน กินอาณาบริเวณนับหมื่นไร่ เพราะมีเมืองสร้างขึ้นมาซ้อนๆ กัน หลายยุคหลายสมัย เช่น อาณาจักรสุวรรณโคตมา อาณาจักรโยนก อาณาจักรล้านนา อาณาจักรพม่า ฯลฯ ทำให้นอกเขตกำแพงเมืองมีโบราณสถาน เช่นวัดเก่าแก่ที่สำรวจพบอยู่กว่า 66 แห่ง และในเมืองเก่าอีก 76 แห่ง รวม 142 วัด ด้วยรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่เรียกว่า "ศิลปะเชียงแสน" ฉะนั้น จุดแข็งหรือความโดดเด่นของเชียงแสนที่สำคัญ คือ วัด ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ได้ โดยผูกโยงเข้ากับความเชื่อ ความศรัทธาทางศาสนา

2) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เชิงสร้างสรรค์ ตามแนวคิด "เรื่องเล่ามีชีวิต" เส้นทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 เส้นทาง

2.1 เส้นทางท่องเที่ยว "ตามรอยพญาแสนภู"

นักท่องเที่ยวจะได้ชมวัดที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวกับพญาแสนภูและสมัยใกล้เคียงที่ชาวเชียงแสนรู้จักจากตำนาน นอกจากนี้ยังมีวัดที่ชาวเชียงแสนนับถือในความศักดิ์สิทธิ์ ได้ทำบุญไหว้พระตามวัดที่สำคัญในเมืองเชียงแสนอีกด้วย เส้นทางท่องเที่ยว "ตามรอยพญาแสนภู" ประกอบด้วย 9 วัด เชื่อมโยงประวัติศาสตร์เชียงแสน 3 ยุค ประกอบด้วย 1) ยุคอาณาจักรโยนกนาคนคร : วัดพระธาตุจอมกิตติ 2) ยุคเวียงปรีक्षाและยุคหิรัญนครเงินยาง : วัดพระธาตุผาเงา, วัดพระธาตุสองพี่น้อง, วัดพระธาตุตอปปูเข้าหรือพระธาตุภูเข้า, วัดผ้าขาวบ้าน 3) ยุคอาณาจักรเชียงแสน : วัดป่าสัก, วัดพระธาตุเจดีย์หลวง, วัดปงสนุก, วัดพระเจ้าล้านทอง

2.2 เส้นทางท่องเที่ยว "เรียนรู้เชียงแสนในตำนาน"

นักท่องเที่ยวจะได้ชมสถานที่ต่างๆที่ปรากฏในประวัติศาสตร์จากการบอกเล่าของคนเชียงแสนอันมีความเชื่อมโยงกับตำนานเวียงหนองล่อง ตำนานพระเจ้าล้านตื้อและเกาะดอนแท่นที่จมหายไปบริเวณแม่น้ำโขง รวมถึงวัดเก่าแก่ต่างๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 แหล่งเรียนรู้ ได้แก่ 1) ล่องเรือเลาะริมฝั่งแม่น้ำโขงเพื่อดูบริเวณที่เป็นเกาะดอนแท่น 2) ศึกษาและท่องเที่ยวแหล่งเรียนรู้บริเวณเวียงหนองล่อง 3) ชมวัดและประกอบกิจกรรมทางศาสนาตามวัดโบราณ 9 วัด 4) ท่องเที่ยวและเรียนรู้วิถีชีวิต ศิลปะและวัฒนธรรมจากประวัติศาสตร์ชุมชนเมืองเชียงแสนที่สืบทอดมาถึงยุคปัจจุบัน

2.3 เส้นทางท่องเที่ยว "เที่ยวชมโบราณสถานล้านนา"

เส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาประวัติศาสตร์ และศิลปกรรมในเชิงลึกมากขึ้น และมีเวลาที่จะแวะชมโบราณสถานในจุดต่างๆ เพื่อให้เห็นวิวัฒนาการของศิลปกรรมที่เปลี่ยนไปในแต่ละยุคแต่ละสมัย ซึ่งมีบางจุดที่ตั้งอยู่นอกเมืองเชียงแสน แต่ก็ไม่ไกลจนเกินไปนัก และเส้นทางที่ผ่านนั้นก็มีความสวยงาม ได้ชมวิวทิวทัศน์รอบๆเมืองเชียงแสนได้จึงเหมาะสำหรับผู้ที่มีรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ส่วนตัว แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น เส้นทางท่องเที่ยวนี้ก็เพียงพออีกทางเลือกหนึ่งเท่านั้น สามารถปรับเปลี่ยนตามความสะดวกของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะตัดวัดที่อยู่นอกเขตเมืองเนื่องจากอยู่ไกลเกินไปก็ได้ นอกจากนี้ โบราณสถานที่ไม่ได้แนะนำไว้ในที่นี้ แต่ตั้งอยู่ใกล้กันหรืออยู่ในเส้นทางที่ต้องผ่านอยู่แล้ว นักท่องเที่ยวก็สามารถแวะชมเพิ่มเติมได้เช่นกัน โดยหากเรียงตาม

ประวัติศาสตร์ศิลป์ได้แก่ 1) พระธาตุสองพี่น้อง: อายุราวพุทธศตวรรษที่ 19 2) วัดป่าสัก: ศิลปกรรมในยุคแรกของล้านนา 3) วัดจอมหมอก: เป็นเจดีย์องค์เดียวในเชียงแสนที่มีรูปแบบใกล้เคียงกับเจดีย์ทรงระฆังในศิลปะลังกาและสุโขทัย ซึ่งในช่วงปลายพุทธศตวรรษที่ 20 4) วัดอาทิตันแก้ว: ยุคทองของล้านนา อายุราวพุทธศตวรรษที่ 21 5) วัดปงสนุก: ตรงกับยุคทองของล้านนา ราวพุทธศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นรูปแบบเจดีย์ที่นิยมสร้างกันโดยทั่วไป 6) วัดแสนเมืองมา: ได้รับความนิยมอย่างมากในพุทธศตวรรษที่ 21 เช่นที่พระธาตุคอกยสุเทพ 7) วัดหมื่นเชียง: เจดีย์วัดหมื่นเชียง เป็นเจดีย์ทรงปราสาทยอดเดียวแบบล้านนา ในช่วงยุคทอง ที่พบเพียงแห่งเดียวเท่านั้นในเชียงแสน อายุราวพุทธศตวรรษที่ 21 8) วัดเจดีย์หลวง: เจดีย์หลวง เป็นเจดีย์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในเมืองเชียงแสน พบหลักฐานที่มีอายุเก่าสุดตั้งแต่ราวพุทธศตวรรษที่ 19 คือ เครื่องถ้วยจากแหล่งเตาต่างๆในยุคนั้น จนมาถึงระยะสุดท้ายได้พบเครื่องถ้วยจีนราชวงศ์ซ่ง อายุราวพุทธศตวรรษที่ 24 จึงสรุปได้ว่าวัดเจดีย์หลวงคงมีมาแล้วตั้งแต่สมัยพระเจ้าแสนภู และได้มีการบูรณปฏิสังขรณ์รูปแบบเจดีย์เรื่อยมา 9) วัดผ้าขาวป่าน: ยุคหลังของล้านนา อายุราวพุทธศตวรรษที่ 22 และเป็นเจดีย์ที่มีความงามในเรื่องของสัดส่วนและระเบียบการก่อสร้างเป็นอย่างดี

3. วัตถุประสงค์ทางการสื่อสาร (Communication Objectives)

วัตถุประสงค์ทางการตลาดของท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของเชียงแสนอยู่ภายใต้แนวคิด "Joyful life and mind in Chiang Rai with Chaieng Sean Ancient City" โดยที่ต้องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเมื่อเที่ยวชมประวัติศาสตร์ของเมืองเชียงแสนคือนักท่องเที่ยวจะได้รับ "ความเพลิดเพลินกับความงาม ความสนุกสนานพร้อมสาระจากการเล่าเรื่องผ่าน และสัมผัสประสบการณ์จากการย้อนรอย" เนื่องจากลักษณะการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ของเมืองโบราณเชียงแสนนั้นจะเน้น "เรื่องเล่ามีความชีวิต" อันประกอบด้วยเรื่องเล่าตามประวัติศาสตร์ ตำนานและวีรบุรุษได้ 3 เส้นทางดังนี้ เส้นทางท่องเที่ยว "ตามรอยพญาแสนภู" ,เส้นทางท่องเที่ยว "เรียนรู้เชียงแสนในตำนาน", เส้นทางท่องเที่ยว "เที่ยวชมโบราณสถานล้านนา" โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินจากการได้ชมโบราณสถานที่สวยงาม และได้รับความสนุกสนานพร้อมทั้งสาระความรู้และเกร็ดทางประวัติศาสตร์จากการเล่าเรื่อง ผ่าน "ยูมัคคุเทศก์" ของเมืองเชียงแสน ตลอดจนได้รับสัมผัสประสบการณ์การเดินทางตามเรื่องราวที่บอกเล่าจากประวัติศาสตร์ศิลป์ในแต่ละยุคและการเดินทางตามตำนานที่บอกต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น

4. ช่องทางการสื่อสาร แผนการสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสนนั้น ไปยังนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่ม เป้าหมายหลัก ได้แก่

4.1 ช่องทางที่ใช้บุคคล (Personal Communication Channels) ได้แก่ การเน้นให้

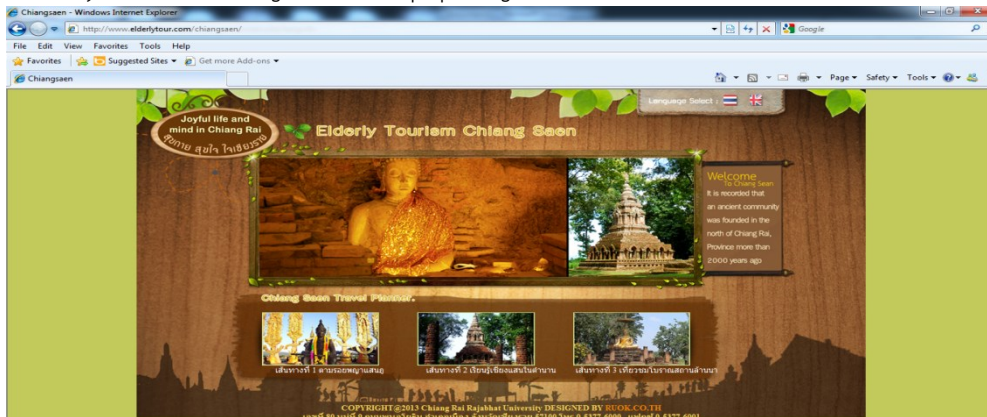
เกิด "การบอกเล่าปากต่อปาก" ทั้งนี้จากผลการศึกษาด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชียงราย(วัตถุประสงค์ที่1) พบว่าแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นคว้าก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายคือ การบอกต่อจากเพื่อน / สมาชิกในครอบครัวหรือญาติ มีความสำคัญเป็นลำดับที่ 2 ดังนั้น ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเชียงแสนจะต้องทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากที่จะบอกต่อ ซึ่งจากผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 1 ในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองเชียงแสน และความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ,บรรยากาศดี บ้านเมืองสวยงาม การเดินทางสะดวกสบาย, คนในท้องถิ่นมีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส มีการต้อนรับอย่างดี และมีรู้สึกความปลอดภัย และคุณภาพ และ มาตรฐานของบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในอำเภอเชียงแสน ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสนต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากที่จะกลับมาเที่ยวหรือบอกเล่าต่อไป

4.2 ช่องทางที่ไม่ใช้บุคคล (Nonpersonal Communication Channels) ได้แก่

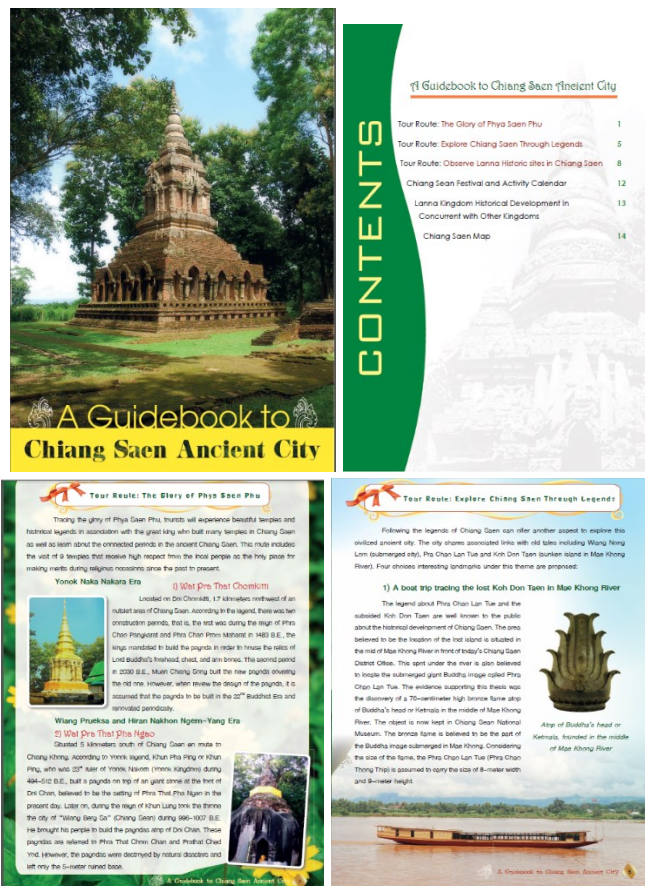
1) การทำโฆษณา (Advertising) จะเน้นเนื้อหาในเรื่องของประวัติศาสตร์ภายใต้แนวคิด "เรื่องเล่ามีความชีวิต" โดยเน้นเรื่องตำนานและวีรบุรุษของเมืองเชียงแสน คือ พญาแสนภู" ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งเมืองเชียงแสน และสร้างความเชื่อมโยงในช่วงยุคอาณาจักรประวัติศาสตร์ล้านนาของเชียงแสน เปรียบกับยุคประวัติศาสตร์ของอังกฤษ ฝรั่งเศส จีนและอินเดียให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาได้รู้สึกถึงความเชื่อมโยงระหว่าง

ประวัติศาสตร์ของเชียงใหม่และประวัติศาสตร์ของตนเอง ตลอดจนเทียบเคียงประวัติศาสตร์เชียงใหม่กับประวัติศาสตร์หรือเมืองสำคัญของประเทศไทย ได้แก่ สุโขทัย อโยธยา และเชียงใหม่ เป็นต้น

2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุชาวต่างชาติ โดยการพัฒนาเว็บไซต์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงใหม่
<http://elderlytour.com/chiangsaen/index.php?lang=en>



ภาพที่ 1 เว็บไซต์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงใหม่ โดยในเนื้อหาเว็บไซต์ประกอบด้วยข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของเชียงใหม่แล้ว ยังมีข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ และสามารถ Download คู่มือการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เชียงใหม่เพื่อทำมาศึกษาก่อนที่จะเดินทางมายังเชียงใหม่ได้อีกด้วย



ภาพที่ 2 คู่มือการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เชียงใหม่

3) การจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Events) ได้แนวคิดที่จะสอดแทรกการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กับเทศกาลประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนเชียงใหม่ โดยมีการจัดทำปฏิทินประเพณีและวัฒนธรรมของเชียงใหม่ทั้ง 12 เดือน เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์เชียงใหม่แล้วยังสามารถเข้ามาสัมผัสงานประเพณีและวัฒนธรรม



มกราคม-มีนาคม

- มกราคม : ตักบาตรวันขึ้นปีใหม่ , ตานข้าวใหม่
- กุมภาพันธ์ : วันมาฆบูชา(เชียงใหม่) , สรงน้ำพระธาตุวัดป่าสักน้อย
- มีนาคม : เดินขึ้นพระธาตุให้ว้าสาดอยตุง , งานปอย



เมษายน-สิงหาคม

- เมษายน : สรงน้ำพระธาตุเจดีย์หลวงและวัดพระธาตุจอมกิติ , งานมหาสงกรานต์ (วันล่องสังขาร วันเนา วันพญาวัน)
- มิถุนายน: ประเพณีไหว้สามบ้านผีเมือง เลี้ยงเจ้าพ่อประตูป่าสักและเจ้าแม่ นางเซ็ง
- สิงหาคม : ตานจำก๊ะ (ก่านตอ) , วันเปรตสรรพี



กันยายน-ธันวาคม

- กันยายน : ตานก๋วยสลากหรือทำบุญสลากภัต
- ตุลาคม : ประเพณีไหลเรือไฟ (ตรงกับภารกิจบั้งไฟพญานาคที่ จ.หนองคาย
- พฤศจิกายน: ประเพณียี่เป็ง , ทำบุญขึ้นธาตุคอกยี่เป็งบูชาพระที่ปดิ่นก่า
- ธันวาคม: ไหว้สาพญาแสนภู , สะเตาะเคราะห์, สิบชะตาเมืองเชียงใหม่, ลอยสะเปาค่า หรือเรือสำเภาทอง , ตานสลากขาวห้า

ภาพที่ 3 ประเพณีและวัฒนธรรมของเชียงใหม่ที่สำคัญ

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องรูปแบบการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติ สามารถอภิปรายผลตามการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ

1) ปัจจัยทางประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และนักท่องเที่ยวสูงอายุต่างชาติในกลุ่มอายุ 55-60 ปีและมีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป จากผลการศึกษาลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นั้นมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของราณี อิศัยกุลและคณะ (2554) ที่ทำการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งนี้ได้มีการอธิบายสาเหตุที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ชายเนื่องจากผู้หญิงคำนึงถึงความปลอดภัยมากกว่าชาย แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มอายุ 55-59 ปีนั้น เพราะเป็นวัยที่พร้อมทั้งเวลาและทุนทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับเรื่องราคาหรือค่าครองชีพเป็นอันดับรอง หากเทียบกับความเป็นเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว

2. การพัฒนาแผนการสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

จากการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอำเภอเชียงแสน ภายใต้แนวคิด “Joyful life and mind in Chiang Rai with Chaiang Sean Ancient City” โดยที่ต้องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเมื่อเที่ยวชมประวัติศาสตร์ของเมืองเชียงแสนคือนักท่องเที่ยวจะได้รับ “ความเพลิดเพลินกับความงาม ความสนุกสนานพร้อมสาระจากการเล่าเรื่องผ่าน และสัมผัสประสบการณ์จากการย้อนรอย” นั้นสอดคล้องกับแผนการสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยจากการศึกษาของ ประกาย กาวิล ศรีจินดา(2555) พบว่าตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมาการกำหนดแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความชัดเจนคือ เน้นความน่าสนใจทั้งความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณีแบบไทย ที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งไม่ว่าต่างชาติใดได้พบเห็นต่างจะต้อง “ประทับใจความงามอันเป็นเอกลักษณ์” จนเป็นที่มาของคำว่า “Amazing Thailand”

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ควรให้ความสำคัญการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ทั้งนี้อาจจะมีการจัดทำสื่อโฆษณาจะเน้นเนื้อหาในเรื่องของประวัติศาสตร์ของประเทศไทยโดยเปรียบกับยุคประวัติศาสตร์ของต่างชาติเพื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาได้รู้สึกถึงความเชื่อมโยง สำหรับแนวคิดการจัดทำสื่อโฆษณาของอำเภอเชียงแสนนั้นมีการจัดทำไว้เบื้องต้น คือ เป็นภายใต้แนวคิด “เรื่องเล่ามีความชีวิต” โดยเน้นเรื่องตำนานและวีรบุรุษของเมืองเชียงแสน คือ พญาแสนภู” และสร้างความเชื่อมโยงในช่วงยุคอาณาจักรประวัติศาสตร์ล้านนาของเชียงแสน ระหว่างประวัติศาสตร์ของเชียงแสนและเปรียบกับยุคประวัติศาสตร์ของอังกฤษ ฝรั่งเศส จีนและอินเดีย ตลอดจนเทียบเคียงประวัติศาสตร์เชียงแสนกับประวัติศาสตร์หรือเมืองสำคัญของประเทศไทย ได้แก่ สุโขทัย อยุธยา และเชียงใหม่ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงประวัติของอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

เอกสารอ้างอิง

- คมสัน รัตนะสิมากุลและคณะ. 2552. การศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชนเมืองเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอเชียงแสนกับการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อรักษาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- จิราภรณ์ พรหมเทพ. 2554. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: แผนนำเสนอโบราณศิลปะขอมในจังหวัดสกลนคร. ปริญญาโท. ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จีระพรรณ แก่นศึกษา. 2547. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย.(ออนไลน์). แหล่งที่มา: cdn.learners.in.th/assets/.../original_Unit2.doc
- เฉลิมชัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศิริ. 2550. โครงการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย. รายงานฉบับสมบูรณ์ ชุดโครงการการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน กลุ่มจังหวัดล้านนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. เชียงราย: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ดวงจันทร์ อาภาวัชรุทธิ์เจริญเมือง. 2545. เมืองยั่งยืน แนวคิดและประสบการณ์ของตะวันตก. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่โรงพิมพ์แสงศิลป์

ราณี อิลิชัยกุล และคณะ. 2552. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่
ประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
รุ่งนภา จันทวีสมบูรณ์. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษา เมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ จังหวัด
เชียงใหม่. การศึกษาอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่
ฟ้าหลวง.

การศึกษาบริบทและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน
ในเขตอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย
CONTEXT AND PATTERN OF COMMUNITY BASED HEALTH TOURISM
IN PHAN DISTRICT , CHIANGRAI PROVINCE

วไลพร ชายน้อย¹
ปวีณา ลีตระกูล²

บทคัดย่อ

อำเภอพาน จังหวัดเชียงรายเป็นอำเภอที่ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายเมื่อพิจารณาถึงแนวคิดเรื่องสุขภาพแบบองค์รวมแล้วมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกหลายรูปแบบที่สามารถสร้างกิจกรรมให้เกิดขึ้นได้ในชุมชน การศึกษาบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อวิเคราะห์รูปแบบและพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนั้นผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลบริบททั้งหมดของแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอพาน โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) มาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนในเขตอำเภอพานแบ่งออกได้ 3 รูปแบบ คือ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี 2) รูปแบบการท่องเที่ยวที่บำบัดหรือบรรเทาอาการเจ็บปวดของร่างกาย 3) รูปแบบการท่องเที่ยวที่รักษาอาการเจ็บปวด ป่วย ของร่างกาย ทำให้สามารถสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนที่มีการเชื่อมโยงยังจุดท่องเที่ยวสำคัญต่าง ๆ ในบริเวณใกล้เคียงเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

คำสำคัญ: รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

Abstract

Phan district is in Chiang Rai province got tourism potential and able to do a variety activities for community. This study for find context of health tourist attractions in Phan District and develop community based tourism. Therefore, the study was conducted and data collection. To analyze and find pattern of community based health tourism by Structured Interview showed that 3 pattern of community based health tourism 1) 2)3) and was developed the route of health tourism link with another attractions for support the tourist demand.

Keywords: pattern of health Tourism

¹ นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บร.ม.) สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

บทนำ

จากการแถลงข่าวสถานการณ์ท่องเที่ยวไทย 2558 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กล่าวสรุปว่า ในไตรมาสที่ 2/2557 นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 50 มีแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จุดหมายที่ได้รับ ความนิยมมากที่สุด ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลางและมีแนวโน้มที่สถานการณ์การ ท่องเที่ยวของประเทศไทยจะมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวไทยก็นิยมเดินทางเพื่อ พักผ่อนกันมากขึ้นด้วยกระแสนิยมของการให้ความสำคัญเรื่องสุขภาพที่ ผู้คนส่วนใหญ่ต่างหันมาให้ความสำคัญใน การเอาใจใส่ดูแลสุขภาพกันมากขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดโรคร้ายต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การเยียวยารักษา และเกิด ค่าใช้จ่ายตามมาจำนวนมาก การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) จึงเป็นทางเลือกอีกรูปแบบหนึ่งที่กำลังมี บทบาทที่สำคัญด้านการท่องเที่ยว ในการประชุมความร่วมมืออาเซียนเมื่อปี 2546 ได้มีการคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพจะเป็นการนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยถึงปีละ 50,000 ล้านบาทด้วยเหตุผลที่ว่าปัจจุบันคนไทยให้ความสนใจ เรื่องสุขภาพมากขึ้นและสื่อที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพก็มีมากขึ้นรวมถึงประชาชนก็เริ่มหันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้นใน ภาคส่วนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยมีข้อได้เปรียบหลายประการ เช่น ค่าครองชีพถูก ความพร้อม และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม การบริการ และการบริการสุขภาพแนวใหม่ที่ผสมผสานระหว่าง แพทย์แผนไทยและการแพทย์แผนปัจจุบัน จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความสำคัญและมีแนวโน้มที่จะ เติบโตอย่างต่อเนื่องรวมถึงแนวโน้มที่จะขยายตัวได้อีกมาก

อีกทั้งรัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย (Medical Hub of Asia) ซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจบริการรักษาพยาบาล ธุรกิจส่งเสริมสุขภาพ และธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและ สมุนไพรไทยนั้นสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย พ.ศ. 2557-2560 ที่มุ่งการพัฒนาจังหวัดแบบองค์รวม ครอบคลุมทุกมิติ โดยมุ่งเน้นการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันทุกภาคส่วนและเป็นแนวทางสำคัญในการขับเคลื่อน การพัฒนาจังหวัดเชียงรายไปข้างหน้าตามวิสัยทัศน์จังหวัดเชียงรายที่ว่า “เมืองแห่งการค้า การลงทุน การเกษตร และการท่องเที่ยว รุ่งเรืองด้วยวัฒนธรรมล้านนา ประชาชนอยู่เย็นเป็นสุข ” โดยบัญชีโครงการตามประเด็น ยุทธศาสตร์ต้องการดำรงฐานวัฒนธรรมล้านนา เพื่อเพิ่มมูลค่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ และเชิงสุขภาพ และด้วยเชียงรายเมืองเป็นเก่าแก่ของภาคเหนือมีอายุครบ 750 ปี ในปี พ.ศ.2555 เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตล้านนาที่แสดงอัตลักษณ์เด่นชัดมีกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลาย 36 กลุ่ม มีวิถีชีวิตของชนเผ่ามีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงามเป็นเสน่ห์แห่งเมืองเชียงรายมีพื้นที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เป็น ประตูกว้างเชื่อมโยงกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงเป็นศูนย์รวมการขนส่งและการคมนาคมที่สำคัญของภูมิภาค เชียงรายจึงมีโอกาสดำเนินการเติบโตทางการค้าการท่องเที่ยวและการลงทุนเป็นอย่างมากทั้งนี้ยังมีศักยภาพด้านการ ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายที่ประกอบไปด้วย 1) ศักยภาพด้านการเชื่อมโยงในภูมิภาค ที่มีอาณาเขตติดต่อกับ ประเทศเพื่อนบ้าน 2 ประเทศ ได้แก่ สหภาพพม่า และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) ศักยภาพด้าน สภาพภูมิอากาศ จังหวัดเชียงรายมีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 24 องศาเซลเซียส 3) ศักยภาพด้านโครงสร้าง พื้นฐานระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว การคมนาคมทางอากาศ การคมนาคมทางบก การคมนาคมทางน้ำและสามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงตอนบน ได้แก่ ประเทศพม่า ลาวและ จีนตอนใต้ได้ถึง 2 เส้นทางคือ เส้นทาง R3A ไทย ลาว จีน และเส้นทาง R3B ไทย พม่า จีน 4) ศักยภาพด้าน ความสะดวกในการเดินทาง ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้านบริการข้อมูลข่าวสารด้านโครงสร้างพื้นฐานและ สาธารณูปโภค ด้านสถานที่พัก ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้าออกเมือง และด้านร้านอาหารและภัตตาคาร 5) ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจจำนวน 121 แห่ง โดยจำแนกเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 58 แห่ง ด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 46 แห่ง ด้าน ศิลปวัฒนธรรม 17 แห่ง และยังเป็น แหล่งอารยธรรมชนแห่งชนชาติมากกว่า 30 ชนเผ่า แหล่งรวมศิลปิน มากกว่า 100 ชีวิต เป็นเมืองประวัติศาสตร์ แห่งอาณาจักรล้านนา ถือว่าเป็นต้นกำเนิดอาณาจักรล้านนา ซึ่งมีอายุมากกว่า 700 ปี 6) ศักยภาพด้านที่พัก จังหวัด เชียงรายมีห้องพักจำนวนมากถึง ประมาณ 5,500 ห้อง 7) ศักยภาพด้านอาหารและภัตตาคารจังหวัดเชียงรายมี

ร้านอาหารจำนวนมากหารับประทานได้ง่าย นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการได้ตามต้องการทั้งอาหารไทยและอาหารนานาชาติ

สำหรับการเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย หากเดินทางมาจากจังหวัดพะเยา ลำปาง แพร่ และน่านจะต้องผ่านอำเภอพานซึ่งเป็นเส้นทางหลักและอำเภอพานเป็นอำเภอที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในหลาย ๆ ด้าน มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและเชิงนิเวศ ได้แก่ วัดเจริญเมือง วัดห้วยทรายขาว วัดพระธาตุจอมแก้ว วัดพระธาตุสามดวง วัดจั้ง **วัดพระธาตุเกศแก้วจุฬามณี** น้ำตกกู่แกวอุทยานแห่งชาติดอยหลวง ถ้ำผาโขง ถ้ำลอด ป่าชุมชน ฟาร์มจระเข้ และน้ำพุร้อนห้วยทรายขาวซึ่งการท่องเที่ยวแบบสปาหรือออนเซ็นกำลังได้รับความนิยมอยู่ในขณะนี้ รวมถึงแหล่งศึกษาดูงานด้านอาชีพที่มีการพัฒนาและส่งเสริมการนำสมุนไพรพื้นบ้านมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่า เช่น การทำยาหม่อง การนวดประคบเพื่อบำบัด และการทำเกษตรแบบปลอดภัย ด้วยทรัพยากรที่กล่าวถึงทำให้ อำเภอพานเหมาะต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อตอบสนองด้านการตลาดของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

จากกระแสนิยมของการรักษาสุขภาพทำให้พฤติกรรมของคนในสังคมสนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้นพฤติกรรมดังกล่าวย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้วย จากรูปแบบการจัดโปรแกรมที่ผ่านมายังเน้นเฉพาะบางผลิตภัณฑ์และเลือกเน้นบางกิจกรรมเช่นการนวดและสปาเป็นหลักและเมื่อพิจารณาถึงแนวคิดเรื่องสุขภาพแบบองค์รวมแล้วพบว่ายังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกหลายรูปแบบโดยสามารถสร้างกิจกรรมให้เกิดขึ้นได้ในชุมชนขณะเดียวกันยังพบปัญหาการบริหารจัดการและการสร้างรูปแบบด้านการท่องเที่ยวที่ต้องขับเคลื่อนโดยชุมชน

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาแล้ว ผู้ศึกษาจึงสนใจค้นหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของชุมชนเขตอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน สำหรับการเป็นต้นแบบการนำไปใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism) ซึ่ง เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นองค์รวม เนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวกับทรัพยากรที่ชุมชนใช้เป็นฐานการผลิตเป็นทรัพยากรเดียวกัน วัฒนธรรมธรรมและสังคมเป็นตัวขับเคลื่อนเรื่องจิตวิญญาณของชุมชน ในการสร้างสัมพันธ์กันภายในชุมชนและการสัมพันธ์กับภายนอก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. สืบค้นแหล่งท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่แต่ละตำบล โดยใช้การสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 15 ตำบล เพื่อศึกษาบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย
2. คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีและมีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวครบทั้ง 5A
3. ลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี และมีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวครบทั้ง 5A
4. วิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นขั้นตอนจัดระบบข้อมูลและสังเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลของการศึกษาบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอพานโดยแยกเป็นเขตตำบล พบว่าทั้ง 15 ตำบล มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ เช่น ถ้ำ น้ำตก ป่าชุมชน วัด จุดชมวิว อ่างเก็บน้ำ หนองน้ำ ฝายน้ำ ล้น กิจกรรม ฟาร์มจระเข้ สวนบัว เส้นทางปั่นจักรยาน มีกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว คือ เดินป่า เดินถ้ำ ปั่นจักรยาน การแสดงฟ้อนรำ ดนตรีพื้นบ้าน การเรียนรู้ต่าง ๆ การแสดงโชว์ และมีบริการ อาหาร เครื่องดื่ม ยาสมุนไพร การรักษาด้วยหมอเมือง การรักษาด้วยการย่ำช่าง การบำบัดด้วยการนวด หรือ บำบัดด้วยสมุนไพร นอกจากนี้ ในแต่ละตำบลมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการบริหารจัดการโดยชุมชน และบริหารจัดการโดยบริษัทเอกชนซึ่งมีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบองค์รวม

แผนที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอพาน



ภาพที่ 1 แผนที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

2. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอพาน จากการสำรวจบริบทของแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอพานสามารถแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเป็น 2 รูปแบบ คือ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี 2) รูปแบบการท่องเที่ยวที่บำบัดหรือบรรเทาอาการเจ็บปวดของร่างกาย 3) รูปแบบการท่องเที่ยวที่รักษาอาการเจ็บปวด ป่วย ของร่างกาย

2.1 รูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี คือ แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เรียนรู้ และกิจกรรมที่สร้างความสุข การมีร่างกายที่แข็งแรง หรือกิจกรรมที่สามารถทำให้รู้สึกผ่อนคลายได้

ตารางที่ 1 แสดงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในเขตอำเภอพานที่ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี

แหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรม
ถ้ำ	ชมถ้ำ เดินเข้าถ้ำดูหินงอกหินย้อย
วัด	ไหว้พระ ไหว้พระธาตุ ทำสมาธิ
ฝาย หรือ อ่างเก็บน้ำ	ชมวิว ตกปลา
ศูนย์การเรียนรู้การเกษตรแบบอินทรีย์	ศึกษาดูงาน
ศูนย์การเรียนรู้การทอผ้า	ศึกษาดูงาน
ศูนย์การเรียนรู้ เย็บ ปัก จัก สาน	ศึกษาดูงาน
ศูนย์การเรียนรู้แปรรูปไม้ไผ่และอาหาร	ศึกษาดูงาน
โรงเรียนผู้สูงอายุ	ศึกษาดูงาน
บ่อน้ำพุเย็น	เที่ยวชม และเล่นน้ำ
น้ำตก	เที่ยวชม และเล่นน้ำ
ชุมชนท่องเที่ยว	ศึกษาดูงาน ทำกิจกรรมชุมชน
ฟาร์มออร์แกนิก	เที่ยวชม ทานอาหาร ศึกษาดูงาน
ฟาร์มจระเข้	เที่ยว ชมการแสดง
สวนบัว	เที่ยวชม ดูวิว
วังมัจฉา	เที่ยวชม ให้อาหารปลา
ศาลเจ้าจ๊กก	ไหว้พระ ขอพร
หมู่บ้านชนเผ่า	เที่ยวชมวิถีชนเผ่า
เส้นทางเดินป่าสมุนไพรม	เที่ยวชมสวนสมุนไพรม
ป่าชุมชน	เดินป่าศึกษาธรรมชาติ
พิพิธภัณฑ์โรงเรียนบ้านโป่งแดง	เที่ยวชมศึกษาวัตถุโบราณ
ศูนย์เสริมสุขร่มไทร	ว่ายน้ำ

2.2 รูปแบบการท่องเที่ยวที่บำบัดหรือบรรเทาอาการเจ็บปวดของร่างกาย คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหรือบริการที่สามารถบำบัดหรือบรรเทาความเจ็บปวดของร่างกายได้ รูปแบบการท่องเที่ยวที่รักษาอาการเจ็บปวด ป่วย ของร่างกาย คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหรือบริการที่สามารถรักษาอาการเจ็บป่วยของร่างกายได้ ดังตารางต่อไปนี้

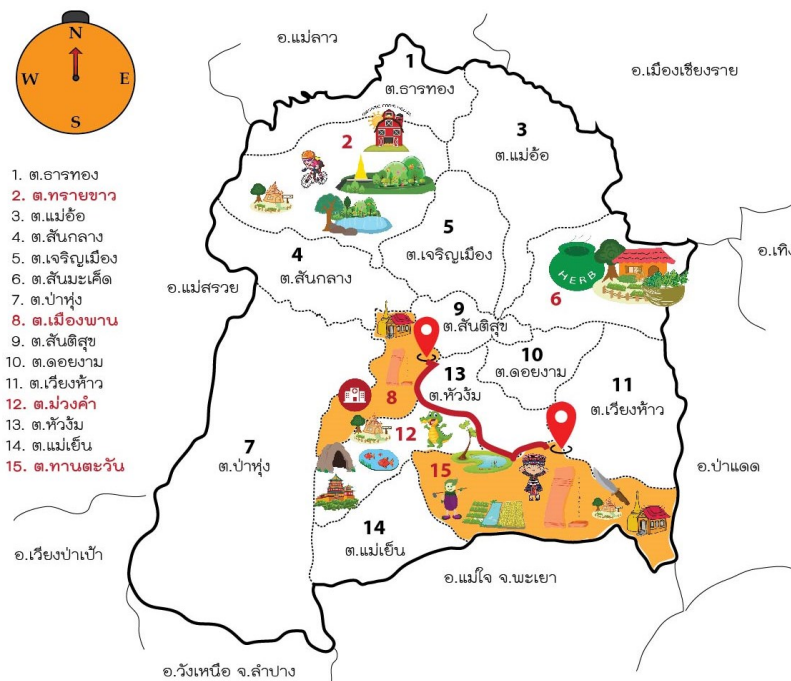
ตารางที่ 2 แสดงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในเขตอำเภอพานที่บำบัดหรือบรรเทาอาการเจ็บปวดของร่างกาย

แหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรม/บริการ	การบำบัดหรือบรรเทา
บ่อน้ำพุร้อนห้วยทรายขาว (ธาราบำบัด)	1.แช่เท้า 2.แช่ตัว	1.อาการปวดเมื่อย 2.ผ่อนคลายความเครียด 3.ปรับความสมดุลในระบบประสาท
ศูนย์แปรรูปสมุนไพรม (บ้านทรายขาว)	สอนการทำยาหม่อง ยาเขียว น้ำมันเขียว	1.ปวดเมื่อยตามกล้ามเนื้อและข้อต่อ 2.ปวด บวมและอักเสบจากแมลงกัดต่อย 3.ใช้ดมเพื่อช่วยบรรเทาอาการวิงเวียนศีรษะ หน้ามืด เป็นลม
สวนบ้านมีสุข (ท่องเที่ยวชุมชนร่องบอน)	1.น้ำดื่มจากใ้มน้ำใ้)	ขับสารพิษของผู้ป่วย 1.โรคเบาหวาน 2.โรคความดัน 3.โรคเก๊าท์ 4.โรคอัมพฤกษ์ 5.โรคนิ้วล็อก 6.โรคนิ้ว

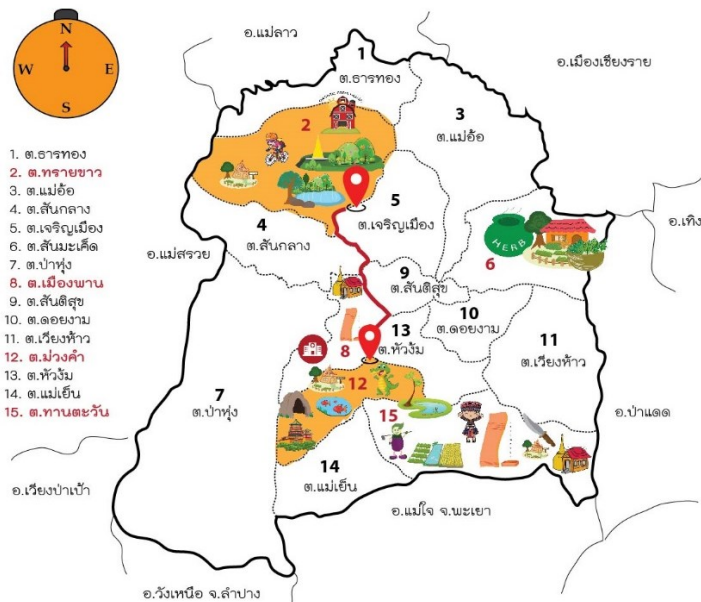
แหล่งท่องเที่ยว	กิจกรรม/บริการ	การบำบัดหรือบรรเทา
	2.ชาเชียงดา	1.ลดน้ำตาลในเลือด
	3.นวดแผนไทย	1.บรรเทาอาการเจ็บ ปวด เมื่อยตามร่างกาย
	4.ยำข้าง	1.บรรเทาอาการเจ็บ ปวด เมื่อยตามร่างกาย 2.การเจ็บป่วยจากความไม่สมดุลของธาตุหรือจากสิ่งที่เกิดเหนือธรรมชาติไม่สามารถมองเห็นได้
ศูนย์เสริมสุขร่มไทร	1.นวดแผนไทย	1.บรรเทาอาการเจ็บ ปวด เมื่อยตามร่างกาย

3. เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอพาน จากรูปแบบการท่องเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบสามารถสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงได้ 4 เส้นทางดังนี้

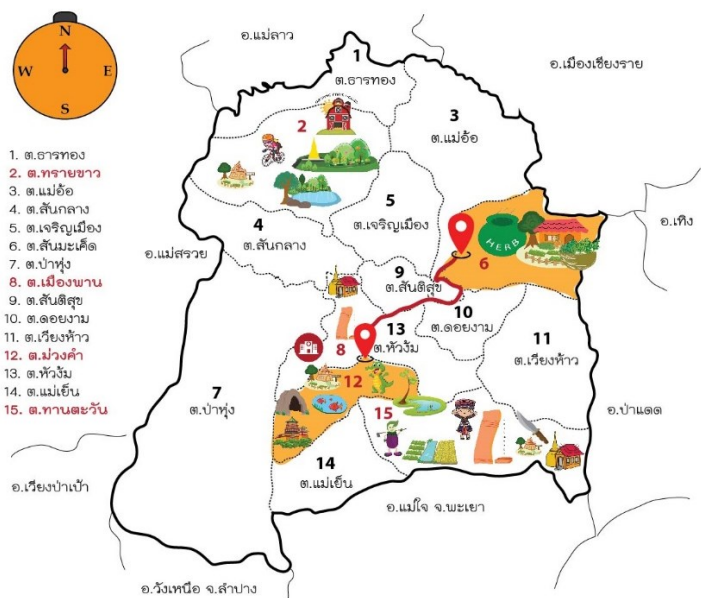
3.1. เส้นทางท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี



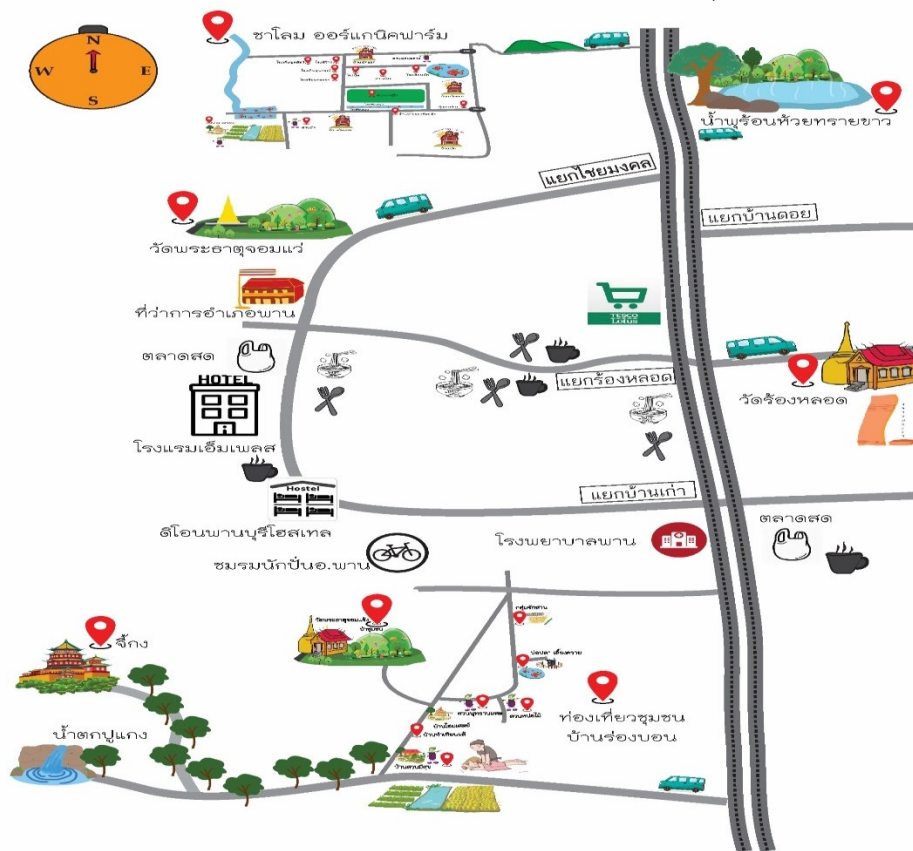
3.2 เส้นทางการท่องเที่ยวที่บำบัดหรือบรรเทาอาการเจ็บปวดของร่างกาย



3.3 เส้นทางรูปแบบการท่องเที่ยวที่รักษาอาการ



3.4 เส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริม บำบัดและรักษาสุขภาพ



สรุปผลการวิจัย

สรุปผลจากการศึกษาบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตอำเภอพานจังหวัดเชียงราย ได้รูปแบบและเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการการเดินทางท่องเที่ยว ได้ 4 เส้นทาง คือ 1) เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพ 2) เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อบำบัดหรือบรรเทาอาการเจ็บปวดของร่างกาย 3) เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อรักษาอาการเจ็บปวด อาการป่วย ของร่างกาย 4) เส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริม บำบัดและรักษาสุขภาพ เส้นทางทั้งหมดเป็นเส้นทางที่มีรูปแบบกิจกรรมและบริการด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจรที่ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี การบำบัด การรักษา ทั้งทางด้านร่างกายจิตใจ อารมณ์และจิตวิญญาณ ซึ่งสอดคล้องกับคัมสัน รัตนะสิมากุล (2556) ที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และหรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ และแนวคิดเกี่ยวกับสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Health) ที่ประกอบด้วยร่างกาย (Physical) จิตใจ (Mental) อารมณ์ (Emotional) และจิตวิญญาณ (Spiritual)

เอกสารอ้างอิง

- กานต์วีรัฐ ชัยศิริมาศ. (2550). *แผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา : ศูนย์ไทยลัษยะ จังหวัดขอนแก่น*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น. สืบค้นจาก ฐานข้อมูลงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย. (KKU0009)
- คมสัน รัตนะสิมากุล. (2556). *การเสริมสร้างสมรรถนะของชุมชนในจังหวัดเชียงรายเพื่อรองรับและจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบองค์รวมอย่างครบวงจรสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เป็นชาวต่างชาติ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. เชียงราย.
- โครงการวิจัยประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนโบราณเวียงหัวและเมืองพาน อ.พาน จ.เชียงราย. สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2560, จาก <http://maungphan.blogspot.com/>
- เที่ยวเมืองไทยใครใคร่อยากมา. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2560, จาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/news_travel.jsp
- ธานินทร์ สนธิรักษ์. (2553). การท่องเที่ยวเพื่ออายุวัฒนะ (Wellness Tourism) : โลกนี้ โลกหน้า... โลกของคนอายุยืน. e-TAT TOURISM JOURNAL, 2553(4),1-6.
- เนติพงษ์ บุตรราช. (2552). *การศึกษาศาภาพการดำเนินการของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพมหานคร.
- พจนาน สวนสี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ:โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ
- ศิริกัญญา ฤทธิ์แปลก, สุจินดา สติรอนันต์, ปิยะดา เมธีวรรณกุล. (2550). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในอีสานใต้*. กรุงเทพฯ:สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ลำพันธ์ ชุนราช. (2553). *การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นจาก ฐานข้อมูลงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย. (CU0125)
- สุนิษา เพ็ญทรัพย์และปวันรัตน์ แสงสิริโรจน. (2555). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง*

บทความวิชาการนำเสนอผลงานแบบบรรยาย

“สหวิทยาการ”



รูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉย
อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์

THE MANAGEMENT MODEL OF PARTICIPATORY WASTE OF WAT MAE CHOEL
SCHOOL, MUEANG DISTRICT, UTTARADIT PROVINCE

ตุลาพร จันทร์ทวี
สุพรรณษา จิตต์มัน
วีริศรา ดวงตาน้อย
วรพรรณ รัตนทรงธรรม

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉยอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉยจำนวน 121 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง โดยเก็บข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์ ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และใช้หลักการตีความข้อมูลที่ได้รับจากการประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกต จากการที่คณะผู้วิจัยร่วมกับนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉยทำการพิจารณาทางเลือกและโอกาสความเป็นไปได้ในการค้นหาแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วม ผลการหารือ พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมที่ต้องการของนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉย คือ การจัดตั้งชมรมนักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะ เพื่อการบริหารจัดการขยะร่วมกันภายในโรงเรียน โดยวิธีการในการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมและประเมินการดำเนินงานของทางชมรมจะใช้แนวคิดองค์การและการจัดการ (POSDC) ทั้งนี้ ชมรมมีสมาชิกทั้งหมด 63 คน โดยเป็นนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉยทุกชั้นปี โดยชมรมจะประกอบด้วยคณะกรรมการดำเนินงาน 6 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายคัดแยกขยะ 10 คน ฝ่ายจดบันทึก 9 คน ฝ่ายการเงิน 5 คน ฝ่ายขาย 6 คน ฝ่ายทำความสะอาด 7 คน และฝ่ายประชาสัมพันธ์ 4 คน จากผลการดำเนินงานของชมรมนักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะ พบว่า สามารถช่วยลดปริมาณขยะภายในโรงเรียนวัดแม่เฉยได้ นักเรียนมีความตระหนักถึงวิธีการจัดการขยะที่เหมาะสมและมีจิตสำนึกในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

คำสำคัญ : การบริหารจัดการขยะ, การมีส่วนร่วม

Abstract

This research using participatory action research to study a participatory waste management model of students in Watmaechoei school, Muang district, Uttaradit province. The samples of the study consisted of students in Watmaechoei school, 121 the respondent were selection by purposive sampling. The process of data collection involves in-depth interviews, discussions of focus groups and observation. Additionally, the data were analyzed by using content

analysis and interpretive analysis which derived from focus group, in-depth interview and observation. The research team and students in Watmaechoei school considered the options and the possibility of searching for a participatory waste management model. From the discussion, the requirement for participatory waste management model of Watmaechoei school is to establish the waste management club. The objective of this club is to manage the waste in school. The methods for participatory waste management using concept of POSDC. This concept will be applied and evaluated the operation of the club. Furthermore, the club composed of 63 members all of which are students of Watmaechoei school. This club consists of a 6-party operation committee, which is 10 garbage separation parties, 9 memo parties, 5 finance parties, 6 sales parties, 7 cleaning parties and 4 public relations parties. The performance of the club found that the overall operation of the club can reduce the amount of waste within Watmaechoei school. Students are more aware for appropriate waste management methods and have more conscious to take care the environment.

Keywords : waste management, participation

บทนำ

ประเทศไทยมีปริมาณขยะสูงขึ้นต่อเนื่องขึ้นทุกปี จากรายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย ปี 2560 พบว่ามีปริมาณการเกิดขยะรวมกันทั้งประเทศ 27.40 ล้านตันต่อปี เฉลี่ยเป็นปริมาณขยะ 1.13 กิโลกรัมต่อคนต่อวัน ซึ่งยังไม่รวมขยะตกค้างสะสมที่เพิ่มขึ้นทุกปีไม่ต่ำกว่าปีละ 10 ล้านตันจากข้อมูลจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะมีปริมาณขยะในแต่ละปีเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ปริมาณขยะกว่าครึ่งยังถูกกำจัดอย่างไม่ถูกวิธีเมื่อขยะถูกกำจัดด้วยกระบวนการที่ไม่ถูกต้องจึงนำมาซึ่งปัญหาสุขภาพ ปัญหาเศรษฐกิจ และที่สำคัญปัญหาสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม(กรมควบคุมมลพิษ, 2560) ผลกระทบหนึ่งต่อสุขภาพจากการไม่แยกขยะมีได้ตั้งแต่จากการการรับสารเจือปนตั้งแต่ที่เป็นเชื้อโรคและสารเคมีทำให้เป็นอันตรายต่อผู้คนที่ไปที่สุดดมหรือสัมผัสจากปัญหาดังกล่าว ทั้งภาครัฐและเอกชนได้พยายามรณรงค์และหาวิธีการต่าง ๆ เพื่อสร้างจิตสำนึกให้แก่ประชาชนเพื่อร่วมกันคัดแยกขยะอย่างถูกต้อง แต่ยังไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากประชาชนทั่วไปยังมีความรู้ในเรื่องการคัดแยกขยะ ตลอดจนยังไม่เห็นประโยชน์ว่าการแยกขยะและทำความสะอาดก่อนทิ้งนั้นสำคัญอย่างไร จากปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้น การสร้างจิตสำนึกในการคัดแยกขยะที่ถูกวิธีจึงเป็นสิ่งสำคัญและควรเริ่มปลูกฝังตั้งแต่ในวัยเด็ก ดังนั้น โรงเรียนจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยสร้างจิตสำนึกในเรื่องการคัดแยกขยะให้กับเด็กเพื่อการแก้ปัญหาดังกล่าว (ปนัดดา รุจะศิริ, 2555)

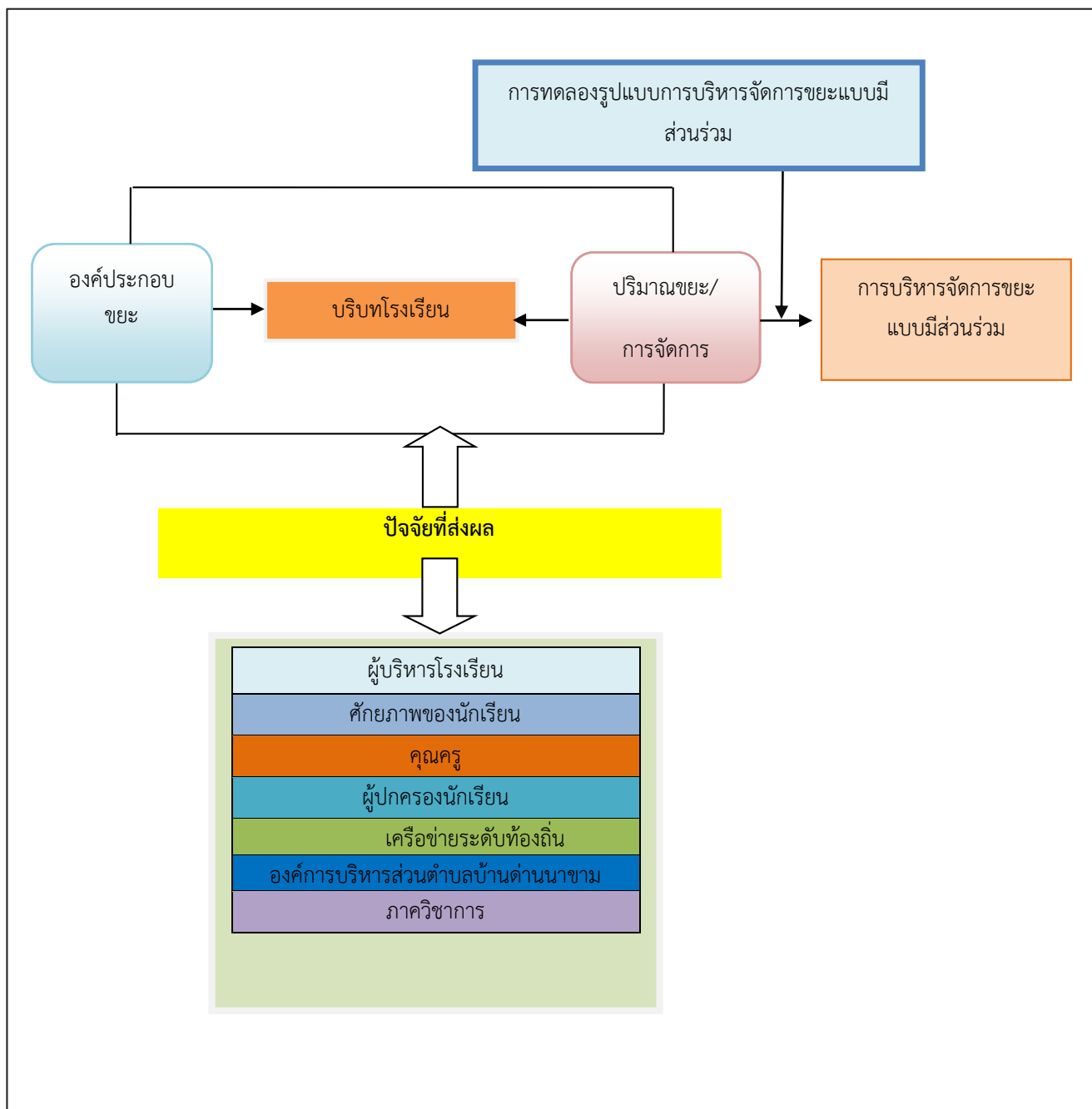
จากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลสถานการณ์การจัดการขยะในปัจจุบันของโรงเรียนวัดแม่เฉย พบว่าโรงเรียน มีการจัดการขยะโดยการเผาขยะในบ่อที่ไม่ถูกสุขลักษณะ ซึ่งเป็นวิธีการจัดการขยะที่ไม่ถูกวิธี ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ นอกจากนี้ ยังพบว่า นักเรียนขาดจิตสำนึกที่ดีในการทิ้งขยะลงในถังขยะ โดยมักจะทิ้งขยะบริเวณรอบๆ ที่ตนเองอยู่ เช่น โต๊ะหินอ่อน โต๊ะนักเรียน บนพื้น ท่อระบายน้ำ เป็นต้น นักเรียนขาดความรู้ความเข้าใจในการคัดแยกขยะที่ถูกวิธี ขาดการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับการจัดการขยะและนำขยะไปสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อลดปริมาณขยะในชุมชน จากสภาพปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจ ที่จะศึกษารูปการการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉย อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เพื่อช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักเรียนในเรื่องการจัดการขยะที่ถูกวิธีใน

ชีวิตประจำวัน ลดปริมาณขยะและลดค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะภายในโรงเรียน ตลอดจนช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมภายในโรงเรียนและชุมชนโดยรอบ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉยอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉย อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉยอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัยได้ทำการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) 1 โรงเรียน จำนวน 121 คน เพื่อเป็นโรงเรียนต้นแบบในการศึกษาครั้งนี้ โดยเกณฑ์ในการได้มาซึ่งโรงเรียนต้นแบบจะต้องมีความพร้อมในการมีส่วนร่วมวิจัยในด้านต่างๆ ได้แก่ นโยบายผู้บริหาร ศักยภาพนักเรียน ศักยภาพครู สถานที่ และเป็นพื้นที่ที่อยู่ในกลุ่มปริมาณขยะมาก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการประชุมกลุ่มย่อยในกลุ่มนักเรียน การสัมภาษณ์เชิงลึกและยังมีการจัดเวทีประชุมในการหารูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมในกลุ่มนักเรียนผู้บริหาร คุณครู และผู้แทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านด่านนาขาม ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วม การร่วมดำเนินกิจกรรม ร่วมตัดสินใจในการหารูปแบบการบริหารจัดการขยะที่จะสามารถพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน และร่วมกันรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากรูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วม พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลการทำงานของวิธีการจัดการขยะที่เกิดขึ้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลเชิงคุณภาพจากการประชุมกลุ่มย่อย การจัดเวทีเพื่อหารือ มาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการใช้หลักการตีความ (Interpretive Analysis) และมีการประมวลผลข้อมูลซึ่งจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาเป็นหลัก

ผลการศึกษา

รูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉยอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ได้ดำเนินการดังนี้ 1. จัดเวทีค้นหาวิธีการในการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วม 2. การพิจารณาทางเลือกและโอกาสความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการขยะต้นแบบ 3. ร่างวิธีการในการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมโดยใช้แนวคิดองค์การและการจัดการ (POSDC) 4. ทดลองใช้วิธีการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วม และ 5. การประเมินวิธีการในการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วม จากกระบวนการข้างต้นสามารถสรุปได้ดังนี้

จัดเวทีค้นหาวิธีการในการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมที่โรงเรียนต้องการเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการหาความต้องการการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมผลการหารือพบว่า โรงเรียนมีความต้องการที่หลากหลายและแตกต่างกัน โดยสามารถสรุปความต้องการในการบริหารจัดการขยะ ได้แก่ ชมรมจัดการขยะ ธนาคารขยะ ตลาดนัดขยะ ตลอดจนการแปรรูปขยะเพื่อการจำหน่าย

การพิจารณาทางเลือกและโอกาสความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการขยะต้นแบบจากการประชุมร่วมกันเพื่อหารือแนวทางการจัดการขยะ ได้แก่ ผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ คณะคุณครู และคณะผู้วิจัย ได้มติจากที่ประชุมร่วมกันถึงรูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วม คือ ชมรมการจัดการขยะ เนื่องจากก่อนหน้านี้ทางโรงเรียนมีทุนเดิมในการดำเนินการจัดการขยะในรูปแบบของชมรมมาก่อน แต่ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน เนื่องจากเมื่อคณะกรรมการดำเนินงานของชมรมได้สำเร็จการศึกษาไปทำให้ไม่มีคณะกรรมการที่จะทำหน้าที่เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการดำเนินงานของชมรม ดังนั้น รูปแบบการจัดการขยะของชมรมนักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะจึงได้มีแนวทางในการดำเนินงานโดยให้ตัวแทนนักเรียนแต่ละชั้นปีเข้ามาเป็นคณะกรรมการดำเนินงานทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันแบบพี่สอนน้อง และการถ่ายทอดการทำงานจากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง รวมทั้งมีการศึกษาศักยภาพในด้านต่างๆ คือ นโยบายผู้บริหาร ศักยภาพของครู ศักยภาพของนักเรียน ปริมาณขยะ และความพร้อมของสถานที่

ร่างวิธีการในการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วม โดยชมรมนักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะ โดยได้ร่วมกันออกแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วม ที่เริ่มตั้งแต่การกำหนดโครงสร้างของชมรม และกำหนดหน้าทำงาน การออกแบบระบบเอกสารต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการบริหารจัดการชมรมโดยการมีส่วนร่วมของนักเรียน

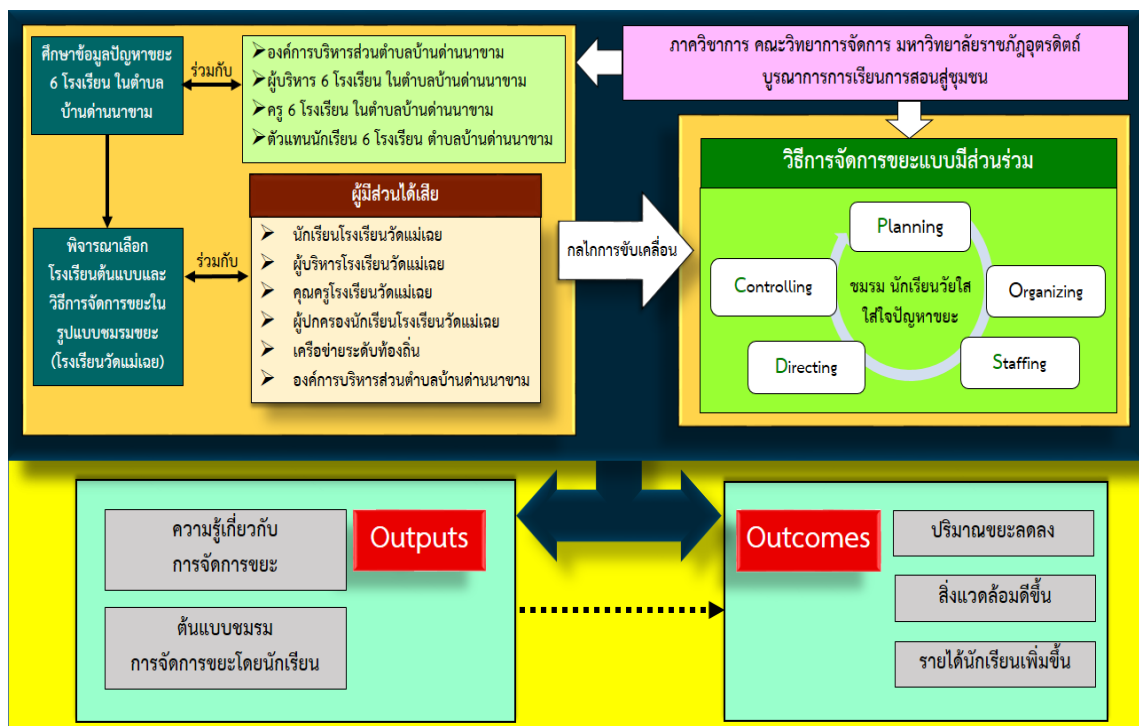
ทดลองใช้วิธีการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วม ชมรมนักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะ โดยได้ทำการเตรียมความพร้อมก่อนที่จะเริ่มดำเนินการชมรม ซึ่งได้มีการจัดสถานที่ การซักซ้อมความเข้าใจ และมอบหมายหน้าที่ในการปฏิบัติงานจริงให้กับคณะกรรมการดำเนินงานชมรมในฝ่ายต่างๆ ทั้งหมด 41 คน ประกอบด้วย ประธานชมรม ฝ่ายประถมศึกษา ประธานชมรมฝ่ายมัธยมศึกษา มีหน้าที่กำกับดูแลงานฝ่ายคัดแยก/ชั่งน้ำหนัก ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดบันทึก ฝ่ายการเงิน และกำกับ ติดตาม ดูแลและตรวจสอบการดำเนินงานของชมรมในภาพรวมให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยรองประธานชมรมฝ่ายประถมศึกษา รองประธานชมรมฝ่ายมัธยมศึกษา มีหน้าที่ กำกับดูแลงานฝ่ายทำความสะอาด ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และกำกับ ติดตาม ดูแลและตรวจสอบการดำเนินงานของชมรมในภาพรวมให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยเจ้าหน้าที่ฝ่ายคัดแยก/ชั่งน้ำหนักขยะ 10 คนมีหน้าที่คัดแยกขยะ ชั่งน้ำหนักขยะ และแจ้งน้ำหนักขยะที่ชั่งได้ให้กับเจ้าหน้าที่จัดบันทึก และนำขยะไปจัดเก็บให้เรียบร้อยตามประเภทของขยะ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดบันทึก 9 คน มีหน้าที่จัดบันทึกปริมาณขยะแต่ละประเภทที่นำมาขายและตรวจสอบความเรียบร้อยของเอกสารการนำฝากขยะเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน 5 คน มีหน้าที่คำนวณจำนวนเงินในการรับซื้อขยะแต่ละประเภทจากเอกสารการนำฝากขยะ สรุปจำนวนเงินและจัดบันทึกลงในสมุดบันทึกความดี รวมทั้งทำการสรุปยอดประจำวัน บันทึกการถอนเงินลงในสมุดบันทึกความดี และลงลายมือชื่อในใบถอน เจ้าหน้าที่ฝ่ายการขาย 6 คนมีหน้าที่ประสานงานในการกำหนดราคารับซื้อ และจัดบันทึกปริมาณขยะที่นำไปขาย จัดทำยอดสรุปจำนวนเงินที่ขายได้ประจำวัน และแจ้งข้อมูลการขายให้กับฝ่ายการเงินได้รับทราบ เจ้าหน้าที่ฝ่ายทำความสะอาด 7 คน มีหน้าที่ทำความสะอาดบริเวณหอประชุม ทำความสะอาดห้องที่ใช้จัดเก็บขยะ และห้องที่ใช้ดำเนินงานของชมรม รวมทั้งดูแลความสะอาดเรียบร้อยรอบ ๆ บริเวณ ทั้งก่อนเริ่มดำเนินงานและหลังการดำเนินงานของชมรมเสร็จสิ้น และเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 4 คนมีหน้าที่ดูแลการประชาสัมพันธ์/สื่อสารข้อมูลข่าวสารของชมรมการจัดการขยะในโรงเรียนให้นักเรียนได้รับทราบ และประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความน่าสนใจและกระตุ้นให้นักเรียนนำขยะมาขาย รวมทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมของชมรม ซึ่งมีสมาชิกในชมรมทั้งหมด 63 คนและเริ่มดำเนินการในการเปิดดำเนินงานของชมรม นักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะ จะเปิดดำเนินงานทุกวันอังคารเวลา 14.00 น. เป็นต้นไป ซึ่งจะเป็นคณาธิการของนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉย ทั้งนี้ในระหว่างสัปดาห์เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และคุณครูผู้ดูแลฝ่ายประชาสัมพันธ์ จะทำการประชาสัมพันธ์ แจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของชมรม พร้อมทั้งแจ้งให้นักเรียนและคุณครูทุกคนได้ทราบถึงการเปิดดำเนินงานของชมรม การรับซื้อขยะของชมรม ทำให้ในวันเปิดชมรมได้มีเด็กนักเรียนรวมทั้งคุณครูได้นำขยะรีไซเคิลมาฝากขายให้กับทางชมรมทั้งในนามส่วนตัวและในนามห้องเรียน ทำให้บรรยากาศการเปิดชมรมมีความคึกคัก ได้เห็นรอยยิ้มและเสียงหัวเราะของเด็กๆ ในการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของชมรม นักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะ ที่ได้จัดตั้งขึ้นในโรงเรียนของตนเอง จึงทำให้เป็นที่สนใจกับผู้ที่มาร่วมงานเปิดชมรมเป็นอย่างมาก

การประเมินวิธีการในการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วม จากการติดตามและประเมินผลภายหลังจากที่ชมรมนักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะ ได้เปิดดำเนินงาน 3 สัปดาห์ พบว่า การดำเนินงานของชมรมนักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะ สามารถบรรลุเป้าหมาย ดังนี้การบรรลุเป้าหมายเรื่องการขยะในโรงเรียนแบบถูกวิธีได้โดยจะมีการคัดแยกขยะออกเป็นหมวดหมู่และรอนำขยะมาขายให้กับชมรมการบรรลุเป้าหมายเรื่องปริมาณขยะในโรงเรียนวัดแม่เฉยลดลงพบว่า ปริมาณขยะที่ทิ้งเกลื่อนกลาดภายในโรงเรียนน้อยลง และปริมาณขยะในถังขยะโรงเรียนก็น้อยลง การบรรลุเป้าหมายเรื่องสิ่งแวดล้อมภายในโรงเรียนวัดแม่เฉยดีขึ้นเนื่องจากนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉยมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป จากที่โรงเรียนภายในโรงเรียนทั้งหมดไปเผา เปลี่ยนเป็นมีการคัดแยกขยะเพื่อนำไปขายก่อนที่จะนำขยะไปเผา โรงเรียนจึงต้องใช้เวลาเพิ่มขึ้นในการสะสมขยะเพื่อนำไปเผา ทำให้กลิ่นเหม็นและเขม่าไฟลดลง และการบรรลุเป้าหมายเรื่องการเป็นโรงเรียนต้นแบบด้านการจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมภายในโรงเรียนจากการติดตามและประเมินผลพบว่า ชมรมขยะของโรงเรียนได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นจากโรงเรียนอื่น ๆ โดยมีผู้อำนวยการโรงเรียนอื่น

ๆ ติดต่อขอให้โรงเรียนวัดแม่เฉยเป็นที่ปรึกษาในการจัดตั้งชมรมขยะในลักษณะเช่นเดียวกับชมรมนักเรียนวัยใส ใสใจ ปัญหาขยะ ของชมรมวัดแม่เฉย

แต่อย่างไรก็ตามในการดำเนินงานของชมรมยังมีการบริหารจัดการที่ยังไม่เหมาะสมบางประการที่จะต้องทำการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้การดำเนินงานของชมรมมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น นักเรียนที่นำขยะมาขาย ส่วนใหญ่จะไม่เรียงคิวกันเข้าทำกิจกรรมกับแต่ละฝ่าย มักจะใช้วิธีการมุงกัน ขยะที่นำมาขายมีความสกปรก สถานที่ในการจัดเก็บขยะมีความคับแคบ จากปัญหาด้านการบริหารจัดการชมรมที่เกิดขึ้น ได้ร่วมกันหาแนวทางการแก้ไขปัญหา ดังนี้จัดทำบัตรคิวให้กับสมาชิกที่จะนำขยะมาขายกับทางชมรม โดยจะให้ทุกคนไปรับ บัตรคิวที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และนั่งต่อคิวเพื่อรอรับบริการจากฝ่ายการคัดแยก/ซังขยะ ไปจนถึงฝ่ายการเงิน เพื่อแก้ปัญหาการแย่งคิวกันของนักเรียนให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์ประกาศให้สมาชิกทราบเกี่ยวกับการทำความสะอาดขยะก่อนนำ ขยะมาขาย โดยจะมีนโยบายให้ประกาศเสียงตามสายทุกวันจันทร์และในโอกาสต่อจากทำการปรับนโยบายการนำขยะไปขายจากเดิมจะนำขยะไปขายทุก ๆ 3 สัปดาห์ ไปเป็น นำขยะไปขายทุก ๆ 2 สัปดาห์เพื่อไม่ให้มีขยะสะสมมากเกินไปจนเกินไปจนทำให้ขยะล้นชมรม และเกิดเป็นแหล่งเพาะเชื้อโรคของโรงเรียน

จากผลการดำเนินงานข้างต้นสามารถสรุปรูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมในกลุ่มนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉย อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้วยการใช่วิธีการจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมโดยชมรม นักเรียนวัยใส ใสใจปัญหาขยะ ดังภาพ 2 ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมในกลุ่มนักเรียน

อภิปรายผล

การจัดการขยะในปัจจุบันของกลุ่มนักเรียน โรงเรียนวัดแม่เฉย อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี มีการจัดการขยะแบบผิดวิธี โดยวิธีการจัดการขยะที่โรงเรียนปฏิบัติ คือ การเผาขยะในบ่อเผาขยะของโรงเรียน โดยเป็นบ่อเผาขยะที่โรงเรียนสร้างขึ้นจึงไม่มีมาตรฐาน ไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ทั้งนี้ ขยะที่โรงเรียนนิยมเผา ได้แก่ ใบไม้ กิ่งไม้

กระดาษ ขวดพลาสติก ถุงพลาสติก ถุงนม กล่องนม กล่องโพน ซึ่งขยะที่ถูกเผาดังกล่าวเมื่อเผาแล้วจะปล่อยสารหลายชนิดออกมา ทำให้มลพิษแพร่กระจายเข้าไปในบ้านและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ นำไปสู่การปนเปื้อนแหล่งน้ำและดิน ซึ่งประชาชนจะได้รับสารพิษผ่านการสูดดม การดื่มน้ำ และรับประทานอาหารที่ปนเปื้อนสารพิษ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัยลักษณ์ อมรสิริพงศ์และคณะ (2558) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการขยะมูลฝอยที่เหมาะสม: กรณีศึกษา โรงเรียนกำแพงแสนวิทยาอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัย พบว่า โรงเรียนกำแพงแสนวิทยา เป็นโรงเรียนที่มีปัญหาเรื่องการจัดการขยะที่ไม่ถูกวิธี โดยปัญหาการจัดการขยะมูลฝอยที่โรงเรียนประสบอยู่คือถึงขยะมีจำนวนไม่เพียงพอกับปริมาณขยะมูลฝอยในแต่ละวันของโรงเรียน ไม่มีถังขยะสำหรับการทิ้งขยะแต่ละประเภท ไม่มีพื้นที่ที่เพียงพอสำหรับการฝังกลบขยะ และบางครั้งมีการกำจัดขยะด้วยวิธีการเผา

รูปแบบการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมในกลุ่มนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉย อำเภอมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ได้ใช้วิธีการจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมโดยการจัดตั้งชมรมนักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะ สำหรับการรับซื้อขยะจากนักเรียนโรงเรียนวัดแม่เฉยที่ได้มีการเก็บสะสมขยะทั้งจากที่โรงเรียนและที่บ้านในแต่ละสัปดาห์ เพื่อนำมาขายให้กับทางชมรมทุกวันอังคารในคาบกิจกรรม ทั้งนี้ ในการดำเนินงานของชมรม นักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะได้ใช้แนวคิดเชิงวิชาการในด้านการจัดการองค์การมาใช้ในการบริหารงาน ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) การอำนวยการ (Directing) และ การควบคุมการทำงาน (Controlling) ซึ่งจะทำให้ชมรม นักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะ สามารถดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งได้สอดคล้องกับแนวคิดของ สมคิด บางโม (2546) ที่ได้อธิบายว่าการจัดการเป็นกระบวนการของการวางแผน การจัดองค์การ การอำนวยการ และการควบคุมการทำงานของสมาชิกในองค์การ และการใช้ทรัพยากรต่างๆ ขององค์การเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ระบุไว้ขององค์การ โดยจากผลการดำเนินงานของชมรมนักเรียนวัยใส ใส่ใจปัญหาขยะ พบว่า ปริมาณขยะภายในโรงเรียนวัดแม่เฉยลดลง สิ่งแวดล้อมโดยรอบโรงเรียนดีขึ้น นักเรียนมีรายได้จากการขายมากขึ้น เนื่องจากนักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะที่ถูกวิธี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วลัยลักษณ์ อมรสิริพงศ์ และคณะ (2558) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการขยะมูลฝอยที่เหมาะสม : กรณีศึกษา โรงเรียนกำแพงแสนวิทยา อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า โรงเรียนมีวิธีการจัดการขยะมูลฝอย โดยการให้ความรู้นักเรียนเรื่องการคัดแยกขยะที่ถูกวิธีและมีการจัดตั้งธนาคารขยะตามความคิดเห็นของแกนนำนักเรียนเพื่อแก้ปัญหาปริมาณขยะมูลฝอยในโรงเรียนให้ลดลง และมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Licy et al. (2013) ที่ได้กล่าวว่า การให้ความรู้แก่นักเรียนในเรื่องวิธีการจัดการขยะที่ถูกวิธีตั้งแต่เด็ก เริ่มต้นเข้ามาศึกษาในโรงเรียน จะช่วยปลูกฝังจิตสำนึกและวัฒนธรรมการรักษาสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมแก่นักเรียน

ผลกระทบที่เกิดจากงานวิจัย

ผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานของชมรม พบว่าเครือข่ายของสถานศึกษาได้มาดูแลแนวทางในการจัดการชมรม แนวทางการจัดการขยะของเด็กนักเรียน ครูและ ผู้อำนวยการ ที่ได้ดำเนินงานในรูปแบบของชมรม จึงได้ติดต่อให้คณะผู้วิจัยไปจัดทำในรูปแบบดังกล่าวให้กับโรงเรียนบ้านหัวหาด ตำบลคิ่งตะเกา อำเภอมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งถือว่าเป็นการขยายผลการดำเนินงานบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมโดยนักเรียน และในเชิงวิชาการทีมวิจัยได้มีการบูรณาการงานวิจัยร่วมกับการเรียนการสอน และการบริการวิชาการ โดยให้นักศึกษาในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต ร่วมออกแบบระบบบัญชี และเอกสารที่ใช้ในชมรม รวมทั้งการไปให้ความรู้กับคณะกรรมการดำเนินงานของชมรมด้วย

ข้อเสนอแนะเชิงดำเนินการ

สถานศึกษาที่สนับสนุนให้มีการจัดการขยะในโรงเรียนสามารถนำรูปแบบของชมรมไปใช้ในกลุ่มนักเรียน โดยต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของหลายภาคส่วน ได้แก่ นักเรียนที่เป็นคณะกรรมการดำเนินงานชมรม นักเรียนผู้บริหารโรงเรียน คณะครูผู้ดูแลการดำเนินงานของชมรม ผู้ปกครองนักเรียน เครือข่ายระดับท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบล และภาควิชาการ

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. (2560). รายงานสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย 2560. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.pcd.go.th/file/02-03-60.pdf> เข้าถึงวันที่ 11 ธันวาคม 2561.
- ปนัดดา รุจະศิริ. (2555). พฤติกรรมการจัดการขยะของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนนานาชาติเทรล์. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การจัดการสิ่งแวดล้อม) คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วลัยลักษณ์ อมรสิริพงศ์. (2558). รูปแบบการจัดการขยะมูลฝอยที่เหมาะสม: กรณีศึกษา โรงเรียนกำแพงแสน วิทยาลัยกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม. วารสารวิจัยสหวิทยาการไทย ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กันยายน – ตุลาคม 2558.
- สมคิด บางโม. (2546). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Licy, C.D., Vivek, R., Saritha, K , Anies, T.K. and Josphina, C.T. (2013). Awareness, Attitude and Practice of School Students towards Household Waste Management. *Journal of Environment*, 2(6), 147-150.

**การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม
ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร**
**DEVELOPMENT LEARNING CENTER FOR COMMUNITY FOREST ECONOMY KHAO
WANG YIAM NA BO KHAM SUB-DISTRICT MUANG DISTRICT,
KAMPHAENGPHEH PROVINCE.**

คุณัญญา เบญจวรรณ* อนันธิตรา ดอนบันเทา**
อนุธิดา เพชรพิมูล*** ศิริพร โสมคำภา****
พิมพ์ผกา วงศ์กองแก้ว*****

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชรนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ 1. ศึกษาการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชรในเชิงเศรษฐกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2. สร้างคู่มือการจัดการป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 3. พัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนสำหรับชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร และเป็นแนวทางให้ชุมชนร่วมกันการบริหารจัดการและอนุรักษ์ป่าอยู่ร่วมกับป่าได้อย่างยั่งยืน เครื่องมือการวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์คณะกรรมการป่าชุมชน จำนวน 15 คน และตัวแทนครัวเรือนในพื้นที่บ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 136 ผลการศึกษาพบว่า ด้านการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน ส่วนใหญ่ชุมชนใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน ดังนี้ 1) การใช้ประโยชน์ในการหาของป่าตามฤดูกาลเพื่อเลี้ยงชีพและใช้ในครัวเรือน ซึ่งมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้ประโยชน์ป่าชุมชน ตลอดทั้งปีจำนวนรวมทั้งสิ้น 29,002 กิโลกรัม ซึ่งจะพบว่า ระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน จะมีการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนมากที่สุด ซึ่งสามารถวัดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนมากที่สุด คือ 8,635 กิโลกรัม 2) การใช้ประโยชน์จากการศึกษาเรียนรู้ตามเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ด้านคู่มือการจัดการป่าชุมชน ประกอบด้วย 1) ประวัติป่าชุมชน 2) การบริหารจัดการป่าชุมชน ประกอบด้วย กิจกรรมที่ชุมชนร่วมกันทำเพื่อปกป้อง อนุรักษ์ รักษาป่า พันธุ์ป่า เช่น พิธี ไหว้ศาลเจ้าพ่อห้วยเขา กิจกรรมการจัดทำแนวกันไฟ การปลูกป่าเสริม การออกลาดตระเวน การบวชป่า 3) การใช้ประโยชน์จากการหาของป่า 4) เส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชุมชน จำนวน 19 เส้นทาง และด้านการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชน ความพึงพอใจต่อศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากมีค่าเฉลี่ย 3.74

คำสำคัญ : ศูนย์การเรียนรู้, มูลค่าทางเศรษฐกิจ, ป่าชุมชน

Abstract

This research was aimed to study Development Community Forest Economic Learning Center visited Khao Wang Yiam, Na Bo Kham District, Muang District, Kamphaeng Phet Province. The survey research project is qualitative research. The purpose of this research was to. 1. To study the utilization of the community forest at Khao Wang Yiam, Tambon Na Bo Kham, Amphoe Mueang,

Kamphaengphet Province. 2. To create a guidebook for community forest management in Khao Wang Yiam, Na Bo Kham, Muang District, Kamphaeng Phet Province. 3. Develop a community forest economy learning center for Ban Khao Wang community, visit Na Bo Kham Sub-district, Muang District, Kamphaeng Phet Province. And is a guideline for communities to jointly manage and conserve forests in a sustainable manner with forests Research tools use interview forms By interviewing 15 community forest committee and household representatives in Ban Khao Wang area, visiting Na Bo Kham Subdistrict, Muang District, Kamphaeng Phet Province, number 136 households. The study indicated that The use of community forest Most of the communities use the community forest as follows: 1) Utilization of seasonal forestry for livelihood and household use Which the economic value caused by community forest utilization Throughout the year, a total of 29,002 kilograms, which will be found between April and June. Will have the most use of community forest Which can measure the economic value resulting from the utilization of the community forest the most is 8,635 kilograms 2) utilization of education, learning along the nature study path The manual of community forest management consists of 1) community forestry history 2) community forest management follows; activities that the community together to protect forest conservation, forest restoration, such as the worship of Chao Hua Khao Fireproofing Reforestation Patrol, forest ordination, 3) forestry utilization 4) 19 forest community nature trails and the development of community forest economy learning center Satisfaction with the overall community forestry learning center was at a high level of satisfaction with an average of 3.74

Key words : Learning Center, Benefits, Community forest

บทนำ

จากความหลากหลายทางชีวภาพของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ซึ่งมีไม้เศรษฐกิจ ต้นไม้ขนาดใหญ่ ไม้หวงห้าม พืชอาหารหลากหลายระดับ เช่น พืชระดับผืนดิน พืชหัวใต้ดิน พืชสมุนไพรหลากหลายชนิด มีพืชเถาวัลย์ขนาดใหญ่ มีสัตว์ประจำพื้นที่และสัตว์ที่แวะมาอาศัยหลากหลายชนิด เช่น นก กระรอก กระแต งู แอ้ง กบ อึ่ง มีปลวก มด แมลงชนิดต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญทำให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพ นับว่ามีประโยชน์มากมายมีความพันธุต่ชีวิตของคนในชุมชนเป็นปัจจัยสี่ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์แล้ว ยังมีประโยชน์ทางอ้อมตั้งแต่การอนุรักษ์ดิน น้ำ รักษาสมดุลของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในฐานะทางเลือกในการจัดการทรัพยากรป่าไม้และเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนในเขตป่าไม้ของรัฐ (สมศักดิ์ สุขวงศ์, 2550) ศูนย์การเรียนรู้ป่าชุมชน เป็นทางเลือกในการจัดการทรัพยากรนิเวศป่าไม้โดยมีชุมชนเป็นฐานหรือจัดการทรัพยากรร่วมกันของชุมชน ซึ่งมีวิถีปฏิบัติแบบชุมชนเป็นระบบสิทธิหน้าที่หรือเป็นระบบทรัพยากรร่วมของชุมชน ซึ่งจะเห็นได้ว่าศูนย์การเรียนรู้ป่าชุมชนเป็นกิจกรรมของคนในชุมชนในการจัดการทรัพยากรต้นไม้อและป่าไม้ เพื่อผลประโยชน์ของครอบครัวและชุมชน เป็นกิจกรรมที่สนับสนุนและมอบอำนาจให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของร่วมกันบริหารจัดการ ปกป้อง และเก็บหาผลประโยชน์จากป่าไม้ภายใต้ระบบการจัดการที่ยั่งยืน ดังนั้นศูนย์

การเรียนรู้มูลค่าทางเศรษฐกิจป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมืองจังหวัดกำแพงเพชร จะช่วยให้ประชาชนและเยาวชนในชุมชนได้มีแหล่งเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับมูลค่าทางเศรษฐกิจของป่าชุมชน ความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน เกิดการอนุรักษ์ หวงแหวน ได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการป่าชุมชน มีความรู้ถึงวิธีการที่ถูกต้องในการใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจจากป่าชุมชน รายได้ของประชาชนที่เกิดจากการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากป่าชุมชน การประหยัดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนจากการบริโภคพืชพันธุ์ที่สามารถรับประทานได้จากป่าชุมชน เข้าใจกระบวนการอนุรักษ์ และการพัฒนาคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ เกิดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสม และเป็นการเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และเป็นแหล่งเรียนรู้ทางเศรษฐกิจของป่าชุมชน จากการลงพื้นที่สำรวจและทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ป่าชุมชนและสัมภาษณ์นายธนู ใจอาสา คณะกรรมการป่าชุมชน (สัมภาษณ์ 24 มีนาคม พ.ศ. 2559) ทำให้พบปัญหาในเรื่องของการขาดแหล่งเรียนรู้การใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ และเผยแพร่ข้อมูลถ่ายทอดองค์ความรู้สู่คนในชุมชนและเยาวชน ดังนั้น จึงได้ทำการศึกษาศูนย์การเรียนรู้มูลค่าทางเศรษฐกิจป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมืองจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับประชาชน นักเรียนโรงเรียนบ้านเขาวังเยี่ยม ชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม และพื้นที่ใกล้เคียงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชรในเชิงเศรษฐกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
2. เพื่อสร้างคู่มือการจัดการป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนสำหรับชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

กรอบแนวคิด

มีนักวิชาการให้ความหมายของศูนย์การเรียนรู้ที่หลากหลาย อาทิเช่น วิชัย รูปขำดีและสังคม คุณคุณากร สกกุล (2550, หน้า 13) ได้ให้มุมมองเกี่ยวกับศูนย์การเรียนรู้ชุมชนว่า เป็นศูนย์กลางการจัดการกิจกรรมการศึกษาตลอดชีวิตสำหรับประชาชนได้มีโอกาสเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ อีกทั้งยังเป็นแหล่งบริการชุมชนในการจัดกิจกรรมต่างๆ ตามความต้องการของชุมชน สถานที่ที่มีบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ มีบริการ ตามความต้องการของที่เข้ามาใช้บริการ การจัดการกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนสามารถเรียนรู้ได้ตามความต้องการและทันสมัย เพื่อกระจายโอกาสแก่ประชาชนให้กว้างขวางทั่วถึงและครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยกิจกรรมต่างๆ จะสอดคล้องกลมกลืนกับวิถีชีวิตของชุมชนกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่ และทันต่อความเปลี่ยนแปลง คือ สถานที่ใดๆ ที่จัดอย่างง่ายๆ เพื่อให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้าไปศึกษาหาความรู้ด้วยตัวเอง ฉะนั้น สถานประกอบการ ศูนย์วัฒนธรรม ที่อ่านหนังสือ สโมสร ฯลฯ ต่างใช้เป็นศูนย์การเรียนรู้ได้ (วิชัย รูปขำดี และสังคม คุณคุณากรสกกุล, 2550, หน้า 13) ได้ระบุว่า ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เป็นแหล่งการจัดการกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ประชาชนสามารถใช้บริการ ค้นคว้าหาความรู้และยังเป็นสถานที่ที่ประชาชนได้มีโอกาสจัดกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนตามความต้องการ หรือหมายความว่าถึงสถานที่ ที่เป็นศูนย์กลางการจัดการเรียนรู้ เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของแหล่งเรียนรู้ในชุมชน ที่ปัจจุบันนิยมจัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เสริมสร้างโอกาสในการเรียนรู้ ถ่ายทอด แลกเปลี่ยน ประสบการณ์

ของประชาชนในชุมชน เป็นจุดถ่ายทอดความรู้ไปยังผู้ที่สนใจภายนอกชุมชน และเป็นแหล่งบริการชุมชนในการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน เน้นถ่ายทอดความรู้และเรื่องราวเกี่ยวกับวิถีชีวิตและกิจกรรมการพัฒนาของชุมชน

จากมุมมองจะเห็นได้ว่าศูนย์การเรียนรู้เปรียบเสมือนเป็นศูนย์กลาง หรือเป็นแหล่งและสถานที่ ที่รวบรวมข้อมูล ความรู้ ข่าวสารกิจกรรมเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ การดูแล อนุรักษ์รวมถึงการบริหารจัดการป่าชุมชน ที่สอดคล้องกับวิถีชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ เป็นที่สนับสนุน ส่งเสริมให้ชุมชนสามารถหาความรู้และเรียนรู้ด้วยตนเองได้ตลอดเวลา

การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิด วิจัย รูปชาติ และสังคม คุณคุณภาพสกุล (2550) ที่ได้เสนอแนวคิดศูนย์การเรียนรู้ว่า เป็นสถานที่ใดๆ ที่จัดอย่างง่ายๆ เพื่อให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้าไปศึกษาหาความรู้ด้วยตัวเอง และยังเป็นแหล่งการจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้การใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน รวมถึงการอนุรักษ์ป่าชุมชนอย่างต่อเนื่อง และยังเป็นสถานที่ที่ประชาชนได้มีโอกาสจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับป่าชุมชนเขาวังเยี่ยมของชุมชน ตามความต้องการ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เสริมสร้างโอกาสในการเรียนรู้ ถ่ายทอด แลกเปลี่ยน ประสบการณ์ของประชาชนในชุมชน

ความสำคัญของแหล่งการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ความสำคัญของศูนย์การเรียนรู้ของ นเรนทร์ คำมา (2558) ได้ดังนี้

1. แหล่งการเรียนรู้เป็นแหล่งเชื่อมโยงให้สถานศึกษาและท้องถิ่นมีความใกล้ชิดกัน ทำให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาแก่บุตรหลาน
2. แหล่งการเรียนรู้เป็นแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีความสุข เกิดความสนุกสนานและมีความสนใจที่จะเรียนรู้ไม่เกิดความเบื่อหน่าย
3. แหล่งการเรียนรู้ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการที่ได้คิดเอง ปฏิบัติเอง และสร้างความรู้ ด้วยตนเอง ขณะเดียวกันก็สามารถเข้าร่วมกิจกรรมและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
4. แหล่งการเรียนรู้ทำให้ผู้เรียนได้รับการปลูกฝังให้รู้และรักท้องถิ่นของตน มองเห็นคุณค่าและตระหนักถึงปัญหาในท้องถิ่น พร้อมทั้งเป็นสมาชิกที่ดีของท้องถิ่นทั้งปัจจุบันและอนาคต
5. แหล่งการเรียนรู้เสริมสร้างการเรียนรู้ จนเกิดทักษะการแสวงหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ โดยอาศัยการสร้างความรู้ความตระหนักเชิงมนทัศน์เกี่ยวกับธรรมชาติและ ความแตกต่างของข้อมูล
6. แหล่งการเรียนรู้เพิ่มผลสัมฤทธิ์ด้านการบริหารจัดการ การบริการวิชาการ ในด้านเนื้อหา โดยอาศัยแหล่งการเรียนรู้ภายในชุมชนที่หลากหลายในการเรียนรู้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้รายละเอียดการดำเนินการวิจัย มีดังนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมืองจังหวัดกำแพงเพชรในเชิงเศรษฐกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

1. ทำการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม จำนวน 136 ครัวเรือน คณะกรรมการป่าชุมชน จำนวน 15 คน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้สอบถามและแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับ 1) การใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน 2) การบริหารจัดการป่าชุมชน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างคู่มือการจัดการป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมืองจังหวัดกำแพงเพชร

1. นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามสัมภาษณ์ และประชุมกลุ่มย่อย มาทำการรวบรวมวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำคู่มือการจัดการป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม

2. จัดประชุมกลุ่มย่อยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับคณะกรรมการป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม และตัวแทนครัวเรือนบ้านเขาวังเยี่ยม จำนวน 30 ครัวเรือน โดยแบ่งกลุ่มๆ ละ 5 คน ซึ่งนำข้อมูลที่รวบรวมได้ มาประกอบเพื่อจัดทำคู่มือการจัดการป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนสำหรับชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

1. จัดประชุมกลุ่มแบบมีส่วนร่วมกับคณะกรรมการป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม จำนวน 15 คน และตัวแทนครัวเรือน จำนวน 30 ครัวเรือน โดยแบ่งกลุ่มๆ ละ 5 คน ซึ่งนำข้อมูลที่รวบรวมจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 มาประกอบเพื่อหารูปแบบการพัฒนาของศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนร่วมกัน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) (วัลลภ รัฐฉัตรานนท์, 2552, หน้า 129) และแบบสำรวจ ประกอบด้วย 1) การใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ในเชิงเศรษฐกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2) การสร้างคู่มือการจัดการป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม 3) การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สำหรับชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชรในเชิงเศรษฐกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผลการศึกษา พบว่า

การใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ประกอบด้วย

1. การเก็บหาผลผลิตจากป่า

ชุมชนจะใช้ประโยชน์ในการหาของป่าตามฤดูกาลเพื่อเลี้ยงชีพและใช้ในครัวเรือนเป็นหลัก รวมถึงใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ของนักเรียนในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง การใช้ประโยชน์การหาของป่า ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้ประโยชน์ป่าชุมชน ตลอดทั้งปีจำนวนรวมทั้งสิ้น 29,002 กิโลกรัม ซึ่งพบว่า ระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน จะมีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนมากที่สุด คือ มีมูลค่าการใช้ประโยชน์จำนวนรวมทั้งสิ้น 8,635 กิโลกรัม สามารถแยกดังนี้ คือ การใช้ประโยชน์ระหว่างเดือนมีนาคม – พฤษภาคม จะมีการใช้ประโยชน์มากที่สุดคือ จำนวน 505 กิโลกรัม ผลผลิตจากป่า เช่น เห็ดกระด้าง เห็ดไผ่ และเห็ดขอน น้อยที่สุดคือ ผึ้ง, น้ำผึ้ง จำนวน 70 กิโลกรัม ระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน มีมูลค่าการใช้ประโยชน์ ทั้งหมด 8,425 กิโลกรัม สามารถแยกดังนี้ คือส่วนใหญ่จะใช้ประโยชน์จากหน่อไม้ เห็ดหน้าวัว ผักหนามมากที่สุดคือ จำนวน 450 กิโลกรัม และที่ใช้ประโยชน์น้อยที่สุดคือ ชะเอม จำนวน 80 กิโลกรัม มกราคมถึงมีนาคมมีมูลค่าการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน ทั้งหมด 7,195 กิโลกรัม สามารถแยกรายละเอียดดังนี้ คือส่วนใหญ่จะใช้ประโยชน์จากผักหวานมากที่สุดคือ จำนวน 1,010 กิโลกรัม รองลงมาคือ ผักอีหนู จำนวน 707 กิโลกรัม และผักอีตุ๊ด จำนวน 606 กิโลกรัม และที่ใช้ประโยชน์น้อยที่สุดคือ มันเส้า จำนวน 10 กิโลกรัม ระหว่างเดือนตุลาคมถึงธันวาคม มีมูลค่าการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนเขาวังเยี่ยม ทั้งหมด 4,747 กิโลกรัม สามารถแยกรายละเอียดของการใช้ประโยชน์ส่วนใหญ่จะเป็นรางแดง, หวาย ผักหนาม มากที่สุดคือ จำนวน 505 กิโลกรัม และที่ใช้ประโยชน์น้อยที่สุดคือ ผักแขยง, , มะระ, ตำลึง และเครือหมาน้อย จำนวน 101 กิโลกรัมตามลำดับ

2. การใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนโดยเป็นแหล่งเรียนรู้จากเส้นทางศึกษาธรรมชาติ จำนวน 19 จุด ดังนี้

1 ต้นไทร (นักบุญแห่งป่า นักฆ่าแห่งพงษ์ไพร) 2 ต้นไผ่ (ไผ่ทวีคูณ) 3. ต้นยาง (ป่าดิบแล้ง) 4. ชองเย็น (ผู้ย่อยสลาย) 5 มะค่าโมง (กฎแห่งธรรมชาติ) 6 ต้นมะกอกป่า (ผลไม้แห่งพงษ์ไพร) 7 หินกลิ้ง (หินกลายเป็นดิน) 8 ต้น

เต็ง ต้นรัง (ป่าดิบร้อน) 9 ต้นสัก ต้นพญาศรี (ไม้สูงศักดิ์) 10 ไม้มิ่งคล (ต้นคุณ ต้นค้า ต้นมะตุม ต้นสัก) 11 ต้นกล้วย
ต้นมะขาม (ร่องรอยในอดีต) 12 ต้นมะค่า (ป่าเบญจพรรณ) 13 ศาล (เส้นทางในอดีต) 14 แท่นหินกาลเวลา 15
ต้นไม้ของพ่อหลวง (ต้นมะม่วงกะล่อน) 16 กาฝาก (นกเขาเลือดเย็น) 17 ต้นกวาว บันไดลิง 18 สไปสิตา (จุดวัดความ
ชุ่มชื้น) 19 ป่าไข่เต่า (จุดทบทวน)



ภาพที่ 1 เส้นทางศึกษารวมชาติ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างคู่มือการจัดการป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัด
กำแพงเพชร ประกอบด้วย

1) ประวัติป่าชุมชน

ป่าชุมชนเขาวังเยี่ยมอยู่ในพื้นที่บ้านเขาวังเยี่ยม หมู่ที่ 9 ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
ตั้งอยู่ลุ่มน้ำคลองชะแยง เป็นลุ่มน้ำสาขาคลวงสวนหมาก ผืนป่าตะวันตก คลองสวนหมาก-คลองวังเจ้า ซึ่งเป็นลุ่มน้ำ
ปิงตอนล่าง ป่าชุมชนเขาวังเยี่ยมมีลักษณะเป็นภูเขาขนาดเล็กเป็นคลื่นเนินเขาลูกกระนาบต่อจากผืนป่าตะวันตกที่ยัง
เหลือความสมบูรณ์ของป่าแบบป่าเดิมอยู่บ้าง เพราะมีไม้เบญจพรรณ ต้นไม้และเถาวัลย์ที่มีขนาดใหญ่ ยังมีพืช
สมุนไพร มีต้นไม้ขนาดใหญ่จำนวนมากพืชสมุนไพร สัตว์และแมลงต่างๆ อาหารจากป่าหลายชนิดขึ้นปกคลุมทั่ว
บริเวณเขา เขาวังเยี่ยมในอดีตเป็นเส้นทางผ่านกองเกวียนชักลากไม้ออกจากป่าคลองสวนหมากผ่านหัวเขา ป่าชุมชน
บ้านเขาวังเยี่ยมมีพื้นที่ประมาณ 127 ไร่ มีความหลากหลายทางชีวภาพ มีพันธุ์ไม้ มีสภาพป่าที่สามารถแบ่งได้เป็น
7 โซน คือ โซนป่าประดู่ จำนวน 9 ไร่ 1 งาน โซนป่าสัก 6 ไร่ 2 งาน โซนป่าเต็งรัง 5 ไร่ 1 งาน โซนป่าดิบแล้ง 33 ไร่
2 งาน โซนป่าเบญจพรรณ 36 ไร่ 1 งาน โซนป่าไผ่ 17 ไร่ โซนสมุนไพร 19 ไร่

2) การบริหารจัดการป่าชุมชน ประกอบด้วย 2.1) กิจกรรมที่ทำเพื่อปกป้อง อนุรักษ์ รักษาป่า พื้นที่ป่า
ซึ่งมีการทำอย่างต่อเนื่องเพื่อดูแลรักษาป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ดังนี้ 1. การจัดทำแนวเขตป่าชุมชน ป้องกันปัญหา
การบุกรุกพื้นที่ป่าชุมชน 2. ปลุกต้นไม้เป็นแนวเขตระหว่างที่ทำกินของราษฎรกับป่าชุมชนเพื่อเป็นแนวรั้วธรรมชาติ
3. การปลูกป่าทดแทนและเพิ่มปริมาณของป่า 4. การเฝ้าระวังรักษาป่า ทำแนวกันไฟภายในป่าชุมชน 5. มีเส้นทาง
ศึกษารวมชาติ เป็นแหล่งเรียนรู้ในการอนุรักษ์ป่า 6. มีกฎระเบียบข้อบังคับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรป่าชุมชน
7. มีการออกตระเวนเพื่อป้องกันการเกิดไฟป่าในช่วงฤดูแล้ง 8. ประเพณี วัฒนธรรมและความเชื่อโดยพิธีไหว้ศาลเจ้า
พ่อหัวเขาและการบวชป่า 9. มีการจัดตั้งคณะกรรมการป่าชุมชน 2.2) การปลูกป่าเสริมไม้ 3 อย่างลงในพื้นที่ คือ ไม้
ใช้สอย ไม้อาหาร และไม้สมุนไพร เช่น การปลูกผักหวาน การปลูกชะอมรอบแนวป่า การปลูกไม้สัก ไม้มะค่า ไม้พุง
และไม้ยืนต้นอื่นๆ เพื่อเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้แก่ ป่า นอกจากการปลูกเสริมป่าชุมชนยังได้ดำเนินการดูแลป่า
รอบๆ หมู่บ้านให้เป็นป่าคุณภาพชีวิต โดยการนำพืชผักและพืชสมุนไพรปลูกเสริมในบริเวณป่า เพื่อให้เป็นพื้นที่
สำหรับชุมชนใช้เป็น แหล่งอาหารสำหรับคนและสัตว์หากิน พืชที่นำมาปลูกเสริมนั้นทางชุมชนคิดว่าควรจะเป็นพืช

พื้นที่ที่สามารถนำมาบริโภคได้ เป็นการให้ประโยชน์พื้นที่ป่าของชุมชนเพื่อสาธารณประโยชน์ เป็นพื้นที่ส่วนรวมที่คนในชุมชนสามารถเก็บหาของป่าเพื่อการบริโภคและใช้สอยได้ โดยมีเงื่อนไข กฎเกณฑ์ เป็นตัวกำหนด โดยคณะกรรมการป่าชุมชนเป็นผู้ดูแลการใช้ประโยชน์ โดยจะใช้ได้เฉพาะไม้ล้มหมอนนอนไพร และผู้ที่จะมาใช้ประโยชน์ต้องแจ้งความจำนงให้คณะกรรมการป่าชุมชนทราบ โดยจะพิจารณาตามความเหมาะสมและเหตุผลอันควร โดยมีข้อตกลงกันภายในชุมชนคือ ถือเอาไม้ของคณะกรรมการป่าชุมชน การใช้ประโยชน์ต้องเพื่อผู้ใช้เองโดยตรงและต้องแจ้งให้ทราบว่าจะทำอะไร จำนวนเท่าใด มีวิธีการทำหรือนำไม้ไปทำอะไร เวลาใด จากนั้นทางกลุ่มจะให้ตัวแทนไปร่วมดำเนินการด้วย เป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และป้องกันการตัดไม้ใหม่ ลักษณะการนำไม้มาใช้ประโยชน์คือ เพื่อการใช้สอย เพื่อซ่อมแซมบ้านเรือน ชุมชน สามารถเข้าไปเก็บหาผลผลิตจากป่าเพื่อมาขายได้เฉพาะประเภทที่มีมากพอต่อการบริโภค และเหลือเพียงพอที่จะขายเป็นภายในท้องถิ่นได้ 2.3) การตั้งกฎ กติกา ป่าชุมชนเขาวังเยี่ยม ซึ่งกฎกติกาได้ผ่านการเห็นชอบร่วมกันของคนในชุมชน จะมีอยู่ด้วยกันดังนี้ 1. ห้ามตัดต้นไม้ทุกชนิดในเขตป่าชุมชน ไม่ว่าจะเพื่อสร้างบ้านหรือใช้เป็นเชื้อเพลิง 2. ผู้ฝ่าฝืนตัดไม้ในป่าชุมชน ต้องเสียค่าปรับขั้นต่ำ ต้นละ 500 บาท ขนาดความโต 8 เซนติเมตร ยาว 2 เมตรขึ้นไป และยึดไม้เป็นของกลางหมู่บ้าน ส่วนเงินค่าปรับนำเข้าหมู่บ้านเพื่อพัฒนาชุมชนให้ก้าวต่อไป 3. การเก็บหาของป่า ให้ทำได้แต่พอกินพอใช้ ห้ามทำเพื่อการค้าขาย 4. ผู้ใดฝ่าฝืนกฎกติกา จะถูกปรับตามแต่กรณี ถ้าทำผิดติดต่อกัน 3 ครั้ง จะต้องถูกดำเนินตามกฎหมาย 5. หากมีความจำเป็นต้องใช้ไม้ จะต้องได้รับการพิจารณาและมีมติเป็นลายลักษณ์อักษรจากคณะกรรมการมากกว่ากึ่งหนึ่ง 2.4) เส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชุมชน ประกอบด้วยฐานการเรียนรู้ จำนวน 19 ฐาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนสำหรับชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนสำหรับชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม หมู่ที่ 9 ใช้อาคารที่อยู่ภายในวัดบ้านเขาวังเยี่ยม ซึ่งเป็นสถานที่ที่ได้รับความเห็นชอบของคณะกรรมการป่าชุมชนร่วมกับชุมชนมาจัดทำเป็นศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนสำหรับชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับป่าชุมชนให้กับนักเรียนและชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้ต่อไป ประกอบด้วย รายชื่อคณะกรรมการป่าชุมชน, ประวัติป่าชุมชน, การบริหารจัดการป่าชุมชน เช่น 2.1) กฎ กติกา ป่าชุมชนเขาวังเยี่ยม 2.2) กิจกรรมที่ชุมชนร่วมทำในการบริหารจัดการป่าชุมชนเขาวังเยี่ยม 2.3) การใช้ประโยชน์จากการหาของป่า ในแต่ละช่วงตลอดทั้งปี 2.4) การจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชุมชน และข้อมูลอื่นๆ เกี่ยวกับป่าชุมชน เพื่อใช้เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับป่าชุมชนของชุมชนต่อไป อาคารศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนสำหรับชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตั้งอยู่บริเวณภายในวัดเขาวังเยี่ยม หมู่ที่ 9 บ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อ.เมือง จ.กำแพงเพชร ซึ่งผลประเมินความพึงพอใจต่อศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74

อภิปรายผล

ผลการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม สอดคล้องกับจักรพงษ์ พวงงามชื่น และคณะ (2556) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาารูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการป่าชุมชน กรณีศึกษา บ้านทาป่าเปา ตำบลทาปลาดุก อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน และยังสอดคล้องกับ สมหญิง สุนทรวงษ์. (2557). ที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการและการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน คือ ฝืนป่าที่ชุมชนต้องช่วยกันจัดการฟื้นฟูและรักษา ทั้งจากปัญหาไฟป่า การบุกรุกแผ้วถางทำลาย การปกป้องการหาของป่าจนเกินกำลังที่ป่าจะรับได้ โดยมีลักษณะคล้ายกันคือ ชุมชนหรือหมู่บ้านที่ดูแลป่าชุมชนใด จะมีกฎระเบียบในการดูแลและใช้ประโยชน์ เป็นต้นว่า การร่วมกันทำแนวกันไฟ การจัดเวรยามเดินลาดตระเวน กติกาในการเก็บเห็ด เก็บหน่อไม้ ของป่า ฯลฯ และสมศักดิ์ สามัคคีธรรม. (2559). การจัดการทรัพยากรร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาป่าชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ผล

การศึกษาพบว่า การจัดการป่าชุมชนประสบความสำเร็จด้านการป้องกันการบุกรุกป่า แต่ไม่ประสบความสำเร็จด้านการฟื้นฟูป่า โดยการจัดการป่าชุมชนมีความสอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการทรัพยากรร่วมของออสโตรม คือ 1) การกำหนดขอบเขตของพื้นที่ชัดเจน 2) การสอดส่องดูแลการใช้ประโยชน์และสอดส่องดูแลทรัพยากรป่า 3) การลงโทษผู้กระทำผิดจากต่ำไปสูง อย่างไรก็ตามการจัดการป่าชุมชนไม่เป็นไปตามแนวคิดการจัดการทรัพยากรร่วม 3 ประการ คือ 1) การกำหนดขอบเขตของผู้มีสิทธิใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน 2) ความสอดคล้องระหว่างกฎระเบียบกับสภาพทางสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการใช้ประโยชน์จากป่ากับเงื่อนไขในการบำรุงรักษา 3) การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ สมชัย เบญจขย (2552) รูปแบบที่ยั่งยืนในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรป่าไม้อย่างมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการศึกษาการใช้ประโยชน์ไม้และของป่าตามวิถีชีวิตของชุมชน คือ ภาชนะจักสานกันน้ำใส่เสื้อผ้า เครื่องครัวจากไม้แก๊พชดค่าง เครื่องดนตรีจากไม้และไม้ ยางจากพืชสมุนไพร ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ ของเล่นเด็ก นวัตกรรมใหม่เปลือกไม้สนแกะสลัก การเพิ่มมูลค่าถ่านลูกสน เมล็ดสะบ้า และลูกเต๋อย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้อเนกประโยชน์ ผสมผสานวัสดุให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ การใช้ประโยชน์จากไม้เพื่อการยังชีพ ค่าพืชอาหารและยาสมุนไพรได้ ให้มีภูมิภูมิตึกาและเพิ่มพูนทรัพยากรป่าไม้ ไม่สนับสนุนการเจาะยางสน และส่งเสริมการทำประดิษฐ์กรรมจากป่า นอกจากนี้ยังมีการใช้ประโยชน์ของป่าในพิธีกรรมต่างๆ ซึ่ง เป็นความเชื่อดั้งเดิมของชนเผ่าลัวะที่ปฏิบัติกันมาจนถึงปัจจุบัน

ด้านการจัดการศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ซึ่งสอดคล้องกับ ปราโมทย์ น้อยวัน, สาวิพันธุ์ ศุภวรรณ และวิระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา (2555). ศึกษาแนวทางการจัดการศูนย์การเรียนรู้ชุมชน อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี แนวทางการจัดการศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ด้านบริหารจัดการ ควรเป็นในรูปแบบคณะกรรมการที่ได้รับเลือกจากชุมชน และมีการแบ่งโครงสร้างการทำงานอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับปรีชา ปัญญาณฤพล, ไผตรี จันทรา และสุรพงศ์ เอื้อศิริพรฤทธิ์. (2559). ศึกษาแบบศูนย์การเรียนรู้ในสถานศึกษาเพื่อการศึกษาตลอดชีวิต ประกอบด้วย 1. วิสัยทัศน์คือ สร้างความรู้ สร้างโอกาสทางการศึกษาตลอดชีวิต เป็นพลังปัญญาของชุมชนบ้านเขาใหญ่ 2. พันธกิจ คือ เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในชุมชน 3. เป้าหมายได้แก่ การสร้างศูนย์การเรียนรู้ในสถานศึกษาเพื่อการศึกษาตลอดชีวิต จำนวน 1 ศูนย์ 4. วัตถุประสงค์ เพื่อให้บริการความรู้ การจัดการเรียนรู้ การถ่ายทอดแลกเปลี่ยนประสบการณ์ วิทยากร ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ ของประชาชนในชุมชน 5. บทบาทหน้าที่ 6. โครงสร้างการดำเนินงาน 7. กระบวนการทำงาน 8. แหล่งเรียนรู้ ส่วน รูปแบบศูนย์การเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.30$) และวัฒนา สุราษฎร์มณี. (2558) ผลการบริหารจัดการศูนย์การเรียนรู้ชุมชนในพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง พบว่า 1. ผลการบริหารจัดการศูนย์การเรียนรู้ชุมชนในพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนล่างในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$) ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารศูนย์การเรียนรู้ชุมชนในพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญจำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ การประสานงานการประเมินผลนโยบาย การมีส่วนร่วมกับศูนย์การเรียนรู้อื่นและชุมชน การยอมรับของศูนย์การเรียนรู้อื่นและชุมชน ทรัพยากรทางการบริหาร และการนำนโยบายไปปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งปัจจัยดังกล่าวสามารถทำนายผลการบริหารจัดการศูนย์การเรียนรู้ชุมชนในพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนล่างได้ร้อยละ 84.80 (Adjusted R2 = 0.848) 3) แนวทางในการบริหารจัดการศูนย์การเรียนรู้ชุมชนในพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนล่างที่เสนอแนะ ประกอบด้วย การดำเนินการที่สำคัญ 8 ประการคือ คือ (1) มีนโยบายที่เหมาะสม และตรงกับความต้องการของประชาชนในชุมชน สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริงและสามารถปฏิบัติได้จริง (2) มีการประเมินผลหลังเสร็จสิ้นการปฏิบัติในแต่ละโครงการแล้ว เพื่อให้ทราบการบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (3) มีการสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้กับประชาชนได้เป็นอย่างดี (4) มีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาคประชาชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และมีการประสานงานทั้งใน

เครือข่ายและนอกเครือข่ายองค์กร (5) มีการพัฒนาปรับปรุงผลงานของศูนย์ให้เป็นที่ประจักษ์แก่สายตาประชาชนอย่างสม่ำเสมอ (6) มีการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในการดำเนินการ ตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมทำ (7) มีการร่วมมือกันในทุกภาคส่วน ทั้งราชการส่วนท้องถิ่นและราชการส่วนภูมิภาคทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานของศูนย์การเรียนรู้ชุมชนมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น (8) มีการจัดการศึกษาที่เป็นระบบและให้ชุมชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพได้อย่างแท้จริง และควรมีหลักสูตรที่หลากหลายยืดหยุ่น ให้อิสระแก่ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนได้

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้การใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง
2. การบริหารจัดการศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชน ควรได้รับการสนับสนุนงบประมาณทั้งจากภาครัฐและองค์กรบริหารส่วนตำบลในสัดส่วนที่เหมาะสม สนับสนุนทรัพยากรหรือปัจจัยต่างๆ มาใช้จัดการศูนย์การเรียนรู้สำหรับชุมชน ตลอดจนเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการสนับสนุนงบประมาณให้มีการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนอย่างรู้คุณค่า
3. การบริหารจัดการศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชน ควรจัดสื่อ วัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งการใช้สื่อพื้นบ้านมาเผยแพร่ความรู้ เพราะสื่อพื้นบ้านสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับสภาพสังคมวัฒนธรรมของประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มีเพียงพอเหมาะกับชุมชน และลักษณะของผู้อ่าน เช่น เด็กเล็ก เยาวชน ผู้สนใจเฉพาะด้านและมีบริการสื่อวารสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่มีความทันสมัย เพื่อจัดการเรียนรู้และจัดกิจกรรม สำหรับการดูแล อนุรักษ์ ปกป้องผืนป่าชุมชน รวมถึงการใช้ประโยชน์จากป่า เพื่อให้สามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลาและตอบสนองต่อความต้องการการเรียนรู้ของเยาวชนและประชาชนในชุมชน
4. คณะกรรมการควรกำหนดนโยบายและวางแผนการดำเนินงาน การจัดกิจกรรมของศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชน ให้มีความต่อเนื่องตามแผนที่กำหนดไว้
5. สร้างเครือข่ายแหล่งการเรียนรู้ โดยให้แต่ละแหล่งการเรียนรู้ช่วยเหลือสนับสนุนกัน ในการจัดกิจกรรมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเผยแพร่กิจกรรมให้เป็นความรู้แก่ประชาชนต่อไป
6. ควรมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา ควรกำหนดให้มีประเด็นการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ชุมชนในการประชุมคณะกรรมการพัฒนาท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

- จักรพงษ์ พวงงามชื่นและคณะ. (2556). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการป่าชุมชน:กรณีศึกษา บ้านทาป่าเปา ตำบลทาลาดุก อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน. วารสารวิจัยและพัฒนา มจร. ปีที่ 36 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2556.
- ธนู ใจอาสา, คณะกรรมการป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม. สัมภาษณ์, 24 มีนาคม 2559.
- นเรนทร์ แก้วใหญ่. (2558). ศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน : การพัฒนาที่ยั่งยืนของสถาบันอุดมศึกษา. SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL. Vol.2 No.2 July - December 2016.
- ปราโมทย์ น้อยวัน, สาริพันธ์ สุภวรรณ และวีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา. (2555). ศึกษาแนวทางการจัดศูนย์การเรียนรู้ชุมชน อาเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี. ศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปรีชา ปัญญาณฤพล, ไมตรี จันทรา และสุรพงศ์ เอื้อศิริพรฤทธิ. (2559). การพัฒนารูปแบบศูนย์การ

- เรียนรู้ในสถานศึกษาเพื่อการศึกษาตลอดชีวิต. การบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช. วารสารบริหารการศึกษาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- วิชัย รูปขำดี และสังคม คุณคุณากรสกุล. (2550). การประมวลความรู้: การสร้างและพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ด้านการพัฒนาสังคมและสวัสดิการ. กรุงเทพมหานคร: กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ.
- วัลลภ รัฐฉัตรานนท์. (2552). วิธีและเทคนิคในการวิจัยทางสังคมศาสตร์. ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ, หน้า 129.
- วัฒนา สุราษฎร์มณี. (2558). ผลการบริหารจัดการศูนย์การเรียนรู้ชุมชนในพื้นที่จังหวัด ภาคเหนือตอนล่าง. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา Vol 1, No 2 (2015).
- สมศักดิ์ สุขวงศ์. (2550). การจัดการป่าชุมชน: เพื่อคนและเพื่อป่า. กรุงเทพฯ: ทวีวัฒนาการพิมพ์.
- สมชัย เบญจขย. (2552). รูปแบบที่ยั่งยืนในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรป่าไม้อย่างมีส่วนร่วมของชุมชนกรณีป่าสนบ้านจันทร์ อำเภอกัลยาณิวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่. มูลนิธิโครงการหลวง เชียงใหม่.
- สมหญิง สุนทรวงษ์. (2557). ป่าชุมชนกับสังคมไทย. ศูนย์วนศาสตร์ชุมชนเพื่อคนกับป่า (รีคอฟ)-ประเทศไทย.
- สมศักดิ์ สามีคศิริธรรม. (2559). การจัดการทรัพยากรร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาป่าชุมชนในภาคตะวันออก. รายงานการวิจัย เสนอต่อศูนย์ศึกษาปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาที่ยั่งยืน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.

คุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร

QUALITY OF SERVICE CIVIL DEPARTMENT BANG PHLAT DISTRICT

OFFICE BANGKOK

มานพ สงสุรินทร์*

ธนาชัย สุขวณิช**

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศึกษาคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร และ เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการฝ่ายโยธาของสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร ตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้ของบริการฝ่ายโยธา สำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร จำนวน 383 คน วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูล ใช้สถิติวิจัย โดยวิธีการหาเลขคณิต (Arithmetic Mean: \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าที (t-test) และค่าเอฟ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเข้าใจและรู้จักลูกค้า การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการฝ่ายโยธาของสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนครั้งที่ใช้บริการ และระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับความคิดเห็นคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง เป็นไปตามสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร แตกต่างตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

คำสำคัญ: ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ABSTRACT

The purposes of this research were to study quality of civil department Bang Phlat district office Bangkok service to compare quality of civil department Bang Phlat district office

* ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ มหาวิทยาลัยเกริก.

** ปริญญาเอก มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์(ร.ป.ด.).

Bangkok service by individual factors. Populations were user of civil department Bang Phlat district office Bangkok amount 383 peoples. Quantitative Research collect the data by using research statistic arithmetic mean and standard deviation. And statistical hypothesis by using T-test and F-test to compare the examples

The results were as follows

Quality of civil department Bang Phlat district office Bangkok service is high level. When considering each items that found the average of the customer response is the highest. The higher is the performance of services. And the lowest average is understanding the customer. Comparison Quality of civil department Bang Phlat district office Bangkok service that categorize as follow age, income, status, educations level, using times of service that found were user the service is difference in individual factors.

The results of the hypothesis test showed that

The level of view quality of civil department Bang Phlat district office Bangkok service is a high level. That as follow the hypothesis to compare quality of civil department Bang Phlat district office Bangkok service is difference with individual factor that is not the hypothesis.

Keyword: Quality of service

บทนำ

ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับ ประเด็นคุณภาพการบริการ (Service Quality) เพื่อให้เกิด การบริการที่ดี มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนที่ต้องการได้รับบริการที่มีความ สะดวก รวดเร็วซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจในการบริการ สำหรับการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นผลจากการบริหาร จัดการองค์กรว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด รวมทั้งขึ้นอยู่กับผู้บริหารองค์กรว่าได้ให้ความสำคัญหรือได้กำหนด เป็นนโยบายที่จะทำให้การให้บริการมีความรวดเร็ว ลดขั้นตอน เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งเป็นการลด ค่าใช้จ่ายและต้นทุนอีกทาง การพัฒนาคุณภาพบริการของภาครัฐที่พัฒนาตามยุทธศาสตร์ของแต่ละองค์กร เป็นการ เพิ่มและยกระดับขีดความสามารถ รวมทั้งสร้าง มาตรฐานการทำงานของหน่วยงานราชการให้อยู่ใน ระดับสูงหรือ เทียบเท่ามาตรฐานสากลในการให้บริการกับ ประชาชน เป็นกรอบแนวคิดในการบริหารจัดการที่สามารถ นำมา ประยุกต์ใช้กับการพัฒนาการบริหารราชการ เพื่อให้หน่วยงานของภาครัฐได้มีกระบวนการทำงานและผลการ ปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลดี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2557 หน้า 9)

จากค่านิยมขององค์การสะท้อนให้เห็นว่าการให้บริการของฝ่ายโยธา สำนักเขตบางพลัดกรุงเทพมหานครฯ ได้ให้ความสำคัญ เรื่องคุณภาพการบริการเพื่อสร้างการบริการที่เป็นประโยชน์กับ ประชาชน และสร้างความพึง

พอใจกับประชาชนที่ได้รับการบริการ อย่างไรก็ตามการดำเนินงานที่ผ่านมายังไม่มีการ เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของ สำนักเขตบางพลัดกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการบริการของสำนักเขตบางพลัดกรุงเทพมหานคร ว่ามีคุณภาพหรือไม่ โดยการเปรียบเทียบการรับรู้บริการที่ได้รับจริงกับความคาดหวัง ของผู้รับบริการเพื่อทำให้ได้สารสนเทศที่นำไปใช้เป็น แนวทางในการปรับปรุง แก้ไขและพัฒนาทางด้านคุณภาพ การบริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร ตามปัจจัยส่วนบุคคล

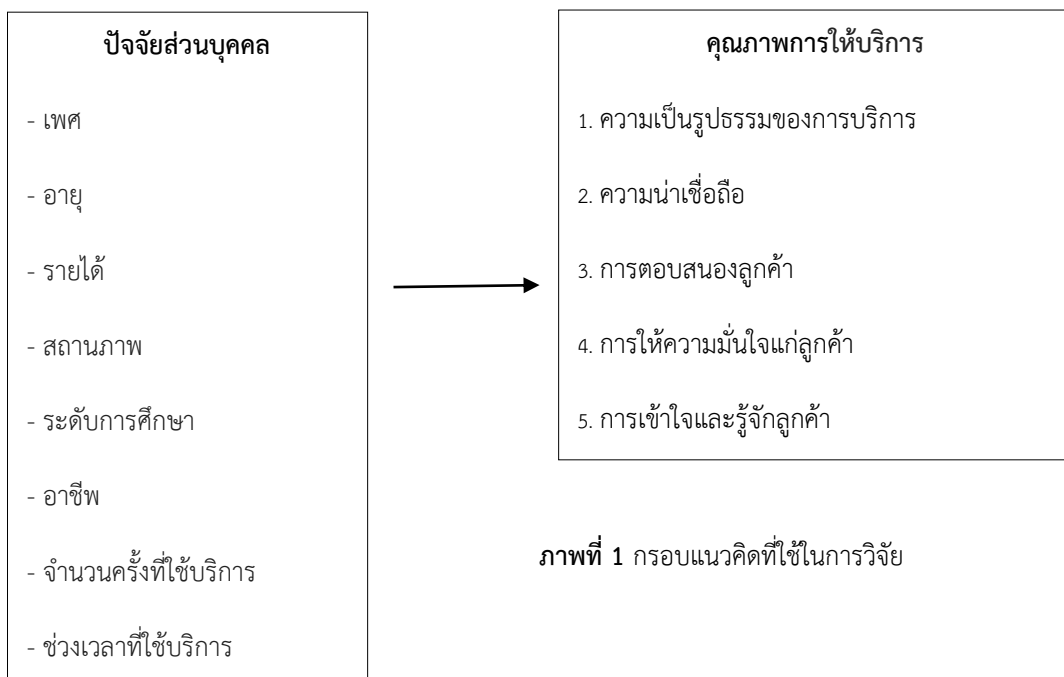
กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาคูณภาพการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด (Service Quality) ตามแนวคิดองค์ประกอบการวัดคุณภาพการบริการของ Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) ประกอบด้วย

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)
3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive)
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)
5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา เรื่องคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร จำนวน 9,462 ในระยะเวลา 1 ปี

2) กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดที่เหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (อ้างอิงใน ประคอง วรรณสุต, 2538) ความคลาดเคลื่อนที่ .05

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอนคือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ประกอบด้วย 8 ข้อคือ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน ช่วงเวลาที่รับบริการ ตอนที่ 2 แบบวัดความคิดเห็น ซึ่งเป็นการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ ฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 5 ด้านประกอบด้วย 1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2. ความน่าเชื่อถือ 3. การตอบสนองลูกค้า 4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยมีลักษณะคำตอบแบบ Rating Scale โดยให้คะแนน ออกเป็น 5 ระดับ คือการรับรู้/ความคาดหวังมากที่สุด ให้ 5 คะแนน การรับรู้/ความคาดหวังมากให้ 4 คะแนน การรับรู้/ความคาดหวังปานกลางให้ 3 คะแนน การรับรู้/ความคาดหวังน้อยให้ 2 คะแนน และการรับรู้/ความคาดหวังน้อยที่สุดให้ 1 คะแนน

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนต่อไปนี้ 1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย กำหนดนิยาม ศัพท์เฉพาะ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม 2. ผู้วิจัยนำเครื่องมือ SERVQUAL มาปรับการประเมินค่า เป็น 5 ระดับ มาใช้เนื่องจากเป็นแบบสอบถามที่ถูกนำมาใช้ ในงานวิจัยหลายชิ้นที่วัดคุณภาพการบริการของหน่วยงานภาครัฐ 3. นำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ให้บริการฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ชุด โดยการหาค่าความเที่ยงหรือ ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) พบว่า การรับรู้ในการให้บริการ ได้ค่าเท่ากับ 0.977 ส่วนความคาดหวังในบริการได้เท่ากับ 0.974 ซึ่งถือว่ามีค่าความเชื่อถือสามารถนำไปเก็บรวบรวม ข้อมูลจริงได้ (Tavakol and Dennick, 2011)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมดมาวิเคราะห์ใช้วิธีการทางสถิติ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่รวบรวมได้
2. ลงรหัสข้อมูล แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ
3. วิเคราะห์แบบสอบถามโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป
4. นำผลการวิเคราะห์มาสรุปและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าที (t-test) และค่าเอฟ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการ จำนวน 383 คน พบว่า ส่วนใหญ่เพศหญิง (ร้อยละ 70) มีช่วงอายุปีระหว่าง 31-40 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 33.7) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41-50 ปี (ร้อยละ 26.50) ตามลำดับ รายได้มากที่สุด 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ 23.2) รองลงมาคือ 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ 19.6) ตามลำดับ สถานภาพที่มากที่สุด คือ สมรส (ร้อยละ 46.5) รองลงมาคือ โสด (ร้อยละ 34.5) ตามลำดับ ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 45.2) รองลงมาคือ ต่ำปริญญาตรี (ร้อยละ 31.9) ตามลำดับ อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 23) รองลงมา คือ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 16.7) ตามลำดับ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน มากที่สุด คือ ต่ำกว่า 5 ครั้ง (ร้อยละ 53.5) และ 5 ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ 46.5) ระยะเวลาที่ติดต่อ มากที่สุด คือ 08.30-12.00 น. (ร้อยละ 68.7) และ 13.00-16.30 น. (ร้อยละ 31.3) ตามลำดับ

ภาพรวมคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร

คุณภาพในการให้บริการฝ่ายโยธาของสำนักงานเขต บางพลัด กรุงเทพมหานคร	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.17	.33	มากที่สุด
2. ด้านความน่าเชื่อถือ	4.16	.36	มากที่สุด
3. การตอบสนองลูกค้า	4.21	.34	มากที่สุด
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	4.10	.35	มากที่สุด

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า	4.08	.35	มากที่สุด
รวม	4.14	.21	มากที่สุด

สำหรับคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร มากที่สุดคือ การตอบสนองลูกค้า (ร้อยละ 4.21) รองลงมาคือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (ร้อยละ 4.17) ด้านความน่าเชื่อถือ (ร้อยละ 4.16) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (ร้อยละ 4.10) และลำดับสุดท้ายการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (ร้อยละ 4.08) ตามลำดับ

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามเพศ

คุณภาพในการให้บริการ	เพศ						t	Sig
	ชาย n = 152			หญิง n = 90				
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.18	.33	มาก	4.17	.33	มาก	.290	.77
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.16	.38	มาก	4.18	.34	มาก	-.055	.98
การตอบสนองลูกค้า	4.22	.34	มาก	4.18	.34	มาก	1.007	.28
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	4.10	.31	มาก	4.09	.39	มาก	.053	.95
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า	4.09	.33	มาก	4.06	.36	มาก	-.726	.46
รวม	4.15	.21	มาก	4.13	.21	มาก	.668	.50

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามเพศ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการฝ่ายโยธาของสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามอายุ

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.522	5	.104	.942	.454
	ภายในกลุ่ม	41.841	377	.111		
	รวม	42.364	382			
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	.435	5	.087	.648	.663
	ภายในกลุ่ม	50.555	377	.134		
	รวม	50.990	382			
การตอบสนองลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.695	5	.139	1.165	.326
	ภายในกลุ่ม	44.982	377	.119		
	รวม	45.677	382			
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.332	5	.066	.535	.750
	ภายในกลุ่ม	46.721	377	.124		
	รวม	47.052	382			
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.645	5	.129	1.044	.391
	ภายในกลุ่ม	46.570	377	.124		
	รวม	47.215	382			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.137	5	.027	.584	.713
	ภายในกลุ่ม	17.657	377	.047		
	รวม	17.793	382			

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามอายุ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการฝ่ายโยธาของสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามรายได้

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.219	5	.044	.393	.854
	ภายในกลุ่ม	42.144	377	.112		

	รวม	42.364	382			
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	.457	5	.091	.682	.637
	ภายในกลุ่ม	50.532	377	.134		
	รวม	50.990	382			
การตอบสนองลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	1.176	5	.235	1.993	.079
	ภายในกลุ่ม	44.501	377	.118		
	รวม	45.677	382			
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2.286	5	.457	3.850	.002
	ภายในกลุ่ม	44.766	377	.119		
	รวม	47.052	382			
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	1.236	5	.247	2.027	.074
	ภายในกลุ่ม	45.979	377	.122		
	รวม	47.215	382			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.388	5	.078	1.682	.138
	ภายในกลุ่ม	17.405	377	.046		
	รวม	17.793	382			

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามรายได้ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีค่า Sig. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการฝ่ายโยธาของสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามสถานภาพ

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.040	2	.020	.179	.836
	ภายในกลุ่ม	42.324	380	.111		
	รวม	42.364	382			
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	.238	2	.119	.892	.411
	ภายในกลุ่ม	50.751	380	.134		
	รวม	50.990	382			
การตอบสนองลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.072	2	.036	.300	.741
	ภายในกลุ่ม	45.605	380	.120		
	รวม	45.677	382			
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.154	2	.077	.624	.536
	ภายในกลุ่ม	46.898	380	.123		
	รวม	47.052	382			
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.020	2	.010	.080	.923
	ภายในกลุ่ม	47.195	380	.124		
	รวม	47.215	382			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.002	2	.001	.025	.975
	ภายในกลุ่ม	17.791	380	.047		
	รวม	17.793	382			

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามสถานภาพ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการฝ่ายโยธาของสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.186	2	.093	.840	.433
	ภายในกลุ่ม	42.177	380	.111		
	รวม	42.364	382			
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	.281	2	.140	1.052	.350
	ภายในกลุ่ม	50.709	380	.133		
	รวม	50.990	382			
การตอบสนองลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.038	2	.019	.159	.853
	ภายในกลุ่ม	45.639	380	.120		
	รวม	45.677	382			
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.007	2	.004	.029	.972
	ภายในกลุ่ม	47.045	380	.124		
	รวม	47.052	382			
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.485	2	.243	1.973	.140
	ภายในกลุ่ม	46.730	380	.123		
	รวม	47.215	382			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.100	2	.050	1.072	.343
	ภายในกลุ่ม	17.693	380	.047		
	รวม	17.793	382			

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการฝ่ายโยธาของสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามอาชีพ

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.040	2	.020	.179	.636
	ภายในกลุ่ม	42.324	380	.111		
	รวม	42.364	382			
ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	.238	2	.119	.892	.311
	ภายในกลุ่ม	50.751	380	.134		
	รวม	50.990	382			
การตอบสนองลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.072	2	.036	.300	.741
	ภายในกลุ่ม	45.605	380	.120		
	รวม	45.677	382			
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.154	2	.077	.624	.536
	ภายในกลุ่ม	46.898	380	.123		
	รวม	47.052	382			
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	.020	2	.010	.080	.920
	ภายในกลุ่ม	47.195	380	.124		
	รวม	47.215	382			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.002	2	.001	.025	.965
	ภายในกลุ่ม	17.791	380	.047		
	รวม	17.793	382			

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามอาชีพ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

คุณภาพในการให้บริการ	จำนวนครั้งที่ใช้บริการ						t	Sig
	ต่ำกว่า 5 ครั้ง			5 ครั้งขึ้นไป				
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.17	.34	มาก	4.17	.32	มาก	-0.23	.98
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.44	.36	มาก	4.18	.36	มาก	-1.05	.29
การตอบสนองลูกค้า	4.21	.34	มาก	4.21	.34	มาก	.003	.99
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	4.09	.33	มาก	4.10	.36	มากที่สุด	-.257	.76
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า	4.06	.38	มาก	4.10	.31	มาก	-1.29	.19
รวม	4.13	.21	มาก	4.15	.21	มาก	-.84	.37

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามจำนวนช่วงเวลาที่ได้รับบริการ

คุณภาพในการให้บริการ	ช่วงเวลาที่ได้รับบริการ						t	Sig
	8.30 -12.00			13.00-16.30				
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.16	.37	มาก	4.20	.33	มาก	-0.856	.39

ด้านความน่าเชื่อถือ	4.15	.37	มาก	4.17	.34	มาก	-.490	.62
การตอบสนองลูกค้า	4.20	.35	มาก	4.21	.31	มาก	-.125	.90
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	4.06	.34	มากที่สุด	4.18	.35	มากที่สุด	-.332	.01
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า	4.08	.35	มาก	4.07	.33	มาก	.132	.89
รวม	4.13	.21	มาก	4.17	.21	มาก	-1.46	.14

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด จำแนกตามจำนวนเวลาที่รับบริการ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีค่า Sig. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการของฝ่ายโยธาสำนักงานเขตบางพลัด ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า พบว่า ทางด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ มีค่า Sig. ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และทางด้านรายได้ จำแนกตามช่วงเวลาที่รับบริการ เรื่องการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีค่า Sig. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาคุณภาพในการให้บริการฝ่ายโยธาของสำนักงานเขตบางพลัด พบว่า มีวัสดุอุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานยังไม่เพียงพอ ควรเพิ่มเติม
2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อผู้รับบริการเพื่อได้เสนอต่อว่าคุณภาพการให้บริการที่ด้นนั้นเกิดความพึงพอใจหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

- ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). **คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฝ้อ จังหวัดชลบุรี**
วิทยานิพนธ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ภาครัฐและภาคเอกชน
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุทธพงษ์ กัยวรรณ. (2543). **พื้นฐานการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- Best, J. W. (1981). **Research in education** (4th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Taro Yamane Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. (3rd ed.). New York:
Harper and Row Publication.
- Ziethaml, Parasuraman & Berry. (2013) Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985, Fall).
A.

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานขายของบริษัทเวชสำอาง EUCERIN

ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

CUSTOMER SATISFACTION ON YOUR COMPANY EUCERIN

COSMECEUTICAL IN AREA BANGKOK

ดร.พร วังโคกสูง*

ธนาชัย สุขวณิช**

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางบริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานขายของบริษัทเวชสำอาง Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางบริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 450 ราย วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูล ใช้สถิติวิจัย โดยวิธีการหาเลขคณิต (Arithmetic Mean: \bar{X}) และค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าที (t-test) และค่าเอฟ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป

ผลการศึกษาพบว่า

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอาง บริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 มีรายได้อยู่ที่ 0,000 บาทขึ้นไป 174 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 และมีอาชีพรับจ้างทั่วไปจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอาง บริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย ในส่วนของความพึงพอใจ ในการให้บริการของพนักงาน พบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ตอบสนองลูกค้า

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

* ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ มหาวิทยาลัยเกริก.

** ปริญญาเอก มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์(ร.ป.ด.).

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางบริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก ระดับการให้บริการของพนักงานขายผลิตภัณฑ์เวชสำอางบริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลต่อพนักงานขายของบริษัทเวชสำอาง Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, พนักงานขาย

ABSTRACT

The purposes of this research were to study the level of quality of work life of employees in Somax Syndicates Co., Ltd. And comparison the level of quality of work life of employees in Somax Syndicates Co., Ltd. that categorize following are sex, ages, incomes, status, educations and work experiences by use the quantitative research methods collect the data by using questionnaire. Samples are the employees in Somax Syndicates Co., Ltd amount 164 peoples. Statistics used to analyze the data were arithmetic mean and standard deviation: S.D. Statistical hypothesis testing are t-test and f-test for comparison the samples.

The results revealed that

The level of quality of work life of employees in Somax Syndicates Co., Ltd were a high level when consider as income were found that work-life balance were the highest mean. The higher were community work and the lowest mean were social integration. Comparison the level of quality of work life of employees in Somax Syndicates Co., Ltd. that categorize following are sex, ages, incomes, status, educations and work experiences. The employees who are different about sex, income, status, education levels, and working life that theirs level of quality of work life are not different. Except the employees who are different about ages that theirs level of quality of work life are different.

The results of the hypothesis test showed that

The quality of work life of employees in Somax Syndicates Co., Ltd were a high level. Comparison the level of quality of work life of employees in Somax Syndicates Co., Ltd. that categorize following are sex, ages, incomes, status, educations and work experiences. The employees who are different about sex, income, status, education levels, and working life that theirs level of quality of work life are not different. Except the employees who are different about ages

Keyword: Quality of Work Life

บทนำ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการและการจูงใจว่าบุคคลส่วนใหญ่เข้าใจว่าเป็นสิ่งเดียวกัน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วความพึงพอใจเป็นความรู้สึกต่อการให้บริการ ส่วนการจูงใจมาใช้บริการ นั้นเป็นผลที่เกิดจากรู้สึก ซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการความแตกต่างที่เห็นได้ ชัดเจน คือ ความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่มีต่อการให้บริการของบุคคลในองค์กร เป็นเป้าหมาย แต่แรงจูงใจนั้นมีจุดหมาย อย่างไรก็ตาม ทั้งสองเรื่องไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจนด้วย เหตุผล สองประการ คือ ประการที่หนึ่ง ความพึงพอใจนั้นเป็นความพึงพอใจที่ตอบสนองสิ่งที่ชอบหรือไม่ชอบ และเราถือว่าคนเราพยายามเข้าใจสิ่งที่ตนพอใจ และความพยายามหลีกเลี่ยงห่างสิ่งที่ตนไม่พอใจ ซึ่งเป็นผลให้ความพึงพอใจเชื่อมโยงกับพฤติกรรมในการจูงใจมาใช้บริการประการที่สอง ทฤษฎีการจูงใจทั้งหลายอยู่ภายใต้ข้อสมมติฐานในเรื่องความพึงพอใจ กัลริมา เหลืองอร่าม นิธิวดี เหลืองอ่อน และปัญญา มั่นบำรุง (2545, หน้า 18) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ญัฐพัชร ล้อประดิษฐพงษ์, 2549, หน้า 16) ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ทำให้บริษัทไม่ประสบความสำเร็จในการ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มีสัดส่วนเหตุผลหลักเกิดจาก 71% ของลูกค้าที่หันไปใช้สินค้าและบริการ ของคู่แข่ง เพราะพนักงานขายขาดการเอาใจใส่ลูกค้า มีการบริการที่ไม่ดี และ 14% เกิดจากความไม่พึงพอใจสินค้าและบริการที่บริษัท นำเสนอ และมีเพียง 9% ที่ถูกคู่แข่งแย่งชิงลูกค้าไป กับอีก 5% เกิดจากการได้รับอิทธิพลจากคนใกล้ชิดตัวซักชวนหรือบังคับให้ใช้สินค้าและบริการ แสดงให้เห็นว่า กลยุทธ์ที่บริษัท ใช้ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ไม่ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวนั่นเอง

ปัจจุบันธุรกิจการค้าขายเกิดขึ้นมากมาย แข่งขันทั้งในโลกออนไลน์และเปิดหน้าร้านที่มีผู้ซื้อ-ผู้ขายเห็นหน้ากัน ทั้งนี้เพราะการค้าขายถือเป็นอาชีพอิสระที่ผู้ขายสามารถกำหนดตัวเองได้ว่าจะขายวันไหน ตอนไหน ขายอะไร ที่สำคัญคือเป็นนายตัวเอง คู่แข่งเริ่มมากขึ้นเรื่อยๆ คือ กลวิธีที่ผู้ขายเฝ้าระวังให้ผู้ซื้อด้วยวิธีการต่างๆ การขาย คือ “ศิลปะในการชักจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการด้วยความพึงพอใจ ด้วยกันทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายลูกค้าและฝ่ายพนักงานขายความพึงพอใจนี้จะมีตลอดไป ไม่เพียงชั่วขณะใด ขณะหนึ่งและเป็นสาเหตุทำให้ลูกค้ากลับมาอุดหนุนอยู่เป็นประจำ” การขายแบบสร้างสรรค์ คือ ศิลปะในการชักจูงใจผู้มุ่งหวังลูกค้าโดยใช้เทคนิคการวางแผน กระตุ้นให้ลูกค้าเห็นถึงความจำเป็นและความต้องการถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการและตัดสินใจซื้อด้วยความพึงพอใจ อีกทั้งในเรื่องของการบริการของพนักงานก็ถือเป็นสิ่งสำคัญในการบริการที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้ซ้ำ

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลต่อพนักงานขายของบริษัทเวชสำอาง Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางบริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับการให้บริการของพนักงานขายผลิตภัณฑ์เวชสำอางบริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลต่อพนักงานขายของบริษัทเวชสำอาง Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

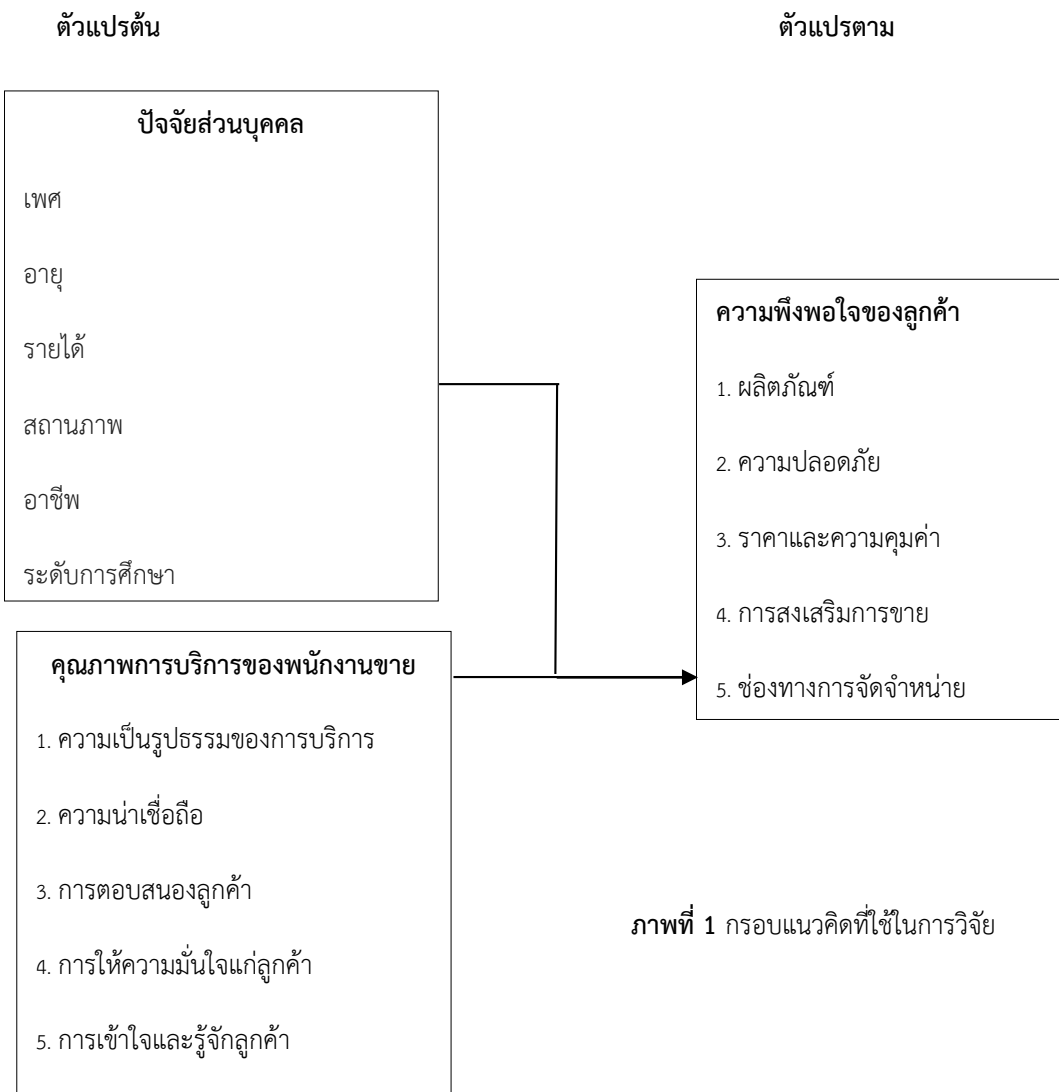
กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ อาชีพ และระดับการศึกษา และความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อประโยชน์ที่ได้รับ 1. ผลិតภัณฑ์ 2. ความปลอดภัย 3. ราคาและความคุ้มค่า 4. การส่งเสริมการขาย 5. ช่องทางการจัดจำหน่าย

ตัวแปรตาม คุณภาพการให้บริการ 1. ด้านลักษณะงาน 2. ความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน 3. ความถูกต้องในการปฏิบัติงาน 4. ความสามารถในการปฏิบัติงาน 5. ความมีมนุษยสัมพันธ์ 6. ความสำเร็จตรงเวลาในการปฏิบัติงาน



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานขายของบริษัทเวชสำอาง Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางบริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 5,487 ราย ที่เข้ามาซื้อสินค้าในรอบ 1 เดือน

2) กลุ่มตัวอย่างซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางบริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 450 ราย ที่เข้ามาซื้อสินค้าในรอบ 1 เดือน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในการศึกษานี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและผลงานที่เกี่ยวข้อง โดยยึดความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดในการศึกษาเป็นหลัก แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ อาชีพ และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 แบบวัดระดับการให้บริการของพนักงานขาย 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2. ความน่าเชื่อถือ 3. การตอบสนองลูกค้า 4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า

ตอนที่ 3 แบบวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วยความพึงพอใจต่อประโยชน์ ที่ได้รับ 1. ผลิตภัณฑ์ 2. ความปลอดภัย 3. ราคาและความคุ้มค่า 4. การส่งเสริมการขาย 5. ช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งลักษณะแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 เป็นลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) โดยกำหนดค่าระดับคะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การคำนวณหาค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ และประสิทธิภาพของพนักงานขาย กำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย ตามเกณฑ์ของเบสต์ (Best, 1981 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คนอื่นๆ, 2541)

คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด

จำนวนชั้น

$$(5-1) = 0.8$$

5

ซึ่งสามารถแปลความหมายระดับของค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลต่อพนักงานขายของบริษัทเวชสำอาง Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ใช้เกณฑ์เทียบระดับความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การอ่านความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (สากล จริยวิทยานนท์, 2542)

ค่าสหสัมพันธ์	ความหมาย
0.68 - 1.00	หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมาก
0.34 - 0.67	หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูง
0.01 - 0.33	หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลาง
0.00	หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์
-0.01 - -0.33	หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงลบระดับต่ำ
-0.34 - -0.67	หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงลบระดับปานกลาง
-0.68 - -1.00	หมายถึง มีความสัมพันธ์เชิงลบระดับสูง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยทำการสุ่ม Try out พนักงานบริษัท ซินดิเคท จำกัด จำนวน 164 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมดมาวิเคราะห์ใช้วิธีการทางสถิติ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่รวบรวมได้

ลงรหัสข้อมูล แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ

วิเคราะห์แบบสอบถามโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป

นำผลการวิเคราะห์มาสรุปและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) โดยได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผล

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอาง บริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 มีรายได้อยู่ที่ 0,000 บาทขึ้นไป 174 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 และมีอาชีพรับจ้างทั่วไปจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอาง บริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย ในส่วนของความพึงพอใจ ในการให้บริการของพนักงาน พบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ตอบสนองลูกค้า

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้า กับการให้บริการพนักงานขายบริษัทเวชสำอาง Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกอยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = .431$)

อภิปรายผล

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอาง บริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีระดับความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับการให้บริการของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง บริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ การตอบสนองของลูกค้า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้วยผลิตภัณฑ์เวชสำอาง บริษัท Eucerin เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วิธีการการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล เพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้วยการขายแบบเผชิญหน้าโดยตรง หรือใช้การเสนอขายโดยหน่วยงานขาย เพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า งานนี้จะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การขายที่ใช้พนักงานขายที่จะระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Armstrong and Kotler, 2009: 617) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel, Walker and Stanton, 2007: 677) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการ

ซึ่งจะเห็นมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือมีการประชาสัมพันธ์ สินค้า ระดับการให้บริการของพนักงานขายผลิตภัณฑ์เวชสำอาง บริษัท Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญญา จรัสพันธ์ ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และประกอบอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการ ลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้าพึงพอใจอันดับแรก คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากผลการศึกษาผลิตยงไม่มีความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ดังนั้นควรเพื่อการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาคั้งต่อไป

การศึกษา เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลต่อพนักงานขายของบริษัทเวชสำอาง Eucerin ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ผลที่ครบถ้วนควรเป็นข้อมูลแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลธิมา เหลืองอร่าม, นิธิวดี เหลืองอ่อน และ ปัญญา มั่นบำรุง. (2545). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ณ จุดรับฝาก- ถอนของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าอิสระการ จัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยการจัดการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ณัฐพัชร ล้อประดิษฐพงษ์. (2549). **คู่มือสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า**. กรุงเทพฯ: ประชูปทอง พรินติ้งกรุ๊ป.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 11)**. กรุงเทพฯ: บิซิเนสสอร์แอนด์ดี
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ระเบิดและไซเท็กซ์ จำกัด
- สากล จริยวิทยานนท์. (2542). **สถิติการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Best, 1981 Best, J. W. (1981). **Research in education** (4th ed.). New Jersey: Prentice Hall. Etzel, Walker and Stanton. pp. 200 : 677.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ของนักศึกษา รุ่น 58

FACTORS AFFECTING THE SELECTION OF EDUCATION IN HUMAN RESOURCES
MANAGEMENT FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCES PHUKET RAJABHAT
UNIVERSITY'S 58 STUDENTS.

บัญญัติ ไหว่อง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษาที่เลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาภาคปกติ (จันทร์ - ศุกร์) รุ่น 58 ที่ศึกษาอยู่ในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างจำนวน 137 คน ผลการวิจัยพบว่า เพศหญิง ร้อยละ 80.29 เพศชาย ร้อยละ 19.70 ภูมิลำเนาส่วนใหญ่คือจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 35.03 รายได้รวมต่อเดือนของครอบครัว 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 32.84 โรงเรียนที่สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 61.31 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.61) ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.72) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.95) ปัจจัยด้านหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.93) และปัจจัยด้านบุคคลรอบข้าง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ปัจจัย, การเลือกศึกษา, สาขาวิชา

Abstract

The research aims to study the basic information of selected students who studying in Human Resource Management field and to examine the factors influencing an educational selection in Human Resources Management. The population and the sample are a group of regular student (Monday-Friday), which are 58 students in Human Resource Management at Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University. The sample size of this study is 137 persons. The result of this research shows that 80.29 % of female, 19.70 % of male who domiciled in Phuket with 35.03 % and having total family income at 30,001 - 40,000 baht per month by 32.84 %. The majority of student is having high school graduated at 61.31 %. The refore, the image of Human Resource Management major has an effect on choosing decision to study in the field of Human Resource Management, Faculty of Management Science which having the highest average level with $\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.61 In the meantime, the highest average level of location factor is at $\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.72 while public relations factor is at $\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.95. In addition, the factors of curriculum and surrounding people are having the highest average level at $\bar{X} = 3.87$, S.D.= 0.93 and $\bar{X} = 3.86$, S.D.= 0.91 respectively.

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Keywords : Factors, Study selection, Majoring

บทนำ

การพัฒนาประเทศได้ให้ความสำคัญกับการยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาโดยให้ความสำคัญกับการนำทุนสังคม มุ่งเพื่อสร้างสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ซึ่งเป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศได้อย่างยั่งยืน และเมื่อกล่าวถึงการพัฒนาคคนหรือทุนมนุษย์ให้เข้มแข็ง และการเสริมสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพของคน ทั้งในเชิงสถาบัน ระบบโครงสร้างของสังคมให้เข้มแข็ง ต้องกล่าวถึงระบบการศึกษา ซึ่งสามารถสร้างให้คนมีคุณภาพอันเป็นแรงกระตุ้นในการส่งเสริม และพัฒนาประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้าได้อย่างดีในอนาคต การศึกษายังมีบทบาททำให้คนได้เรียนรู้ และนำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา การเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555)

การศึกษาถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่ง ที่จะส่งผลต่อการสร้างแนวความคิดใหม่ในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการพัฒนาองค์กร ภาคสังคมและประเทศได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ ภายใต้กรอบการค้าเสรีที่กำลังมีบทบาทสำคัญในปัจจุบัน โดยเฉพาะการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการผลิตกำลังคนระดับสูง การศึกษาระดับอุดมศึกษาในปัจจุบันมีการแข่งขันกันค่อนข้างรุนแรง ทั้งนี้ เนื่องจากการขยายตัวและการยกฐานะของมหาวิทยาลัยใหม่ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 38 แห่ง เมื่อปี พ.ศ. 2559 และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล 9 แห่ง ซึ่งยกสถานะเป็นมหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2548 นอกจากมหาวิทยาลัยของรัฐแล้ว มหาวิทยาลัยเอกชนก็เกิดใหม่ขึ้นหลายแห่ง ส่งผลให้มีการเปิดหลักสูตรที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2550)

สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต เป็นหน่วยงานทางการศึกษาที่เน้นการผลิตบัณฑิตในระดับปริญญาตรี เพื่อให้ได้บัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถ เป็นหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงในระดับภูมิภาค ดังนั้น ผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้สอนในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงมีความสนใจในการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ของนักศึกษา รุ่น 58 เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาหลักสูตร ภาพลักษณ์ บุคลากร อาคารสถานที่ และการประชาสัมพันธ์ ของสาขาวิชา ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลที่สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา และผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตและสังคม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษาที่เลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์

นิยามศัพท์เฉพาะ

สาขาวิชา หมายถึง สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

การเลือกศึกษา หมายถึง การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาที่เข้าศึกษาในรุ่น 58 ของสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ปัจจัย หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อการเลือกศึกษา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชา ด้านหลักสูตร
ด้านบุคลากรรอบข้าง ด้านอาคารสถานที่ และ ด้านการประชาสัมพันธ์

ข้อมูลพื้นฐาน หมายถึง ข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนาจังหวัดที่อยู่ รายได้ของ
ครอบครัว และโรงเรียนที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ปีที่ 6 หรือเทียบเท่า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์
3. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นประโยชน์ในการพิจารณาปรับปรุงสาขาวิชาต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมศาสตร์ตัดสินใจของผู้บริโภค
2. แนวคิดทฤษฎีปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมศาสตร์ตัดสินใจของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ การเลือก (Select) การซื้อ
(Purchase) การใช้ (Use) และกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้า หรือบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความ
ต้องการและความปรารถนาของตน (ซูซีย์ สมิทธีโกร, 2553, น.6)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การหาคำตอบให้กับคำถามที่ว่าใครเป็นลูกค้า ความต้องการของลูกค้าคือ
อะไร ซื้ออย่างไร ใช้ผลิตภัณฑ์อย่างไร และปฏิกิริยาของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของ
ผู้บริโภค (พิชญ จงสถิตยวัฒนา, 2544, น.54)

แนวคิดทฤษฎีปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

ทฤษฎีปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจ
ซื้อสินค้าใดก็ตามสำคัญประการหนึ่งในเรื่องของการตลาด เป็นปัจจัยอย่างยิ่งที่ต้องทำความเข้าใจ ดังนั้น ปัจจัย
ประการแรกก็คือ แนวคิดส่วนประสมการตลาด (The Marketing Mix) ทั้งสี่องค์ประกอบนั้นเรียกอีกอย่างหนึ่งก็คือ
4Ps ของส่วนประสมการตลาด 4 ด้าน ที่จำเป็นและสัมพันธ์กัน เพื่อมุ่งสนใจตอบสนองลูกค้า ดังนี้ (ธงชัย สันติวงษ์,
2534, น. 36)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองตอบ ความต้องการของลูกค้าให้เกิด
ความพึงพอใจ และนอกจากนี้จะต้องมีการพิจารณาออกแบบหรือพัฒนาขึ้น ให้ตรงกับความต้องการของตลาดและ
ลูกค้า รวมทั้งรูปร่างของผลิตภัณฑ์และ หรือรวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อสนองความต้องการ
ของลูกค้า

2. สถานที่หรือช่องทางการตลาด (Place) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ดีหากไม่สามารถไปถึงทันเวลาและ

ในสถานที่ ที่ซึ่งมีความต้องการแล้ว ผลผลิตนั้น ๆ ก็ไร้ความหมาย ดังนั้น ในด้านของสถานที่จึงต้องมีการพิจารณาถึงสถานที่ เวลา และบุคคลที่สินค้าและบริการ ควรจะถูกนำไปเสนอขาย

3. การส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion) เป็นโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและ กิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย หรือการแจ้ง การบอกกล่าว และการขายความคิด ความเข้าใจให้ลูกค้าได้รับ การส่งเสริมการจัดจำหน่ายจะเกี่ยวข้องกับวิธีการต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับสื่อความ ให้ถึงตลาดเป้าหมาย ให้ได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ว่าได้มีจำหน่ายที่ใด สำหรับช่องทางส่งเสริมการจัดจำหน่าย

4. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคา เป็นต้นทุนของลูกค้าผู้บริโภค ที่จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ หรือการกำหนด ราคาให้ถูกต้องเหมาะสม ในเรื่องราคานี้จะเป็นใจกลางของส่วนประสมของการตลาดทั้งหมด และเป็นตัวกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้นมาได้ ในการกำหนดราคาจะต้องพิจารณา ทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย และปฏิกิริยาของลูกค้าต่อราคาที่แตกต่างกัน ราคาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารการตลาดต้องสนใจเป็นพิเศษ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

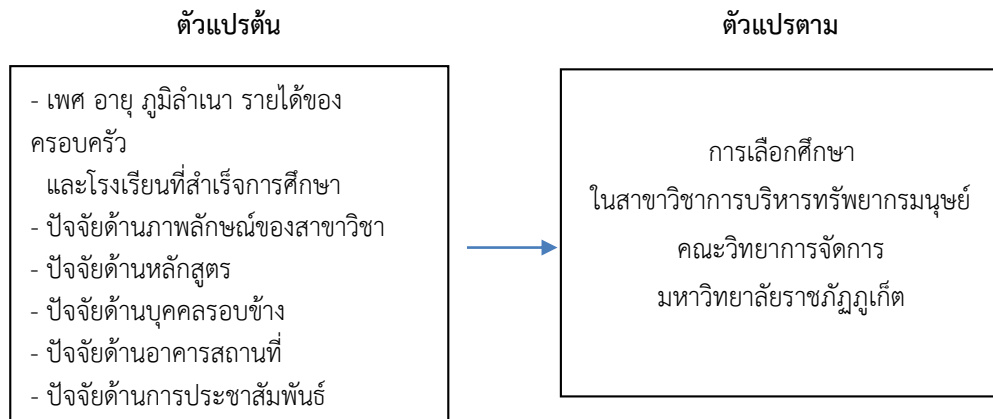
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นจะทำให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ และสามารถจะจัดหาแนวทาง กระตุ้นการตลาดให้เหมาะสม ซึ่งได้มีการแบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด ได้แก่ (คอตเลอร์และอาร์มสตรอง : Kotler and Armstrong, 2001, p.78)

1. ค่านิยม (Value) ค่านิยมจะมีอิทธิพลในกระบวนการตัดสินใจในสถานการณ์ที่มีตัวเลือกหลายตัว ตัวเลือกที่หนึ่งอาจมีผลทำให้ค่านิยมพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปในด้านที่ดีขึ้น ในขณะที่ตัวเลือกที่สองสามารถสร้างค่านิยมใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการได้ อย่างไรก็ตามจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของบุคคลนั้น
2. ประเภทของครอบครัว (Type of Family) ประเภทของครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ขนาดของครอบครัว การเงินของครอบครัว อาชีพ และการศึกษาของสมาชิกที่อยู่อาศัยของครอบครัวจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจ
3. ทรัพยากรครอบครัว (Family Resources) ทรัพยากรครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจ กล่าวคือ บุคคลโดยทั่วไปมักจะทำตามรูปแบบการซื้อในสิ่งเดิมที่เคยซื้อในอดีต ทำให้รอบคอบมากขึ้นเพราะเกิดการตัดสินใจขั้นสุดท้ายและเป็นนิสัย
4. ทิศทางของเศรษฐกิจสังคม (The Socioeconomic Setting) เศรษฐกิจของประเทศจะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อ กล่าวคือ ในช่วงที่เศรษฐกิจรุ่งเรืองผู้คนส่วนใหญ่จะทำงานและมีเงินสำหรับใช้จ่ายได้อย่างสบายใจ แต่เมื่อเศรษฐกิจตกต่ำก็จะตระหนักถึงสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงจึงใช้จ่ายน้อยลง

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชา ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านบุคลากรรอบข้าง ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

ตัวแปรตาม คือ การเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการกำหนดขอบเขตการวิจัยในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาภาคปกติ (จันทร์ - ศุกร์) รุ่น 58 ที่ศึกษาอยู่ในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ประชากรทั้งหมดจำนวน 205 คน จากสูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane Taro : 1973, p.125) คำนวณกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 137 คน การวิจัยครั้งนี้สุ่มตัวอย่างแบบโคตต้า

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

2.1 ตัวแปรอิสระ แบ่งออกเป็น

- เพศ อายุ ภูมิภาค รายได้ของครอบครัว และโรงเรียนที่สำเร็จการศึกษา
- ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชา
- ปัจจัยด้านหลักสูตร
- ปัจจัยด้านบุคคลรอบข้าง
- ปัจจัยด้านอาคารสถานที่
- ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์

3. ขอบเขตด้านเวลา การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน สิงหาคม - พฤศจิกายน 2559 เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาเปิดภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2559 และเพื่อใช้ข้อมูลต่อการพัฒนาและการเตรียมความพร้อมรับนักศึกษาในปีการศึกษา 2560 ต่อไป

4. ขอบเขตด้านสถานที่ การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกพื้นที่การวิจัยเฉพาะ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต จังหวัดภูเก็ตเท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชา ปัจจัยด้าน

หลักสูตร ปัจจัยด้านบุคคคลรอบข้าง ครอบครัว เพื่อน และอาจารย์แนะแนว ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีผลการเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามให้เลือกในลักษณะการใช้มาตราวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาประเด็นหลักของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของนักศึกษา และสร้างแบบสอบถามจากประเด็นที่ได้
2. ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ท่าน หากไม่สอดคล้อง ผู้วิจัยจะทำการแก้ไข หรือเพิ่มเติมเพื่อให้แบบสอบถามมีความสอดคล้องกับการวิจัยมากที่สุด
3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบ แบบสอบถามตามความจริงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากงานวิจัย และประมวลผลการวิจัยสรุปผลการวิเคราะห์และจัดทำรายงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวม ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาประมวลผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลกับการเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อนำค่าตัวแปรมาอธิบายเปรียบเทียบ
2. ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชา ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านบุคคคลรอบข้าง ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และใช้การวิเคราะห์หาความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)
3. ในการเปรียบเทียบปัจจัยปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ของผู้เข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้ค่าสถิติ (t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้ค่าสถิติ F-test ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และ เปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลด้วยค่า LSD

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการวิจัย จากการแจกแบบสอบถามจำนวน 137 ชุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 80.29 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 17 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 41.60 รองลงมาคืออายุ 18 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 38.68 อายุ 19 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.02 อายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.56 และลำดับสุดท้าย อายุต่ำกว่า 16 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 ตามลำดับ ภูมิภาคส่วนใหญ่คือจังหวัดภูเก็ต จำนวน จำนวน คน คิดเป็นร้อยละ 35.03 รองลงมาคือ จังหวัดพังงา จำนวน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 จังหวัดกระบี่ จำนวน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.13 จังหวัดตรัง จำนวน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.21 จังหวัดอื่น ๆ จำนวน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และลำดับสุดท้ายคือจังหวัดระนอง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83 ตามลำดับ รายได้รวมต่อเดือนของ ครอบครัวโดยเฉลี่ย พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 32.84 รองลงมาคือรายได้ มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 31.38 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.43 รายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40 และลำดับสุดท้ายคือรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.91 ส่วนความช่วยเหลือทางการเงินในการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนน้อยจะใช้บริการกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.หรือ กย ศ.) จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 16.78 โรงเรียนที่สำเร็จการศึกษา ก่อนเข้ามาศึกษาต่อที่นี้ส่วนใหญ่จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายมากที่สุด จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 61.31 รองลงมาคือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 38.68

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชา ปัจจัยด้านหลักสูตร ปัจจัยด้านบุคคลรอบข้าง ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ และ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถแสดงผลการวิจัย ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทั้ง 5 ด้านในภาพรวม

ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชา	4.54	0.61	มากที่สุด	1
ปัจจัยด้านอาคารสถานที่	4.42	0.72	มากที่สุด	2
ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	4.40	0.95	มาก	3
ปัจจัยด้านหลักสูตร	3.87	0.93	มาก	4
ปัจจัยด้านบุคคลรอบข้าง	3.86	0.91	มาก	5
รวม	4.11	0.57	มาก	

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สาขาวิชามีชื่อเสียงมายาวนาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.54) รองลงมาคือ คณาจารย์มีความรู้ความสามารถในวิชาชีพและวิชาการ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.58) สาขาวิชาเป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน

ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.62) ความโดดเด่นในการดูแลนักศึกษา ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.64) และศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.66) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.63) มีสถานที่ให้นั่งพักผ่อนอย่างเพียงพอ นอกเวลาเรียน ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.71) มีอาคารเรียนที่ใหม่และทันสมัย ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.73) ห้องสาขาวิชาสามารถติดต่อขอรับบริการได้อย่างสะดวก ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.74) และ มีลิฟท์โดยสารบริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านอาคารการประชาสัมพันธ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.95) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรกค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ข้อมูลจากโลกโซเชียลและเว็บไซต์ต่าง ๆ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.63) จากรุ่นพี่ที่กำลังศึกษาอยู่เป็นผู้ให้ข้อมูลในช่วงการแนะนำในกิจกรรมออกบูธนิทรรศการ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.92) จากข้อมูลในแผ่นพับแนะนำสาขาวิชา ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.92) ข้อมูลจากเว็บไซต์สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 1.01) และ การแนะนำการศึกษาจากเจ้าหน้าที่และคณาจารย์ในวิชาเรียนแนะนำ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.99) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านหลักสูตร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.93) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ หลักสูตรได้รับการรับรองมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.54) รูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติจริง ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.54) โครงสร้างรายวิชาที่เน้นการเป็นนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.58) ค่าลงทะเบียนและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตลอดหลักสูตร ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.68) และ การให้ทุน กยศ. และ ทุนอื่น ๆ ของหลักสูตร ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.73)

ปัจจัยด้านบุคคลรอบข้าง ครอบครัว เพื่อน และอาจารย์แนะนำระดับมัธยม 6 หรือเทียบเท่า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ครูที่ปรึกษาหรือครูแนะนำในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่าให้คำแนะนำในการเลือกเรียนสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.93) เลือกเรียนสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามเพื่อน ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.95) บุคคลในครอบครัวจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 1.03) บุคคลในครอบครัวทำอาชีพด้านการบริหารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 1.12) และ รายได้ของผู้ปกครองเป็นปัจจัยให้เลือกรเรียนสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 1.38) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ของนักศึกษา รุ่น 58 ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยโดยมีประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 ด้านข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามนักศึกษาของสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ในด้านภูมิลำเนาจากกลุ่ม 5 จังหวัดในอันดามัน พบว่า เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด รองลงมาคือจังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่ ตามลำดับ เสนอให้เห็นว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกสถาบันการศึกษาที่อยู่ในท้องที่ใกล้บ้าน ได้อยู่กับครอบครัว ไม่ต้องการเดินทางไกลเพื่อไปศึกษาที่อื่น และเนื่องจากทั้ง 3 จังหวัดเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีระบบเศรษฐกิจที่ดี จึงส่งผลให้รายได้ของครอบครัวส่วนใหญ่ เป็นนักศึกษาที่มีฐานะทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับดี และจบการศึกษาจากโรงเรียนในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวนใกล้เคียงกับผู้จบการศึกษาจากระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ภัทรสุดา จารุธีรพันธุ์(2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนสาขาวิชา ในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ผลการศึกษาพบว่า ผู้เข้าศึกษาต่อจะมีภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในท้องที่ใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัย โดยส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมือง รองลงมาเป็นภูมิลำเนาอื่น ๆ ตามลำดับ และส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 รองลงมาคือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.3) ตามลำดับ

ประเด็นที่ 2 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชาโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์มีชื่อเสียงมายาวนานกว่า 10 ปี มีความเป็นเลิศทางวิชาการและวิชาชีพ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของสาขาวิชา อันจะช่วยให้เกิดการจดจำ การบอกถึงคุณลักษณะเด่นของสาขาวิชา รวมทั้งก่อให้เกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้เข้ามาศึกษา และสำเร็จการศึกษาออกไปอีกทั้งยังเป็นสาขาวิชาที่มีเครือข่ายภาคธุรกิจและตลาดแรงงานนั้นคือ ชมรมบริหารงานบุคคล จังหวัดภูเก็ต ส่งผลให้สาขาวิชา เป็นที่รู้จักในวงกว้างของตลาดแรงงานที่จะพร้อมรับบัณฑิตเข้าไปเป็นบุคลากร ในสถานประกอบการ รวมทั้งชื่อเสียงของคณาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการผลิตบัณฑิตให้เป็นที่ยอมรับจากตลาดแรงงาน โดยการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติจริง มีความหลากหลายในรูปแบบการสอน โดยนำเทคโนโลยี เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในห้องเรียนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ มีการอภิปรายกลุ่ม กาสัมมนา ตลอดจนการทำโครงการและโครงการให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้กับการใช้งานอุปกรณ์และเครื่องมือทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้จริง ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากชมรมบริหารงานบุคคลจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสุมา ปักปิ่นเพชร (2552) ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง นักเรียนให้ความสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือของสถาบันเป็นอันดับแรก การที่สถาบันเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป รวมถึงเมื่อสำเร็จการศึกษาจะได้รับการยอมรับจากสถานประกอบการ

ประเด็นที่ 3 ด้านอาคารสถานที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านอาคารสถานที่โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนประกอบสำคัญในการจัดการเรียนการสอน ซึ่งการเรียนการสอนจะประสบผลสำเร็จได้นั้นจำเป็นต้องมีอาคารที่นักเรียนและใช้ประโยชน์ได้ตามจุดประสงค์การจัดการศึกษา สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ได้คำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางการศึกษา ตลอดจนการดูแลสภาพแวดล้อมให้ทันสมัย ถูกสุขลักษณะ มุ่งพัฒนาสถานที่ให้เอื้อต่อการเรียนรู้ สอดคล้องกับ ดลฤดี สุวรรณศิริ (2550) ที่ทำการศึกษเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อซึ่งปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา โดยมุ่งที่อาคารสถานที่ และชื่อเสียงของคณาจารย์ตามลำดับ

ประเด็นที่ 4 ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจาก การประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงภาพลักษณ์ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์จะสื่อให้เห็นถึงความแตกต่างเมื่อเทียบกับสาขาวิชาอื่นอย่างชัดเจน จึงทำให้นักศึกษาให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะเป็นข้อมูลในการช่วยตัดสินใจว่าสาขาวิชา เหมาะสมกับตนเองหรือไม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวิณพงษ์ โอภาส (2555) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี พบว่า ระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก โดยการประชาสัมพันธ์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อสื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ โดยใช้ช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวรรณ รักอยู่ (2557) ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีของนักศึกษา ปีการศึกษา 2556 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ลำดับแรกคือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือภาพลักษณ์ สถานที่ตั้ง และ ด้านการประชาสัมพันธ์ตามลำดับ

ประเด็นที่ 5 ด้านหลักสูตร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจาก หลักสูตรที่เปิดสอนต้องเน้นตรงตามความต้องการของสถานประกอบการอันจะทำให้ผู้สำเร็จการศึกษาเชื่อมั่นได้ว่าหากสำเร็จการศึกษาจากสาขาวิชานี้จะได้รับการยอมรับและได้รับการพิจารณา เพราะหลักสูตรได้รับการรับรองคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา มีจำนวนหน่วยกิตและจำนวนภาคเรียนต่อปี การศึกษาที่เหมาะสม และมีค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยกลุ่มราชภัฏอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไกรสิงห์ สุดสงวน (2560) เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า หลักสูตรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมาก เนื่องจากให้ความสำคัญเมื่อสำเร็จการศึกษาไปสู่การประกอบอาชีพหรือการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น รวมทั้งต้องการความมั่นคงในอาชีพและเป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน

ประเด็นที่ 6 ปัจจัยด้านบุคคลรอบข้าง ครอบครัว เพื่อน และอาจารย์แนะแนว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจากนักเรียนจะได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ผู้ปกครอง และครูแนะแนวหรือครูที่ปรึกษา จะทำหน้าที่แนะนำให้เลือกเรียนต่อ ตลอดจนบุคคลที่นักเรียนประทับใจ และศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อ โดยผู้ปกครองจะเป็นผู้ร่วมตัดสินใจ โดยใช้ข้อมูลต่าง ๆ ประกอบการตัดสินใจโดยศึกษาข้อมูลจากภาพรวมของสาขาวิชาและเป็นส่วนหนึ่งของแรงผลักดันในการเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธาวิ สุขปาน (2556) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน วิทยาลัยวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี. พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อโดยภาพรวมแล้ว อิทธิพลประกอบด้วย ผู้ปกครอง เพื่อสนิท และความสำเร็จของศิษย์เก่า ถ้าสถาบันการศึกษาชักชวนให้ชุมชนและผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในบทบาทที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความสามารถของผู้ปกครองจะส่งผลต่อการบอกต่อไปยังผู้ปกครองท่าน ๆ ในการให้บุตรหลานเข้ามาศึกษาในสถาบันการศึกษาแห่งนั้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาในสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ของนักศึกษา รุ่น 58 พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสาขาวิชามีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษามากที่สุด ดังนั้น สาขาวิชาควรเร่งส่งเสริมภาพลักษณ์ของสาขาวิชาเพิ่มมากขึ้น
2. จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า นักศึกษาที่เข้ามาศึกษาต่อในสถาบันนี้ ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มาจากครอบครัวที่มีฐานะดี ดังนั้น สาขาวิชาควรให้ความสำคัญในการบริการที่เป็นเลิศ

เอกสารอ้างอิง

- กุสุมา ปักปิ่นเพชร. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง. (รายงานผลการวิจัย). ตรัง : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง.
- ไกรสิงห์ สุดสงวน. (2560). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร. วารสารวิชาการ Veridian E – Journal, Silpakorn University สาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ, 10(1), 201-207.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดลฤดี สุวรรณศิริ. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ทั่วประเทศ. วารสารพัฒนาสังคม, 9(1), 157-174.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2534). การตลาดสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนวรรณ รักรู้. (2557). การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีของนักศึกษาภาคปกติ ปีการศึกษา 2556. คำนคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- ปวิณพงษ์ โอภาส. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. วารสารการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลพบุรี, 5(1), 25 - 33.
- ภัทรสุดา จารุธีรพันธุ์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนสาขาวิชา ในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. (รายงานผลการวิจัย). เลย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- เมธาวี สุขปาน. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน วิทยาลัยพัฒนศึกษาการธรบุรี. คำนคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พิชญ จงสถิตวัฒนา. (2544). การบริหารการตลาด การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2550). กรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565). กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ . (2555). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ**

ฉบับที่ 11. กรุงเทพฯ. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

Kotler, P., and Armstrong, G. (2001). **Principles of Marketing. (9th ed.)**. New Jersey :
Prentice-Hall.

Yamane Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis.** Third edition. New York : Harper
and Row Publication.

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา
ตามความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง
DESIRABLE CHARACTERISTICS OF STUDENTS IN THE COOPERATIVE EDUCATION
PROGRAM FROM REQUIREMENTS OF INDUSTRIAL ESTABLISHMENTS IN RAYONG

ยุทธจักร อุตเจริญ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาตามความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง ผลวิจัยจะถูกนำไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการเตรียมความพร้อมและสร้างคุณลักษณะที่พึงประสงค์ให้กับนักศึกษา ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานตั้งแต่ระดับหัวหน้างานขึ้นไป จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคสแควร์ t-test Anova และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาตามความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง พบว่า หัวหน้างานในสถานประกอบการมีความต้องการนักศึกษาที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ส่วนใหญ่ในด้านคุณธรรม จริยธรรม ($\bar{X} = 4.36$) คุณลักษณะที่พึงประสงค์รองลงมาได้แก่ ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.19$) ด้านทักษะปัญญา ($\bar{X} = 4.10$) ด้านความรู้ ($\bar{X} = 3.95$) และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ

คำสำคัญ : คุณลักษณะที่พึงประสงค์, ความต้องการ, สถานประกอบการอุตสาหกรรม, นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา

Abstract

The purpose of this research was to study the desirable characteristics of students attending cooperative education programs according to the needs of industrial establishments in Rayong. The research will be used as a basis for preparing students for the desired characteristics. The population used in the study was 400 employees with the positions of supervisors and higher ranks of the industrial establishments in Rayong Province. The instrument used in the study was a questionnaire. The statistics used were percentage, mean, standard deviation, chi-square, t-test, one way Anova and binary difference was analyzed by Scheffe Analysis.

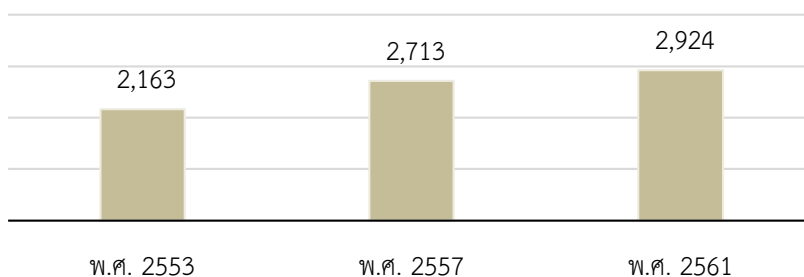
¹ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ Email : yutthajkr.u@fba.kmutnb.ac.th

The results of data analysis about the desirable characteristics of students participating in the cooperative education program according to the needs of industrial establishments in Rayong province, found that the supervisors in the workplace have the students with the most desirable characteristics. In terms of morality and ethics (\bar{X} = 4.36). Skills, interpersonal relationships and responsibilities (\bar{X} = 4.19), intelligence skills (\bar{X} = 4.10), knowledge (\bar{X} = 3.95) and numerical analysis skills, communication, information technology use (\bar{X} = 3.76) respectively

Keywords : Desirable Characteristics, Needs, Industrial Establishments, Students Participating in the Cooperative Education Program

1. บทนำ

โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดระยองได้เปลี่ยนไปสู่การเป็นจังหวัดอุตสาหกรรม ส่งผลให้จังหวัดระยองกลายเป็นฐานเศรษฐกิจทางด้านอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ และถูกกำหนดเป็นเมืองหลักในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางความเจริญที่จะกระจายและพัฒนาด้านอุตสาหกรรมไปสู่ภูมิภาคเพิ่มมากขึ้น จนถูกคัดเลือกให้เป็น 1 ใน 9 จังหวัดที่ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่การลงทุนอุตสาหกรรมแห่งอนาคต ซึ่งรัฐบาลก็ได้มีการระดมงบประมาณทางอุตสาหกรรม ลงมายังพื้นที่จังหวัดระยองอย่างมากมาย (ประชาชาติธุรกิจ, 2559) [1] ซึ่งสร้างความสนใจให้แก่ธุรกิจเข้ามาลงทุนในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจนส่งผลให้จำนวนสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2561 เพิ่มขึ้น (สำนักงานจังหวัดระยอง, 2559) [2] (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง, 2561) [3] ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 จำนวนสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง ปี พ.ศ. 2553-2561

ทางจังหวัดระยองจึงมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเติบโตทางอุตสาหกรรม โดยการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดและกำหนดออกมาเป็นแผนยุทธศาสตร์ ซึ่งระบุถึงการพัฒนาแรงงานให้มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ และมีทักษะด้านต่างๆ จึงมีการจัดตั้งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถระดับสูง ให้มีมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการกำลังคนของอุตสาหกรรมในจังหวัดระยองและจังหวัดใกล้เคียง จึงมีการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนในลักษณะโครงการสหกิจศึกษา (Cooperative Education) ที่เป็นการส่งนักศึกษาออกไปฝึกประสบการณ์จริงที่สถานประกอบการ จึงต้องมีการสร้างความพร้อมให้กับนักศึกษาในโครงการสหกิจศึกษาให้มีคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความต้องการข้อมูลที่แท้จริงเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์จากสถานประกอบการไปใช้ในการ

เตรียมความพร้อมและสร้างคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาให้ตรงความต้องการของสถานประกอบการ
อุตสาหกรรมในจังหวัดระยองมากที่สุด

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาตามความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาตามความต้องการของสถานประกอบการในจังหวัดระยอง
3. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง

3. วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยศึกษาทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาในโครงการสหกิจศึกษาตามความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยองโดยการแจกแบบสอบถาม ในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะสถานประกอบการอุตสาหกรรม
- ตอนที่ 3 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาตามความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง
- ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากสถานประกอบการที่ตั้งอยู่ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง จำนวน 8 แห่ง กำหนดแบ่งการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) แห่งละ 50 คน แล้วจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ พนักงานในระดับตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไป

4. ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และตำแหน่งงานในสถานประกอบการเป็นหัวหน้างานมากที่สุด
2. สถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถามดำเนินกิจการมาเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี การจัดตั้งจะอยู่ในประเภทบริษัทจำกัด และมีรูปแบบการลงทุนส่วนใหญ่ร่วมกับคนไทยมากที่สุด
3. สถานประกอบการอุตสาหกรรมมีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับความต้องการมาก โดยพบว่า มีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะปัญญา ด้านความรู้ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เรียงตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาในภาพรวมและรายด้าน

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาตามความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง	ระดับที่มีความต้องการ	
	\bar{X}	S.D.
รวมคุณลักษณะทุกด้าน	4.07	0.29
1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	4.36	0.31
2. ด้านความรู้	3.95	0.47
3. ด้านทักษะปัญญา	4.10	0.41
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	4.19	0.37
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	3.76	0.46

4. สถานประกอบการอุตสาหกรรมมีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาในภาพรวมและรายด้านในภาพรวมและรายด้าน เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ, ระดับการศึกษา, ตำแหน่งในการปฏิบัติงาน, ระยะเวลาในการดำเนินงาน, ประเภทในการจัดตั้ง และรูปแบบการลงทุน พบว่ามีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะปัญญา ด้านความรู้ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เรียงตามลำดับ

5. ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมที่มีต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการลงทุนของสถานประกอบการ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมที่มีต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ จำแนกตามรูปแบบการลงทุนของสถานประกอบการ

คุณลักษณะที่พึงประสงค์	χ^2	P - Value
ด้านคุณธรรม จริยธรรม	47.60	0.48
ด้านความรู้	33.99	0.16
ด้านทักษะปัญญา	21.65	0.75
ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	27.98	0.57
ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	95.09	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพตำแหน่งงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเจ้าของมีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา ด้านคุณธรรม จริยธรรม มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งหัวหน้างาน 1 รายการ ได้แก่ ตำแหน่งเจ้าของ มีความต้องการคุณลักษณะด้านการมีส่วนร่วมและมีสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังตารางที่ 3 และ

ตารางที่ 3 แสดงผลเปรียบเทียบความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรม จริยธรรม จำแนกตามตำแหน่งในการปฏิบัติงาน

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา	F-Value	P-Value.
1. มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร	0.79	0.45
2. มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง	1.21	0.30
3. ปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพของตนเอง	0.80	0.45
4. สุขภาพ อ่อนนุ่มถ่อมตน รู้จักกาลเทศะ	0.17	0.85
5. มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเองและผู้อื่น	0.41	0.67
6. มีความเสียสละ ช่วยเหลือผู้อื่นอยู่เสมอเมื่อมีโอกาส	0.16	0.86
7. ปฏิบัติงานในองค์กรด้วยความขยันหมั่นเพียร	0.02	0.98
8. มีระเบียบวินัย เคารพต่อกฎระเบียบขององค์กร	0.08	0.95
9. รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นทุกครั้ง	0.44	0.64
10. มีส่วนร่วมและมีสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร	3.69	0.03*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 แสดงผลเปรียบเทียบความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการมีส่วนร่วมและมีสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร จำแนกตามตำแหน่งในการปฏิบัติงาน

ตำแหน่งในการปฏิบัติงาน	\bar{X}	เจ้าของ	ผู้บริหาร/ผู้จัดการ	หัวหน้างาน
		4.50	4.18	4.17
เจ้าของ	4.50		0.32	0.33*
ผู้บริหาร/ผู้จัดการ	4.18			0.01
หัวหน้างาน	4.17			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพรูปแบบการลงทุน พบว่า สถานประกอบการอุตสาหกรรมที่มีรูปแบบการลงทุนร่วมกับต่างชาติมีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา ด้านคุณธรรม จริยธรรมในภาพรวม มากกว่าสถานประกอบการอุตสาหกรรมที่มีรูปแบบการลงทุนด้วยทุนตัวเอง นอกจากนี้ในรายชื่อยังพบว่าสถานประกอบการอุตสาหกรรมที่มีรูปแบบการลงทุนร่วมกับคนไทยมีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการมีส่วนร่วมมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองมากกว่ารูปแบบการลงทุนด้วยทุนตัวเอง ดังตารางที่ 5 และ 6

ตารางที่ 5 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรมจริยธรรม จำแนกตามรูปแบบการลงทุนด้วยตนเอง

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษา ที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา	F-Value	P-Value.
1. มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร	0.46	0.76
2. มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง	1.18	0.32
3. ปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพของตนเอง	0.37	0.78
4. สุขภาพ อ่อนนุ่มถ่อมตน รู้จักกาลเทศะ	0.88	0.45
5. มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเองและผู้อื่น	0.98	0.40
6. มีความเสียสละ ช่วยเหลือผู้อื่นอยู่เสมอเมื่อมีโอกาส	0.67	0.57
7. ปฏิบัติงานในองค์กรด้วยความขยันหมั่นเพียร	2.76	0.04*
8. มีระเบียบวินัย เคารพต่อกฎระเบียบขององค์กร	0.01	1.00
9. รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นทุกครั้ง	0.69	0.56
10. มีส่วนร่วมและมีสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร	0.92	0.43

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 6 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง จำแนกตามรูปแบบการลงทุนด้วยตนเอง

รูปแบบการลงทุน	\bar{X}	ทุนตัวเอง	ทุนต่างชาติ	ทุนร่วมกับคน	ทุนร่วมกับ
			ทั้งหมด	ไทย	ต่างชาติ
		4.31	4.32	4.36	4.35
ทุนตัวเอง	4.31		0.01	0.05	0.04*
ทุนต่างชาติทั้งหมด	4.32			0.04	0.03
ทุนร่วมกับคนไทย	4.36				0.01
ทุนร่วมกับต่างชาติ	4.35				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการมีความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการทำงานมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการมีความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการทำงาน จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

เพศ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	t-Value	P-Value
เพศชาย	189	4.10	0.66	-2.18	0.03*
เพศหญิง	211	4.24	0.59		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการทำงาน การหาข้อมูล และการติดต่อสื่อสาร มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการทำงาน การหาข้อมูล และการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

เพศ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	t-Value	P-Value
เพศชาย	189	3.71	0.80	2.32	0.02*
เพศหญิง	211	3.54	0.70		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพด้านระยะเวลาในการดำเนินกิจการ พบว่า สถานประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 5-10 ปี มีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบในเรื่องความสามารถในการปรับตัวทำงานร่วมกับผู้อื่น มากกว่าสถานประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 10 ปี ดังตารางที่ 9 และ 10

ตารางที่ 9 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษา	F-Value	P-Value
1. ตระหนักถึงสิทธิของผู้อื่น	1.89	0.15
2. มีความสามารถในการปรับตัวทำงานร่วมกับผู้อื่น	6.43	0.00*
3. มีความเป็นผู้นำ และผู้ตามที่ดี	2.00	0.14
4. มีการปฏิบัติตามสัญญาและข้อตกลงได้อย่างดี	2.26	0.11
5. มีความสามารถในการปฏิบัติงานที่กำหนดจนสำเร็จเรียบร้อย	2.18	0.11

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 10 แสดงผลการเปรียบเทียบความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในเรื่องความสามารถในการปรับตัวทำงานร่วมกับผู้อื่น จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	\bar{X}	น้อยกว่า 5 ปี	5 - 10 ปี	มากกว่า 10 ปี
		4.05	4.26	4.01
น้อยกว่า 5 ปี	4.05		0.21	0.04
5 - 10 ปี	4.26			0.25*
มากกว่า 10 ปี	4.01			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. อภิปรายผลการวิจัย

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากผลการวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปเป็นข้อยุติให้ทราบถึงข้อเท็จจริงโดยมีการนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอ้างอิงสนับสนุนหรือขัดแย้ง ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า สถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยองโดยส่วนใหญ่เมื่อจำแนกตามสถานภาพ และลักษณะสถานประกอบการ จะมีความต้องการนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรม จริยธรรม มากกว่าด้านอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยยุทธ เลิศพชริน, อัจฉรา เมฆสุวรรณ (2555) [4] สำนักพัฒนาคุณภาพ การศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2555) [5] ภาวนา ใจประสาธ และคณะ (2556) [6] และศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์, ภัทราจิตร แสงสว่าง (2558) [7] ที่พบว่า สถานประกอบการมีความถึงพอใจและต้องการแรงงานหรือบัณฑิตที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรม จริยธรรม มากกว่าด้านอื่นๆ เช่นกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความเห็นสนับสนุนว่า ความสำเร็จที่สำคัญอย่างหนึ่งของสถานประกอบการจะเกิดขึ้นได้จะต้องมาจากการที่แรงงานในองค์กรจะต้องมีวินัยในตนเอง ยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์ สุจริตในตนเองและต่อผู้อื่น รวมไปถึงการไม่ยุ่งเกี่ยวกับอบายมุขและสิ่งเสพติดทั้งหลาย (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดระยอง, 2560) [8] จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้สถานประกอบการมีความต้องการแรงงานที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่ดีทางด้านนี้มากที่สุด

2. สถานประกอบการที่มีรูปแบบการลงทุนร่วมกับคนไทย จะมีความต้องการนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นลำดับแรก ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ กฤตยา ฐานวรภัทร (2555) [9] ที่พบว่า สถานประกอบการที่นักศึกษาไม่ได้ฝึกงานฝึกงานทั้ง 7 แห่งนั้น มีความต้องการด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ลำดับสุดท้าย ซึ่งผู้วิจัยมีเหตุผลสนับสนุนว่า สถานประกอบการในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อให้ระบบการทำงานมีความทันสมัยทำงานได้รวดเร็วและช่วยลดความผิดพลาด นอกจากนี้สถานประกอบการหลายแห่งยังมีการขยายการทำธุรกิจมากขึ้นทำให้เรื่องของการสื่อสาร การนำเสนองานที่เป็นทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศมีความจำเป็นมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้สถานประกอบการมีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาด้านนี้มากยิ่งขึ้นเช่นกัน

3. สถานประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินงานกิจการ 5-10 ปี จะมีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบมากกว่าสถานประกอบการลักษณะอื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัญญา ชูช่วย และคณะ (2558) [10] ที่พบว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสถาบันอุดมศึกษา โดยด้านความรับผิดชอบและการทำงานเป็นทีมมีความมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีเหตุผลสนับสนุนว่า สถานประกอบการที่มีระยะเวลาดังกล่าวนี้นี้เริ่มที่จะมองหาความยั่งยืน จึงมีความต้องการแรงงานที่จะสามารถทำงานร่วมกันได้ดี การทำงานเป็นทีมจะสร้างประสิทธิภาพและเป็นส่วนที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อบุคคลภายนอก ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือขึ้นแก่สถานประกอบการจนส่งผลต่อการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จได้เช่นกัน

6. ข้อเสนอแนะ

มหาวิทยาลัยเป็นส่วนสนับสนุนที่สำคัญที่จะสร้างแรงงานคุณภาพและมีคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรม จึงขอเสนอแนะแนวทางสำคัญที่ สอดคล้องกับผลวิจัยที่ได้ ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะ

1.1 มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญกับประเด็นด้านคุณธรรม จริยธรรมเป็นอย่าง เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าสถานประกอบการอุตสาหกรรมมีความต้องการนักศึกษาที่มีคุณลักษณะด้านนี้มากที่สุด

1.2 ผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ภายในมหาวิทยาลัย ควรมีการประพฤติตนให้เป็นแบบอย่างที่ดีอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้นักศึกษาได้เกิดความรู้สึกซาบซึ้งในความดีงามจากแบบอย่างที่ดี

1.3 การจัดหลักสูตรการเรียนการสอน รวมไปถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในมหาวิทยาลัย ควรมีเพิ่มเนื้อหาหรือสร้างรูปแบบที่ปลูกฝังและส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ความดีงามให้แก่นักศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาความเข้าใจและสิทธิพิเศษที่ต้องการจากการเข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาของสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเป้าหมายของโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อเป็นแรงจูงใจให้รับนักศึกษาเข้าไปศึกษาในสถานประกอบการเพิ่มมากขึ้น

2.2 ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษาตามความต้องการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมในพื้นที่จังหวัดชลบุรีและจังหวัดฉะเชิงเทราซึ่งเป็นจังหวัดเป้าหมายของระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก เพื่อนำผลวิจัยมาเปรียบเทียบและพัฒนาการเรียนการสอนนักศึกษาให้มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของสถานประกอบการมากยิ่งขึ้น

7. เอกสารอ้างอิง

- [1] ประชาชาติธุรกิจ. (2559). [ออนไลน์]. "ธุรกิจนิคมระยอง บูมลงทุนใหม่ เอกชนจ่อผุด 2 แห่งรับอุตสาหกรรมขยายตัว". [สืบค้นวันที่ 3 ธันวาคม 2559]. จาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1460345547
- [2] สำนักงานจังหวัดระยอง. (2559). [ออนไลน์]. รายงานสถิติจังหวัดระยอง 2559, สถิติอุตสาหกรรม. [สืบค้นวันที่ 3 ธันวาคม 2559]. จาก http://123.242.173.8/v2/index.php?option=com_content&view=article&id=1180:2557&catid=118:2010-09-07-05-32-11&Itemid=217
- [3] สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง. (2562). [ออนไลน์]. ข้อมูลโรงงาน 21 สาขา เดือนธันวาคม 2561. [สืบค้นวันที่ 10 มกราคม 2562]. จาก <http://www.industry.go.th/rayong/index.php/activityreport/21-2562>
- [4] ชัยยุทธ เลิศพาชิน, อัจฉรา ฅมสุวรรณ. (2555). การสำรวจคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการผู้ใช้บัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. วารสารการจัดการ ปีที่ 5 ฉบับที่ 1. คณะวิทยาการจัดการ : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- [5] สำนักพัฒนาคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2555). ความพึงพอใจของนายจ้าง ผู้ประกอบการ ผู้บังคับบัญชา บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทุกระดับการศึกษา ที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2554-2555. รายงานผลการวิจัยสถาบัน. สำนักพัฒนาคุณภาพการศึกษา : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- [6] ภาวณาใจประสาธ และคณะ. (2556). คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต. ทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนวิจัยและสร้างสรรค์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557. คณะมัณฑนศิลป์ : มหาวิทยาลัยศิลปากร
- [7] ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์ และภัทราจิตร แสงสว่าง. (2558). การพัฒนาคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการของผู้ประกอบการ กรณีศึกษา บัณฑิตสาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. ในวารสารมหาวิทยาลัยพายัพ ปีที่ 25 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2558. มหาวิทยาลัยพายัพ : เชียงใหม่.
- [8] สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดระนอง. (2560). [ออนไลน์]. คู่มือส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในการทำงาน. [สืบค้นวันที่ 1 ตุลาคม 2561]. จาก https://www.m-culture.go.th/ranong/ewt_news.php?nid=550&filename=index
- [9] กฤตยา ฐานวรภัทร. (2555). คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สำหรับสถานประกอบการ กรณีศึกษาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร คณะสังคมศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่. ทุนสนับสนุนจากกองทุนวิจัย. มหาวิทยาลัย นอร์ท-เชียงใหม่. 2555
- [10] ปัญญา ชูช่วย และคณะ (2558). วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต (Factor Analysis of the Disirable Characteristics of University Graduates in South of Thailand). ในการประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 26 มิถุนายน 2558. มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระถางชีวภาพในจังหวัดแพร่

THE CONSUMER BEHAVIOR AFFECTING THE DECISION TO BUY

A POTTED PLANT IN PHRAE

สุนิตา นิ่มนวล

ธรรมศักดิ์ พันธุ์แสนศรี

ลักขณา พันธุ์แสนศรี

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระถางชีวภาพในจังหวัดแพร่ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด เก็บข้อมูลจากประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดแพร่ อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีการสุ่มเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยทำการวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 มีอายุอยู่ในช่วง 31-41ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 ประกอบอาชีพค้าขาย จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 จบการศึกษาในระดับสูงกว่าหรือเท่ากับปริญญาตรี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ทางด้านลักษณะเกณฑ์ประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภค แต่ลักษณะเกณฑ์ประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค และจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคร่วมกับการตัดสินใจซื้อกระถางชีวภาพในจังหวัดแพร่ พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคร่วมมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อกระถางชีวภาพในจังหวัดแพร่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ABSTRACT

This research aims to study the consumer behavior that affects the decision to buy a potted plant in Phrae Province. The instrument used to collect data was a questionnaire, which collected data from 400 samples. Data were collected from the population living in Phrae Province aged 15 years and over using random sampling method. Descriptive Variable describes frequency, percent, Pearson Correlation,

The study indicated that The majority of respondents were 202 males, or 50.50 percent. They were 31-41 years old, accounting for 41.30 percent. 121 trades or 30.30 percent had

monthly income. Of 142 persons or 35.50 percent graduated or higher than the bachelor degree, representing 25.00 percent. The demographic characteristics of sex, age, occupation and income per month were related to consumer behavior. The demographic characteristics of the education level did not correlate with the behavior of the consumers. And the results of the analysis of the relationship between consumer behavior and the decision to buy a potted plant in Phrae showed that consumer behavior was related to the decision to buy a potted plant in Phrae with the Statistically significant level .05

KEYWORDS : Potted plant, consumer behavior, the decision to buy

1. บทนำ

ปัจจุบันสภาพสังคมมีการแข่งขันที่รุนแรงในด้านเศรษฐกิจและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ได้มีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเทคโนโลยี ซึ่งมีคอมพิวเตอร์และระบบดิจิทัลแต่ความนิยมการปลูกต้นไม้โดยการใส่กระถางในการจัดตกแต่งสวน อาคาร และที่อยู่อาศัย ยังมีความจำเป็นและนิยมในอนาคตเพิ่มมากขึ้น เพราะสภาพความเป็นอยู่ที่แออัดของคนในเมืองใหญ่ ๆ ยิ่งในปัจจุบันจะนับได้ว่าหาพื้นที่สีเขียว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจได้น้อยลงทุกวัน และพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันนั้นมีความต้องการและแสวงหาความเป็นธรรมชาติ โดยอาจนำธรรมชาติเข้ามาตนเองมากยิ่งขึ้น จะเห็นได้จากการปลูกต้นไม้ภายในบ้านเรือน การใช้กระถางต้นไม้แบบแขวนตามคอนโด ตามที่อยู่อาศัยหรืออาคารสำนักงาน โดยมีการเพิ่มมูลค่าจากการตกแต่งหรือจากความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่ความนิยมในสภาพสังคมเมืองปัจจุบัน

และด้วยมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ มีพันธกิจหลักในด้านการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ อดทน สู้งาน ดังนั้น นอกจากภาระงานด้านการเรียนการสอนแล้ว ยังมีภาระงานด้านการวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม อีกด้วย โดยการนำความรู้ที่ได้จากงานวิจัยมาบริการวิชาการ หรือนำมาถ่ายทอดสู่ชุมชน ท้องถิ่น จังหวัด ฯลฯ เพื่อการพัฒนาและการแก้ปัญหาต่าง ๆ ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ ถือเป็นหน่วยงานที่มีความพร้อมทั้งทางด้านพื้นที่ บุคลากร ในการส่งเสริมการจัดการเศษวัสดุจากการเกษตรโดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อลดปัญหาหมอกควันพร้อมยกระดับคุณภาพอากาศและคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดแพร่ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักถึงปัญหา การใช้ประโยชน์และสร้างแรงจูงใจให้กับประชาชน ในการลดการเผาในพื้นที่โล่งและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และตามยุทธศาสตร์จังหวัดแพร่ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 (การบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดแพร่) คือ การเสริมสร้างความมั่นคงภายในและความสงบเรียบร้อย การอนุรักษ์และเพื่อพุทธทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป้าประสงค์ที่ 1 บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยชุมชนมีส่วนร่วม ตัวชี้วัดที่ 7 ร้อยละของจำนวนวันที่ปริมาณฝุ่นละอองขนาดเล็กเฉลี่ยรายวันอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ซึ่งจากการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ ยังขาดการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงาน และเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนและพัฒนาการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับการจัดการเศษวัสดุจากการเกษตรโดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งจะเป็นการขับเคลื่อนการพัฒนากระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากเศษวัสดุจากการเกษตร และการแก้ปัญหาหมอกควันเนื่องจากการเผาในพื้นที่โล่งสู่ความมั่นคง

ทางสุขภาพและเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับชุมชนโดยเฉพาะในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน พร้อมทั้งนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมต่างๆ ต่อไปในอนาคต

ดังนั้น การส่งเสริมให้มีการนำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรมาแปรรูปเป็นกระถางชีวภาพจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยลดปริมาณเชื้อเพลิงในการเผาในพื้นที่โล่งและสามารถช่วยลดปริมาณหมอกควันที่จะเกิดขึ้น ซึ่งในปัจจุบันเทรนการรักษาสิ่งแวดล้อมกำลังเป็นที่นิยมมากในปัจจุบันเพราะ ผู้คนหันมาสนใจสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ ล้อมตัวมากขึ้น เหตุผลอีกอย่างที่ทำให้ผู้คนหันมาสนใจและรักษาสิ่งแวดล้อมเพราะ ผู้คนในปัจจุบันรักสุขภาพของตัวเองมากขึ้นและปัญหาการเผาไหม้ในพื้นที่โล่งก็ส่งผลให้เกิดหมอกควันในอากาศทำให้อากาศไม่บริสุทธิ์และส่งผลกระทบต่อร่างกายและสุขภาพ ทำผู้คนเกิดอาการเจ็บป่วย สุขภาพร่างกายแย่ลง เพราะฉะนั้นจึงให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จากความสำคัญที่กล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาได้มุ่งเน้นการศึกษาในเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อจะได้จัดส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม รวมทั้งเป็นการลดปัญหาการเผาไหม้ หมอกควันและมลพิษทางอากาศในจังหวัดแพร่ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการบริโภคกระถางชีวภาพ ในเขตจังหวัดแพร่
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

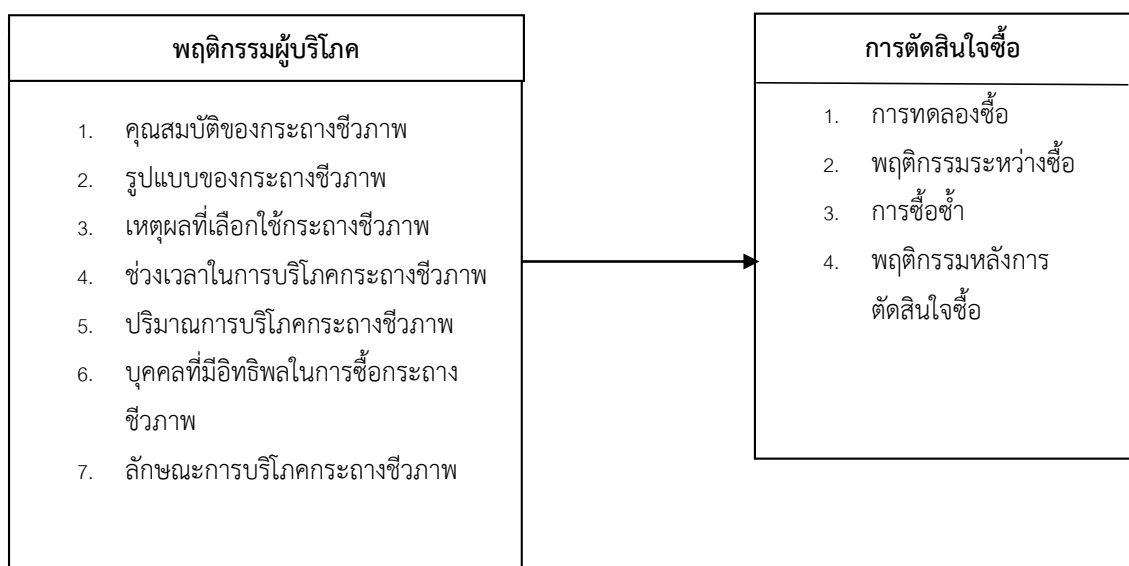
กรอบแนวความคิด

ตัวแปรต้น

(Independent Variables)

ตัวแปรตาม

(Dependent Variables)



สมมติฐาน

- 1) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคกระถางชีวภาพ ในเขตจังหวัดแพร่
- 2) ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

3.ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ยึดวัตถุประสงค์ในการวิจัยเป็นหลักในการตั้งคำถาม เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่สามารถ บรรลุเป้าหมายของการวิจัยได้ เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงวิเคราะห์ แบบสอบถามจึงต้องสามารถให้ข้อมูลที่ ชัดเจนเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระถางชีวภาพของผู้บริโภคในเขตจังหวัดแพร่ โดยคำถามแต่ละคำถามมีการจัดลำดับคำถามก่อนหลังอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อความสะดวก ในการตอบและป้องกันการสับสน เนื่องจากเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้ตอบอ่านคำถามเอง ตอบ เอง คำถามไม่มีคำอธิบายรายละเอียด อีกทั้งความแตกต่างเกี่ยวกับตัวบุคคลของผู้ตอบ เช่น อายุ การศึกษา อาชีพ มีผลกระทบต่อคำตอบเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงสร้างแบบสอบถามที่เน้นคำถามแบบปลาย ปิด (close ended) หลังจากได้สร้างแบบสอบถามที่มีความถูกต้องของเนื้อหา (content validity) ตาม วัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียง จำนวน 30 คน และนำมา วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น แบบครอน บาค (cronbach's alpha coefficient) มีค่า .05

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดแพร่ อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ทั้ง 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองแพร่ อำเภอสอง อำเภอร่องกาง อำเภอนองม่วงไข่ อำเภอสูงเม่น อำเภอเด่นชัย อำเภอลอง และอำเภอวังชิ้น

สถิติที่ใช้ในการวิจัยเป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการเลือกซื้อกระถางชีวภาพในจังหวัดแพร่ และวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกระถางชีวภาพในจังหวัดแพร่ โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน โดยการแจกแจงสถิติวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation)

4.ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 มีอายุอยู่ในช่วง 31-41ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 ประกอบอาชีพค้าขาย จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 จบการศึกษาในระดับสูงกว่าหรือเท่ากับปริญญาตรี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

พฤติกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในชีวิตประจำวันในจังหวัดแพร่

H₀: พฤติกรรมผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในชีวิตประจำวันในจังหวัดแพร่

H₁: พฤติกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในชีวิตประจำวันในจังหวัดแพร่

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการทดสอบผล Pearson Correlation ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในชีวิตประจำวัน

พฤติกรรมผู้บริโภคสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	สรุปผล
พฤติกรรมผู้บริโภค	.236	.000*	มีความสัมพันธ์

* < .05

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการทดสอบผลความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในชีวิตประจำวัน พบว่าค่า ระดับนัยสำคัญของค่า Sig. (2-tailed) มีค่า .000 < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H₀ ยอมรับ H₁ นั่นคือ พฤติกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในชีวิตประจำวัน

ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

H₀: ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่ ได้แก่ เพศ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

H₁: ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่ ได้แก่ เพศ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการทดสอบ Pearson Correlation ระหว่างลักษณะเกณฑ์ประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ความสัมพันธ์ลักษณะเกณฑ์ประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของผู้บริโภค	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	สรุปผล
เพศ	0.10	.06	ไม่มีความสัมพันธ์
อายุ	0.16	.00	มีความสัมพันธ์
อาชีพ	-0.14	.01	มีความสัมพันธ์
รายได้ต่อเดือน	0.12	.02	มีความสัมพันธ์
ระดับการศึกษา	-0.03	.56	ไม่มีความสัมพันธ์

* < .05

การทดสอบผลค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่าค่า ระดับนัยสำคัญของค่า Pearson Correlation มีค่า $0.06 < 0.05$ ดังนั้นยอมรับ H_0 นั่นคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

การทดสอบผลค่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่าค่า ระดับนัยสำคัญของค่า Pearson Correlation มีค่า $0.00 < 0.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ อายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

การทดสอบผลค่าความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่าค่า ระดับนัยสำคัญของค่า Pearson Correlation มีค่า $0.01 < 0.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ อาชีพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

การทดสอบผลค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่าค่า ระดับนัยสำคัญของค่า Pearson Correlation มีค่า $0.02 < 0.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

การทดสอบผลค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่าค่า ระดับนัยสำคัญของค่า Pearson Correlation มีค่า $0.56 < 0.05$ ดังนั้นจึง ยอมรับ H_0 นั่นคือ ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

การอภิปรายผล

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในระดับนัยสำคัญ 0.05 อย่างไรก็ตามมีปัจจัยด้านระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพุทธชาติ ตันติกุล (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคโยเกิร์ตแบบถ้วยของผู้บริโภคหญิงวัยรุ่น เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาและเก็บข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจะเป็นกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง อายุ 19 – 21ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักศึกษา มีรายได้จากการศึกษา จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคโยเกิร์ตแบบถ้วยนิยมบริโภคตราสินค้าซึกซ์ซึกซ์มากที่สุด ตามด้วยตราสินค้าโฟโม่สต์ ซึ่งชอบบริโภครสชาติมากที่สุด ช่วงเวลาที่มีการบริโภคมากที่สุดคือ 09:01 – 12:00 น. และจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นไปตามแนวคิด Schiffman and Wisenblit (2015) ได้กล่าวว่าการแบ่งส่วนตลาดประชากรทำได้โดยการแบ่งกลุ่มของผู้บริโภคตามอายุ รายได้ เชื้อชาติ เพศ การประกอบอาชีพ สถานภาพสมรส ประเภทและขนาดของใช้ในครัวเรือน และที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ตัวแปรเหล่านี้มีวัตถุประสงค์ เชิงประจักษ์ และสามารถชักถามหรือการสังเกตได้อย่างง่ายดาย สิ่งเหล่านี้ช่วยให้การตลาดได้จำแนกผู้บริโภคแต่ละประเภทตามที่กำหนดไว้ได้อย่างชัดเจน เช่น กลุ่มอายุ หรือกลุ่มรายได้

ด้านพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อกระถางชีวภาพในจังหวัดแพร่ มีคะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (คะแนนเฉลี่ย 2.36) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรังสี สืบบุญการณ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสินค้าของ ผู้บริโภคที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าในด้านจำนวนครั้ง (ความถี่) ในการมาซื้อสินค้าที่ตลาดริมน้ำดอนหวายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในขณะที่ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าที่ตลาดริมน้ำดอนหวายในแต่ละครั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของเพศและรายได้ที่แตกต่างกันนั้น มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าในด้านความถี่ (จำนวนครั้ง) และค่าใช้จ่าย เฉลี่ยต่อครั้งและ

ระยะเวลาในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ รายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าด้านจำนวนครั้ง (ความถี่) ในขณะที่ผู้บริโภคที่มี รายได้แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าที่ตลาดริมน้ำดอนหวายในแต่ละครั้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจของ Kotler, Philip. (1999). Marketing Management ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคล

5.สรุปผลการศึกษา

- 1 พฤติกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในชีวิตประจำวัน
- 2 ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

6. ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง เพื่อใช้ในการพิจารณาเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

7.กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยทางการตลาด ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ

ผลการศึกษางานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีตามความคาดหมายและวัตถุประสงค์ที่ได้คาดไว้ เนื่องจากได้รับความกรุณาจาก ท่านอาจารย์ ดร.ลักขณา พันธุ์แสนศรี และท่าน ผศ.ดร.ธรรมศักดิ์ พันธุ์แสนศรีที่ได้เสียสละเวลากุณาให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือพร้อมทั้งชี้แนะแนวทางด้านวิชาการและการศึกษาตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้ถูกต้องเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และผู้มีอุปการคุณทุกท่านที่ให้การอบรมสั่งสอนสนับสนุนทุนการศึกษาและเป็นกำลังใจในการศึกษาเล่าเรียนให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณทุก ๆ ท่าน เป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

8.เอกสารอ้างอิง

- ชัยพร ไคร้ทอง. 2550. ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเห็ดในเขตอำเภอหล่มสัก และอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. สาขาการจัดการ ; มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ชูเกียรติ จิตรภาชนะนันท์. 2545. ปัจจัยการตลาดและพฤติกรรมที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อรถไถเดินตามของเกษตรกรในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ; มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- พิบูล ทีปะपाल. หลักการตลาด(ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพมหานคร : เอลโล่การพิมพ์, 2534

- พุทธชาติ ตันทิกุล. 2552. ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคโยเกิร์ตแบบถ้วยของผู้บริโภคหญิงวัยรุ่น ใน
เขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจบัณฑิต ; มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : Dimond in Business
World.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2542. กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทฟิล์มและไซเท็กซ์
พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541: 124 – 125) อ้างอิงจาก Kotler, Philip. (1999). Marketing
Kotler, Phillip. (2003). **Marketing Management analysis,planning, implementation, and
control**. 9th ed. New Jersey : A Simon & Schuster company.
- Yamane, Taro. (1970). **Statistic-an Introductory**. 2nd. ed. Tokyo : Johd Weatherhill, Inc

บทความวิชาการนำเสนอผลงานแบบบรรยาย

“International Papers”



DOES DIFFERENCE-GENERATION INFLUENCE EMPLOYEE IDENTITY AND PERFORMANCE? A CASE OF MANUFACTURING AND SERVICE COMPANIES IN PATHUM THANI, THAILAND

Chotima Jotikasthira^{*}

Suraporn Onputtha^{**}

Putthiwat Singdong^{***}

Nunnaphat Nontakarntanayot^{****}

Abstract

This quantitative research aimed at 1) studying employees' generation, employee identity and employee performance, 2) comparing mean difference of employee identity and employee performance categorized by different generation, and 3) investigating an influence of employee identity on employee performance. The study area is the manufacturing and service companies in Pathum Thani Province. The samples included 300 participants. The data was collected by using a questionnaire with convenient random sampling technique. Data analysis used frequency, percentage, mean and standard deviation, One-way ANOVA and multiple regression model analysis with the stepwise method at the significance level of 0.05.

The findings indicated that the most of employees responding to the questionnaires were born in BabyBoom, Gen X and Gen Y. They highly agreed toward employee identity and employee performance with mean score as of 3.92 and 4.14, respectively. The One-way ANOVA presented that employees with different generation have different identity in terms of experience openness. The multiple regression model analysis revealed that employee identity in terms of Conscientiousness ($\beta = 0.283$), Extraversion ($\beta = 0.185$), Agreeableness ($\beta = 0.162$) and Neuroticism ($\beta = 0.113$), had an influence on employee performance, respectively.

Keywords: BabyBoom, Gen X, Gen Y, Employee Identity, Employee Performance

Introduction

Today, working in the organization looks different when comparing to the work in decades. Each organization nowadays consists of employees who were born in different generation which each

* Lecturer, Department of International Business Administration, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, e-mail: chotima_j@rmutt.ac.th

** Lecturer, Department of International Business Administration, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, e-mail: suraporn_o@rmutt.ac.th

*** Lecturer, Department of International Business Administration, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, e-mail: putthiwat_s@rmutt.ac.th

**** Bachelor's Degree Student, Department of International Business Administration, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

generation has its own identity. For instance, employees born in 1946 – 1964, called Baby Boom, are those people who are strict, disciplined, conservative, dedicated and workaholics (Russell, 2004). In addition, they are also individualistic, self-absorbed, cynical, and focused on social skill, network excellence; but they lack technical skills (Beutell, & Wittig-Berman, 2008). In the meantime, the generation X, who were born in 1965 – 1979, are the people who are more familiar with the technology and able to utilize the technology to obtain the information and knowledge and understanding. In addition, they are more likely to consider their work value, work-life balance, growth opportunities, and positive work relationships more highly than boomers or Generation Y; they love freedom and room to grow (Yusoff, Kian, & Idris, 2013). Another generation is Generation Y, who were born in 1980 – 1997. They are favor of 'connected' 24 hours a day; work is just one priority in life, not the priority; flexibility in life; preference of openness and transparency; preference of team orientation; power needs; rush of new challenges; portable and flexible career; education and development; personalization and entertainment; preference of positive work climate and polite and energetic manner (Jiri, 2016).

There are various researchers studying the work performance done by employees with different generation and its factors related to the work performance. The results revealed that there are both advantages and disadvantages of employing employees with different generations (Lu, & Gursoy, 2016). For the advantages, the organization can obtain distinctive ideas, choices of selection, creativity and so on. For disadvantages, the organization will have the conflict created by different employees who perhaps have different identity. Indeed, the organization which have conflicts in the organization can lead to negative impacts on performance, for example, ineffective time management, useless resources consumption and workless quality according the set goal and expectation (Asfaw, Argaw, & Bayissa, 2015; Chaimongkol, et al., 2018).

Nevertheless, working in organization where contains variety of employees' generation is not avoidable; because every organization requires different employee identity to create the work for the organization. Each organization will consist of different age, experience, education, attitudes, beliefs and so forth. Furthermore, the identity has been studied through different lens. For example, the big five personality dimensions presented by some researchers can include extraversion, agreeableness, conscientiousness, openness, and neuroticism (McCrae, & John, 1992; John, & Srivastava, 1999). Indeed, extraversion refers to the enjoyment of interaction with people and environment. Agreeableness refers to individual differences focusing on social interaction including being considerate, nice, trustworthy, helpful, and compromised to the problems. Openness refers to the mind willing to accept different thought, imagination, curiosity, and variety of experience. Conscientiousness refers to the way to recognize self-discipline, and need for achievement. Also, neuroticism refers to tendency to experience and ignore negative emotions, such as anger, anxiety, or depression. In addition, Aaker (1997) presented sincerity, excitement, competence, sophistication, and ruggedness, which focusing on brand personality. In accordance, various researchers attempt to study the factors and ways to link the different employees from different generations in order to increase the performance of employees that it can enhance the organization ability and stimulate the organization performance in the end. The employee performance can be consisting of learning and skill (Asfaw, Argaw, & Bayissa, 2015) and work quality, work quantity and time appropriateness (Chaimongkol, et al., 2018; Chienwattanasook, Onputtha, & Fugkum, 2018). Meanwhile, the

organizational performance can be included financial such as return on investment, revenue increase and non-financial performance such as customer satisfaction, organizational learning and organizational development (Wu, Straub, & Liang, 2015; Trisakhon, Onputtha, & Peamchai, 2018).

Although, the studies found the different generations of employees in the organization yield the different results of work performance, many organizations are still benefiting the advantages. Therefore, this study has interest in studying employees' generation, employee Identity and employee performance to answer whether the different employees' generation results in different employee identity and performance. The study area emphasizes on manufacturing and service companies in Phatum Thani, Thailand. The result of this study can be advantageous for many organizations which contain variety of employees to prioritize how to build employee identity among the different generation in order to positively affect the employee performance.

Objectives

In this study, the researchers have objectives as follows:

- 1) To study employees' generation, employee identity and employee performance.
- 2) To compare mean difference of employee identity and employee performance categorized by different generation.
- 3) To investigate an influence of employee identity on employee performance

Conceptual Framework

Conceptual Framework

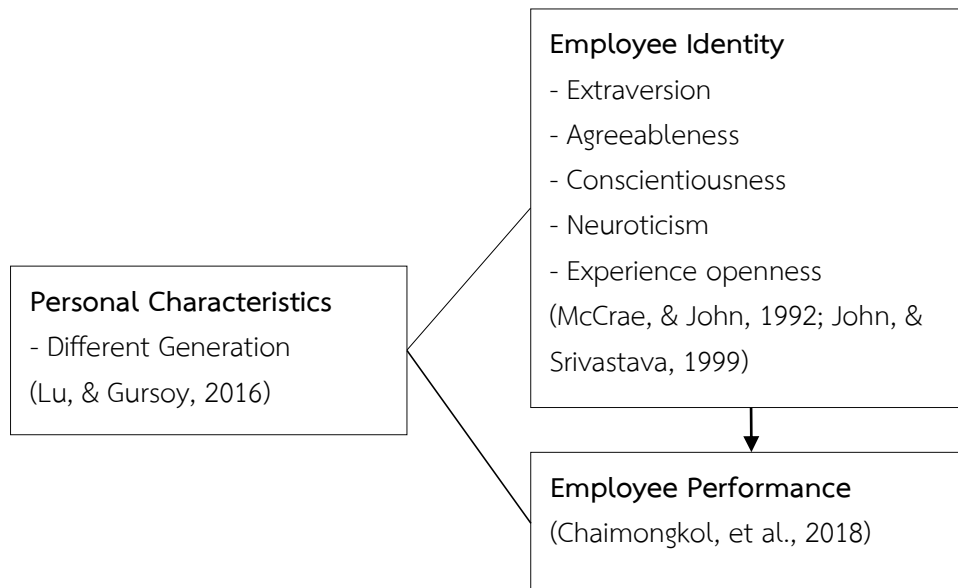


Figure 1: Conceptual Framework

Hypotheses

In the line with the literature review addressing the important consideration that employees who were born in different time can have their own characteristics which they can influence the work performance, in this study, the hypotheses can be written as follows:

Hypothesis 1: Employees with different generation have different employee identity.

Hypothesis 2: Employees with different generation have different employee performance.

Hypothesis 3: Employee identity has an influence on employee performance.

Research Methodology

Population in this study are unknown number of employees working in the manufacturing and service companies in Pathum Thani Province, Thailand. The samples were calculated by unknown population and selected as of 384 employees (Cochran, 1977).

In data collection, the researchers used close-ended questionnaires consisting of information related to gender, year of birth, position, education, monthly income and industry sector, which is the check-list question; different employee identity an employee performance, which is the Likert scale with 5-rating scale. The questionnaire quality was inspected by three experts with IOC higher than 0.70 and reliability was tested by Cronbach alpha equal to 0.895 (employee identity) and 0.861 (employee performance), greater than 0.8 (Hajjar, 2014), referring to the acceptable data for further analysis. The data was collected by offline and online with purposive and convenience sampling method; however, there were only 300 questionnaires returned, or accounted for 77.51 percentage. Although the number of returned questionnaire is lesser than expected, it is accepted for social science study (Baruch, 1999; Nulty, 2008).

In data analysis, the researchers used both descriptive and inferential statistics. The frequency, percentage, mean and standard deviation were used to study the general information of the respondents and opinion towards the employee identity and employee performance. The One-way ANOVA and multiple regression with stepwise method were used to test the hypotheses.

Results

Table 1: General Information of Respondents

General Information	Frequency	Percent
Gender		
- Male	120	40.0
- Female	180	60.0
Year of Birth		
- BabyBoom (Between 1946 – 1964)	22	7.3
- Gen X (Between 1965 – 1979)	135	45.0
- Gen Y (Between 1980 – 1997)	143	47.7
Position		
- Manager or higher	28	9.3
- Head of department	32	10.7
- Operational staff	240	80.0
Education		
Lower than Bachelor's degree	74	24.7
- Bachelor's degree	188	62.7

General Information	Frequency	Percent
- Master's degree	35	11.7
- Higher than Master's degree	3	1.0
Monthly Income		
- Lower than 10,001 baht	13	4.3
- Between 10,001 – 20,000 baht	98	32.7
- Between 20,001 – 30,000 baht	98	32.7
- Between 30,001 – 40,000 baht	49	16.3
- Higher 40,001 baht	42	14.0
Industry Sector		
- Manufacturing	119	39.7
- Service	181	60.3
Total	300	100.0

From the Table 1, there were 300 employees answering the questionnaires. As a result, it was found that most of the respondents were female (60.0%), born in Gen Y, between 1980 – 1997, (47.7%), worked as operational staff (80.0%), graduated from Bachelor's degree (62.7%), earned between 10,001 – 20,000 baht (32.7%), Between 20,001 – 30,000 baht (32.7%) and worked in service sector (60.3%).

Respondents' Opinion towards Employee Identity and Employee Performance

Table 2: Mean, S.D. and opinion level of employee identity and employee performance

Items	Mean	Std. Deviation	Opinion Level
Employee Identity			
- Neuroticism	3.58	0.43	Highly agreed
- Extraversion	3.86	0.52	Highly agreed
- Experience openness	3.77	0.63	Highly agreed
- Agreeableness	4.21	0.50	Extremely agreed
- Conscientiousness	4.17	0.53	Highly agreed
Overall	3.92	0.40	
Employee Performance			
- Work performance	4.14	0.52	Highly agreed

The Table 2 shows the analysis of respondents' opinion towards employee identity and employee performance and its translation (Best & Kahn, 2006). The study indicated that it is found that, in terms of employee identity, employees extremely agreed on agreeableness and followed by highly agreeing on conscientiousness, extraversion, experience openness and neuroticism, respectively. In terms of employee performance, the employees highly agreed on their work performance.

Hypotheses Testing

In relations to the hypotheses testing, the researchers employed One-way ANOVA and multiple regression model analysis with stepwise method at the 95% of confidence interval with significance level is 0.05. The details are displayed the following tables.

Hypothesis 1: Employees with different generation have different employee identity.

Table 3: Results of One-way ANOVA on different employee identity categorized by different generation

Employee identity		SS	df	MS	F	Sig.
Neuroticism	Between Groups	.621	2	.311	1.653	.193
	Within Groups	55.830	297	.188		
	Total	56.451	299			
Extraversion	Between Groups	.926	2	.463	1.722	.180
	Within Groups	79.870	297	.269		
	Total	80.796	299			
Experience openness	Between Groups	9.894	2	4.947	13.660	.000
	Within Groups	107.559	297	.362		
	Total	117.453	299			
Agreeableness	Between Groups	1.231	2	.616	2.534	.081
	Within Groups	72.155	297	.243		
	Total	73.387	299			
Conscientiousness	Between Groups	.183	2	.091	.326	.722
	Within Groups	83.275	297	.280		
	Total	83.458	299			

From the Table 3, the study indicated that employees with different generation do not have different employee identity in terms of neuroticism, extraversion, agreeableness and conscientiousness significantly. However, the study indicated that employees with different generation have different employee identity in terms of experience openness, significantly. Due to the study finding the group difference on employee identity categorized by different generation, then the study employed Least Significant Difference (LSD) to test the in-pair group difference.

Table 4: Result of Least Significant Difference (LSD) on employee identity categorized by different generation

Different Generation		Mean difference between 2 group (I - J)		
		Group J		
Group I	Mean	BabyBoom	Gen X	Gen Y
BabyBoom	3.56	-	-0.036	-0.39*

Gen X	3.60	-	-0.36*
Gen Y	3.96		-

From the Table 4, the finding indicated that employee with different generation have different degree of experience openness at the significant level as of 0.05 in 2 pairs as follows:

1. Employees who were born in BabyBoom have lower degree of experience openness than employees who were born in Gen Y with mean score as of -0.39.
2. Employees who were born in Gen X have lower degree of experience openness than employees who were born in Gen Y with mean score as of -0.36.

Hypothesis 2: Employees with different generation have different employee performance.

Table 5: Results of One-way ANOVA on different employee performance categorized by different generation

Employee Performance		SS	df	MS	F	Sig.
Employee	Between Groups	.211	2	.106	.384	.681
Performance	Within Groups	81.745	297	.275		
	Total	81.957	299			

From the Table 5, the study indicated that employee with different generation do not have different employee performance significantly because Sig (0.681) was higher than 0.05.

Hypothesis 3: Employee identity has an influence on employee performance.

Table 6: Results of multiple regression model analysis with stepwise method of employee identity affecting employee performance

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients					Statistics	Tolerance
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	1.046	.276		3.789	.000		
Conscientiousness	.280	.056	.283	4.997	.000	.719	1.391
Extraversion	.187	.062	.185	3.033	.003	.616	1.623
Agreeableness	.171	.063	.162	2.732	.007	.655	1.526
Neuroticism	.136	.067	.113	2.045	.042	.752	1.330

R = 0.566 ; R Square = 0.320 ; Adjusted R Square= 0.311 ; S.E.E. = 0.435;

Sig. = 0.000; Durbin-Watson = 1.854

From the Table 6, after using stepwise multiple regression model to explore the most appropriate values for model prediction, the result indicated that there are four variables including

conscientiousness, extraversion, agreeableness and neuroticism that have an effect on the employee performance at the significant level as of 0.05.

Overall, the model has correlation coefficient (r) of conscientiousness, extraversion, agreeableness and neuroticism toward employee performance as of 0.566 and Adjusted R square as of 0.320. This means that the model can accurately predict the employee performance as of 32%. In addition, the model has standardized coefficients (β) ranging from 0.113 to 0.283. Align with these values, the conscientiousness can most significantly affect the employee performance with weight as of .283, or accounted for 28.3%. Then, it was followed by the extraversion with weight as of .185, or accounted for 18.5%; agreeableness with weight as of .162, or accounted for 16.2% and neuroticism with weight as of .113, or accounted for 11.3%. Consequently, the model can generate the equation as of follow.

$$Y = 1.046 + .280(\text{conscientiousness}) + .187(\text{extraversion}) + .171(\text{agreeableness}) + .136(\text{neuroticism})$$

Discussion

From the study of "Does Difference-Generation Influence Employee Identity and Performance? A Case of Manufacturing and Service Companies in Phatum Thani, Thailand", the researchers can discuss in the following points.

From the hypothesis 1, the study found that employees with different generation do not have different employee identity in terms of extraversion, agreeableness, conscientiousness and neuroticism, except experience openness. This is because that the organization must try to see the way to build the employee identity to match with the organization which they can reflect to the organization identity. However, the employees with different generations perhaps have the mind to learn things differently. The employees with being born in 1946 – 1964 (BabyBoom) and 1965 – 1979 (Gen X) may have attitude to learn new thing lesser than the employees with being born in 1980 – 1997 (Gen Y). This is matched with Jiri (2016) mentioning that the employees in this age are favor of 'connected' 24 hours a day, rush of new challenges, education and development, personalization and entertainment, preference of positive work climate and politeness, and energetic manner.

From the hypothesis 2, the study found that employees with different generation do not have different employee performance. This is because that the organization needs to set the work criteria and control mechanisms to investigate the performance of the work. Normally, the organization will set the measurement such as timeframe, work quality indicators and number of work. In addition, many organizations also set the employees performance including skill and learning development as the main indicators too. This matches with the study done by Asfaw, Argaw, & Bayissa (2015), Chaimongkol, et al. (2018) and Chienwattanasook, Onputtha, & Fugkum (2018) who used the work quality, work quantity, time and employee behavior in measuring the employee performance.

From the hypothesis 3, the study found that employee identity in terms of conscientiousness, extraversion, agreeableness and neuroticism, except experience openness has an influence on employee performance. This is because the employees with conscientiousness (referring to the way to recognize self-discipline), extraversion (referring enjoyment of interaction with people

and environment), agreeableness (referring to individual differences focusing on social interaction), and neuroticism (referring to experience and ignore negative emotions, such as anger, anxiety, or depression) can affect the employee performance in terms of working with other people, skills created in the work, work quality and work quantity within the timeframe (McCrae, & John, 1992; John, & Srivastava, 1999). However, experience openness may trend to give more innovation to organization because openness refers to the mind willing to accept different thought, imagination, curiosity, and variety of experience.

Suggestions

For practical aspect

1. According to the different generation of employee giving the different employee identity in terms of experience openness, the organization may take this opportunity to provide such challenging works and learning facilities including other resources such as time and flexible management to different employees especially to employees who are born in 1980 – 1997.

2. The organization can be confirmed that employees with different generations do not yield the different results of employee performance. However, the organization must set the clear measurements and indicators because, in the literature, employees in each generation needs to be clearly informed.

3. In order to create the employee performance, the organization may prioritize the activities that can create the employees to be perceived the identity as conscientiousness, extraversion, agreeableness and neuroticism, respectively. The organization may set the activities such as company meetings, relaxed activities, teamwork, self-esteem and others.

For future researches

1. The study should be conducted in other area besides only single province.
2. The interview with related employees must be made to receive the in-depth information.
3. The organizational factors, such as organizational culture, history, selection process and human resources management influencing employee identity, must be included in the future study.
4. The degree of employee identity perception must be studied whether it can be related to the higher degree of employee performance.

Reference

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of marketing research*, 347-356.
- Asfaw, A. M., Argaw, M. D., & Bayissa, L. (2015). The impact of training and development on employee performance and effectiveness: A case study of District Five Administration Office, Bole Sub-City, Addis Ababa, Ethiopia. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 3(04), 188.
- Baruch, Y. (1999). Response rate in academic studies—A comparative analysis. *Human relations*, 52(4), 421-438.
- Best, W.J & Kahn, V.J. (2006). *Research in Education* (10th ed). Boston: Allyn & Bacon.

- Beutell, N. J., & Wittig-Berman, U. (2008). Work-family conflict and work-family synergy for generation X, baby boomers, and matures: Generational differences, predictors, and satisfaction outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, *23*(5), 507-523.
- Chaimongkol, N., Chienwattanasook, K., Onputtha, S., Sookwilai, N., & Pongwang, N. (2018). Employees' Job satisfaction and employees' desirable behavior affecting employees' work performance: a case of Christiani & Nielsen (Thai) Public Company Limited. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, *7*(2), 105-117
- Chienwattanasook, K., Onputtha, S., & Fugkum, S. (2018). Relationship among Leadership Styles, Fellowship Styles and Organizational Commitment of Employees. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, *7*(1), 25-34
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques: 3rd Ed.* New York: Wiley.
- Hajjar, S. T. (2014). A statistical study to develop a reliable scale to evaluate instructors within higher institution. *WSEAS Transactions on Mathematics*, *13*, 885-894.
- Jirí, B. (2016). The Current Generations: The Baby Boomers, X, Y and Z in the Context of Human Capital Management of the 21st Century in Selected Corporations in the Czech Republic. *Littera Scripta*, *2*, 25-45.
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. *Handbook of personality: Theory and research*, *2*(1999), 102-138.
- Lu, A. C. C., & Gursoy, D. (2016). Impact of job burnout on satisfaction and turnover intention: Do generational differences matter?. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, *40*(2), 210-235.
- McCrae, R. R., & John, O. P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of personality*, *60*(2), 175-215.
- Nulty, D. D. (2008). The adequacy of response rates to online and paper surveys: what can be done?. *Assessment & evaluation in higher education*, *33*(3), 301-314.
- Russell, C. (2004). *The baby boom: Americans born 1946 to 1964*. New Strategist Pubns Inc.
- Trisakhon, C, Onputtha, S., & Peamchai, P. (2018). The effect of external business environment on business performance of small and medium food processing enterprises in Bangkok and metropolitan area. *International Journal of Applied Computer Technology and Information Systems*, *8*(1), 69-75
- Wu, S. P. J., Straub, D. W., & Liang, T. P. (2015). How information technology governance mechanisms and strategic alignment influence organizational performance: Insights from a matched survey of business and IT managers. *Mis Quarterly*, *39*(2), 497-518.
- Yusoff, W. F. W., Kian, T. S., & Idris, M. T. M. (2013). Herzberg's two factors theory on work motivation: does its work for todays environment. *Global journal of commerce and Management*, *2*(5), 18-22.

RELATIONSHIP BETWEEN TECHNOLOGICAL SERVICE QUALITY AND EMPLOYEES' WORK PERFORMANCE: A CASE OF AN ELECTRONICS MANUFACTURING SOLUTIONS PROVIDER LOCATED IN PATHUM THANI, THAILAND

Sarakul Sukortpromme *

Suraporn Onputtha **

Phimonphan Manorah ***

Abstract

This quantitative research aimed at 1) studying the employees' opinion towards the technological service quality and employee's work performance and 2) studying the relationship between technological service quality and employee's work performance in ABC Company, an Electronics Manufacturing Solutions Provider located in Pathum Thani, Thailand. The samples included 200 employees. The data was collected by using a questionnaire with convenient random sampling technique. Data analysis used both descriptive statistics including frequency, percentage, mean and standard deviation and inferential statistics including Pearson's correlation coefficient at the significance level of 0.05.

The findings indicated that the employees had an opinion towards technological service quality in terms of technological assurance, technological response, technological reliability, technological empathy and technological tangibility in high level with mean score as of 4.17, 3.99, 3.97, 3.90, and 3.86, respectively. In addition, the employees had opinion towards the employees' work performance in terms of organizational level and individual level in the high level with the mean score as of 4.17 and 4.09, respectively. In relations to hypotheses testing, the findings revealed that the technological service quality had high positive relationship with the overall work performance ($r = 0.580$), individual level ($r = 0.511$) and organizational level ($r = 0.569$).

Keywords: Technological Service Quality, Work Performance, Electronics Manufacturing

Introduction

Recently, technology is playing an important role for many organizations because it can help facilitate and better the organizational performance, increasing the accurate organizational production, saving cost of production and management, facilitating internal communication, accessing useful information sources, smoothing the work of employees as well as accommodating the organization's employees. The instance of technology used in organization can be welfare system,

*Lecturer, Department of International Business Administration, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, e-mail: sarakul_s@mutt.ac.th

** Lecturer, Department of International Business Administration, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, e-mail: suraporn_o@mutt.ac.th

*** Bachelor's Degree Student, Department of International Business Administration, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, e-mail: maytochitim2@hotmail.com

online communication, electronic mail, company website presenting crucial information and background, transportation booking, check in and out system and others. Thus far, the technology can be accounted as the important factor for the organizations (Navimipour, & Soltani, 2016)

However, technology is also new and still creates problems for some employees who are unfamiliar with the technology, even this is the era of technology. In addition, the implementation of technology also seriously requires individual learning and continual practices. If the organization immediately implements the technology into the organization usage, the employees or organization members will be shocked with the radical changes and perhaps resist accepting technology which finally it can lead to create the negative effect on the employees and organization itself such as unexpected work quality, employees' burnout and so forth (Jie, & Jiang, 2008).

As a result, if the organization desires to adopt the technology to the organization management, the organization itself needs to study and understand the ways how the employees in the organization will accept the technology usage. The organization must wisely implement the technology and, in the same time, create employees' satisfaction (Navimipour, & Soltani, 2016) and work performance (Chaimongkol, Chienwattanasook, Onputtha, Sookwilai, & Pongwang, 2018). In addition, technology implementation also requires administrative service quality, technological service quality, including reliability, assurance, convenience, simplicity and accessibility, which can make the employees who are not familiar with the technology can feel good with it. With this, they will not be scared of using technology and be willing to learn about and adjust themselves to it.

In terms of service quality of technology implementation, the researchers employed the concepts of service quality by Zeithaml, Parasuraman, Berry and Berry (1990) and Parasuraman, Berry and Zeithaml (1993) which include reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibility. In fact, the service quality has been used in the marketing area in order to measure whether the service process of organization can satisfy the customers. However, if the organization considers the employees as internal customers (Bowen, & Schneider, 1988), the concept of service quality can be adopted to measure the satisfaction of the employees. In addition, Hirmukhe (2012) also employed the concept of service quality to measure the administrative quality in the organization. Therefore, implementation of technology must consider whether the customers is satisfied or dissatisfied about the organization's administration (Gilbert, 2000; Jun & Cai, 2010; Hirmukhe, 2012). If the organization can create quality of technology implementation by creating reliability of technology, speedy and simplified responsiveness, assurance of accurate result, understanding of employees, tangible and accessible service and equipment, the organization can satisfy the employees and the can create the work performance (Bin, 2015).

In terms of employee performance, many academicians define it as the work that is done by the employee within the time frame, quality setting and target quantity (Chaimongkol, et al., 2018). In addition, the employee performance also refers to the skill and knowledge created from the work (Asfaw, Argaw, & Bayissa, 2015). Nevertheless, the employee performance, before it will be created, requires several elements including organizational climate influencing the work (Castro, & Martins, 2010), organizational culture presenting the organizational core value (Syafii, Thoyib, & Nimran, 2015), organizational members and employees either in the bottom, middle or top management level (Chienwattanasook, Onputtha, & Fugkum, 2018) as well as administrative quality (Jun & Cai, 2010; Hirmukhe, 2012). In this research, the researchers employees two dimensions to measure the

employee performance including personal level reflecting learning and skill (Asfaw, Argaw, & Bayissa, 2015) and work performance reflecting work quality, work quantity and time fit (Chaimongkol, et al., 2018).

Objectives

In this study, the researchers have objectives as follows:

1. To study employees' opinion towards the technological service quality and employee's work performance in ABC Company, an electronics manufacturing solutions provider located in Pathum Thani, Thailand

2. To study the relationship between technological service quality and employee's work performance in ABC Company, an electronics manufacturing solutions provider located in Pathum Thani, Thailand.

Conceptual Framework

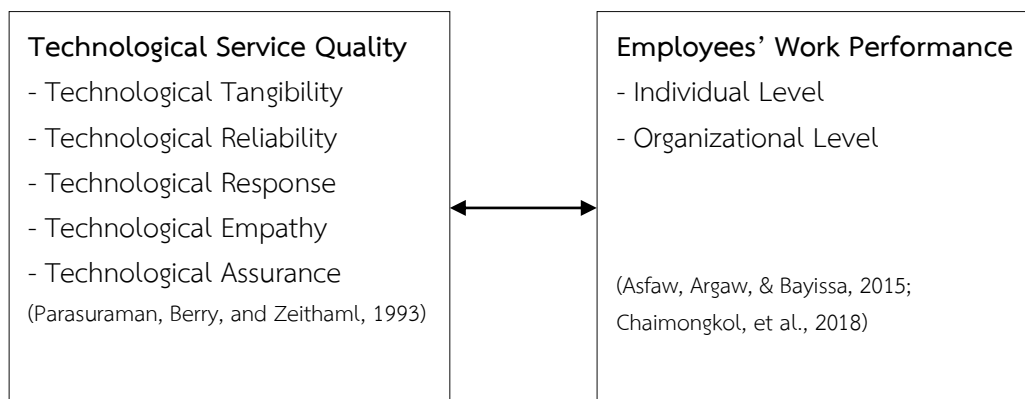


Figure 1: Conceptual Framework

Hypotheses

The hypotheses can be written as follows:

Hypothesis 1: Technological service quality had relationship with overall employees' work performance.

Hypothesis 2: Technological service quality had relationship with employees' work performance in terms of individual level.

Hypothesis 3: Technological service quality had relationship with employees' work performance in terms of organizational level.

Research Methodology

Population and Samples

Population in this study is of approximately 550 employees working in ABC Company, an electronics manufacturing solutions provider located in Pathum Thani Province, Thailand. The

samples were calculated with method of Krejcie, & Morgan (1970) and the samples were as of 226 employees.

Research Tools and Data Collection

Researchers used close-ended questionnaires divided into 4 parts. The first part consisted of check-list questions asking about the demographical factors including gender, age, working status, position, educational level and monthly income. The second and third parts consisted of five rating scale questions (1-5 Likert scale) asking about technological service quality and employees’ work performance. Five rating scales include 1 referring to “not at all agreeable”, 2 referring to “slightly agreeable”, 3 referring to “moderately agreeable”, 4 referring to “highly agreeable” and 5 referring to “extremely agreeable”. In obtaining the data, the convenience sampling was employed. However, after distributing the questionnaires, there were only 200 employees or accounted for 88.49% returned, due to the time limitation and difficulty in collecting data in the company.

Validity and Reliability

For validity check of questions, the researchers had three experts in related fields inspect the accurate and consistency of contents by using score of Item-Objective Congruence Index (IOC). The score was reported higher than 0.70. For reliability check, the findings discovered Cronbach’s alpha coefficient of independent variable as of 0.798 (technological tangibility), 0.833 (technological reliability), 0.851 (technological response), 0.868 (technological empathy) and 0.885 (technological assurance). Also, the study revealed the Cronbach’s alpha coefficient of dependent variable as of 0.762 (individual level) and 0.876 (organizational level). The reliability of data will be accepted when the Cronbach’s alpha coefficient is higher than 0.8 as recommendation (Hajjar, 2014). In conclusion, this means that the data derived from this survey questionnaire can be proceeded to have further study.

Data Analysis

Researchers analyzed the data derived from samples by using descriptive statistics including frequency and percentage to study demographical factors, and mean and standard deviation to study the opinion of employees towards technological service quality and employees’ work performance. The interpretation regarding the employees’ opinion was shown in Table 1. In addition to the hypotheses testing, the multiple Pearson correlation were employed to investigate the relationship between the independent variables and dependent variables. The degree towards the opinion were interpreted (Table 2).

Table 1: Opinion Degree Interpretation, Calculated as to be $(5-1)/5=0.80$

Range of Mean	Interpretation
Between 1.00 - 1.80	Employee does not at all agree with the statement.
Between 1.81 - 2.60	Employee slightly agrees with the statement.
Between 2.61 - 3.40	Employee moderately agrees with the statement.
Between 3.41 - 4.20	Employee highly agrees with the statement.

Between 4.20 – 5.00	Employee extremely agrees with the statement.
---------------------	---

Source: Best & Kahn (2006)

Table 2: Rule of Thumb for Correlation Coefficient Interpretation

Correlation Coefficient	Interpretation
0.00 to 0.29 (-0.00 to - 0.29)	Low positive (negative) correlation
0.30 to 0.49 (-0.30 to - 0.49)	Moderate positive (negative) correlation
0.50 to 1.00 (-0.50 to – 1.00)	High positive (negative) correlation

Source: Cohen (1988)

Results

General Information of Respondents

From the study, there were 200 employees, working in ABC Company, an electronics manufacturing solutions provider located in Pathum Thani, Thailand, answering the questionnaires. As a result, it was found that most of the respondents were female (64.5%), aged between 21-40 years old (68.5%), were temporary staff (67.0%), worked as operational staff (91.5%), graduated lower than Bachelor's degree (66.0%) and earned monthly income less than or equal to 10,000 Baht (45.5%).

Respondents' Opinion towards Technological Service Quality and Employees' Work Performance

Table 3: Mean, Std. Deviation and opinion level of technological service quality and employees' work performance

Items	Mean	Std. Deviation	Opinion Level
Technological Service Quality			
- Technological Tangibility	3.86	0.61	Highly agreed
- Technological Reliability	3.97	0.59	Highly agreed
- Technological Response	3.99	0.63	Highly agreed
- Technological Empathy	3.90	0.65	Highly agreed
- Technological Assurance	4.17	0.70	Highly agreed
Total	3.98	0.57	Highly agreed
Employees' Work Performance			
- Individual Level	4.09	0.54	Highly agreed
- Organizational Level	4.17	0.57	Highly agreed
Total	4.13	0.52	Highly agreed

From the Table 3, it is found that, in terms of technological service quality, the overall mean score was rated as "highly agreed" with mean score as of 3.98 (S.D. = 0.57). When considering the mean score of each dimension, the study revealed that technological assurance had the highest

mean score as of 4.17 (S.D. = 0.70), followed by technological response, technological reliability, technological empathy and technological tangibility with mean scores as of 3.99 (S.D. = 0.63), 3.97 (S.D. = 0.59), 3.90 (S.D. = 0.65) and 3.86 (S.D. = 0.61), respectively.

In terms of employees' work performance, the study revealed that the overall of work performance was rated as "highly agreed" with mean score as of 4.13 (S.D. = 0.52). When considering to each dimensions, the study found that the organizational level had the highest mean score as of 4.17 (S.D. = 0.57), followed by the individual level with mean score as of 4.09 (S.D. = 0.54).

Hypotheses Testing

In relations to the study of relationship between technological service quality and employees' work performance, the researchers employed the Pearson correlation to test the hypotheses at 95% of confidence interval with significance level is 0.05. The details are displayed the following tables.

Hypothesis 1: Technological service quality had relationship with overall employees' work performance.

Table 4: Relationship between technological service quality and overall work performance

Technological Service Quality	Overall Work Performance			
	r	Direction	Degree	Rank
- Technological Tangibility	0.434**	Positive	Moderate	5
- Technological Reliability	0.452**	Positive	Moderate	4
- Technological Response	0.537**	Positive	High	2
- Technological Empathy	0.532**	Positive	High	3
- Technological Assurance	0.638**	Positive	High	1
Overall	0.580**	Positive	High	

Note: ** means Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

From the Table 4, it was found that technological service quality had high positive relationship with the overall work performance with coefficient (r) as 0.580.

When considering in each dimension, it was found that technological assurance, technological response, and technological empathy had high positive relationship with the overall work performance with coefficient (r) as 0.638, 0.537 and 0.532, respectively. In the meantime, technological reliability and technological tangibility had moderate positive relationship with the overall work performance with coefficient (r) as 0.434 and 0.452, respectively.

Hypothesis 2: Technological service quality had relationship with employees' work performance in terms of individual level.

Table 5 : Relationship between technological service quality and individual level

Technological Service Quality	Individual Level			
	r	Direction	Degree	Rank
- Technological Tangibility	0.380**	Positive	Moderate	5
- Technological Reliability	0.398**	Positive	Moderate	4
- Technological Response	0.467**	Positive	Moderate	3
- Technological Empathy	0.480**	Positive	Moderate	2
- Technological Assurance	0.559**	Positive	High	1
Overall	0.511**	Positive	High	

Note: ** means Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

From the Table 5, it was found that technological service quality had high positive relationship with the work performance in terms of individual level with coefficient (r) as 0.511.

When considering in each dimension, it was found that technological assurance had high positive relationship with individual level with coefficient (r) as 0.559. In the meantime, technological empathy, technological response, technological reliability and technological tangibility had moderate positive relationship with individual level with coefficient (r) as 0.480, 0.467, 0.398 and 0.380, respectively.

Hypothesis 3: Technological service quality had relationship with employees' work performance in terms of organizational level.

Table 6: Relationship between technological service quality and organizational level

Technological Service Quality	Organizational Level			
	r	Direction	Degree	Rank
- Technological Tangibility	0.427**	Positive	Moderate	5
- Technological Reliability	0.443**	Positive	Moderate	4
- Technological Response	0.530**	Positive	High	2
- Technological Empathy	0.512**	Positive	High	3
- Technological Assurance	0.627**	Positive	High	1
Overall	0.569**	Positive	High	

Note: ** means Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

From the Table 6, it was found that technological service quality had high positive relationship with the work performance in terms of organizational level with coefficient (r) as 0.569.

When considering in each dimension, it was found that technological assurance, technological response, and technological empathy had high positive relationship with the organizational level coefficient (r) as 0.627, 0.530 and 0.512, respectively. In the meantime, technological reliability and technological tangibility had moderate positive relationship with the organizational level with coefficient (r) as 0.443 and 0.427, respectively.

Discussion

From the study of relationship between technological service quality and employees' work performance: a case of an electronics manufacturing solutions provider located in Pathum Thani, Thailand, the researchers can discuss in the following points.

In terms of studying employees' opinion towards technological service quality, it was found that the employees had the same opinion towards technological service quality in terms of technological assurance, technological response, technological reliability, technological empathy and technological tangibility in the high level. This is because the importance of the technology that can help the organization to achieve its goals, especially in terms facilitating the administration and increasing employee performance. Nowadays, the organization implements technology such as welfare system, online communication, electronic mail, company website presenting crucial information and background, transportation booking, check in and out system and others with the concept of simplicity and quality. In addition, the organization have had the welled plan of administration related to the technology implementation and attempts to reach the satisfaction of the employees. Consequently, the employees can perceived the technological service quality and are satisfied with it. This is correspondent the study done by Navimipour, & Soltani (2016) revealing that the employees will be accepting the technology when the organization can provide the well-planned administration and high quality of service.

In terms of studying employees' opinion towards employees' work performance; it was found that the employees had the same opinion towards the employees' work performance in terms of organizational level and individual level in the high level. This is because the employees understand the importance and benefits of the technology that it can create the work performance including skills and work quality. This is matched with the study by Navimipour, & Soltani (2016) mentioning that technology is playing an important role for organizations in facilitating the work and increase work performance.

In terms of studying the relationship between technological service quality and work performance both in individual and organizational level, the study was found that technological service quality in terms of technological assurance, technological response, technological empathy, technological reliability and technological tangibility had positive relationship with the work performance in both individual level and organizational level. This is because the quality of the technology implementation, done by the organization making sure that the technology, implemented with reliability, accessibility, accurateness, responsiveness, can satisfy and increase work quantity and quality, and skills of the employees (Asfaw, Argaw, & Bayissa, 2015; Bin, 2015; Chaimongkol, et al., 2018). In other word, it can be meant that the more the technology is friendly and understands the employees, the more the employees feel satisfactory to contribute good works for the organization. In addition, the higher technological service quality such as technology trainings and workshop provided to employees can help employees learn more and are not scared of technology (Navimipour, & Soltani, 2016).

Suggestions

For practical aspect

1. The company should implement the technology with good service quality in terms technological assurance, technological response, technological empathy, technological reliability and technological tangibility of in order to promote the performance of the employees.

2. The company should emphasize on the technological service quality in terms of technological assurance, technological empathy, technological response, technological reliability and technological tangibility to promote employees' work emotion.

3. The company should also emphasize on technological assurance, technological response, technological empathy, technological reliability and technological tangibility in order to create the employees' work quality.

4. Other companies can use this model to implement the technology to their organization in order to create the employees' work performance.

For future researches

1. There should be a study focusing on the moderate variables such as learning and sharing of knowledge, organizational culture, motivation and other possible variables towards the technology usage in the organization which it can finally result in increasing the employee performance.

2. The method to collect the data can be changed from quantitative research to qualitative research such as interview, focus group and participation in the organization in order to gain the in-depth data.

3. The future research should focus on the other study area besides manufacturing company. The different types of organization may yield the different outcome towards the work performance by using technological service quality.

Reference

- Asfaw, A. M., Argaw, M. D., & Bayissa, L. (2015). The impact of training and development on employee performance and effectiveness: A case study of District Five Administration Office, Bole Sub-City, Addis Ababa, Ethiopia. **Journal of Human Resource and Sustainability Studies**, 3(04), 188.
- Best, W.J & Kahn, V.J. (2006). *Research in Education* (10th ed). Boston: Allyn & Bacon.
- Bin, A. S. (2015). The relationship between job satisfaction, job performance and employee engagement: An explorative study. **Issues in Business Management and Economics**, 4(1), 1-8.
- Bowen, D. E., & Schneider, B. (1988). Services marketing and management-implications for organizational-behavior. **Research in organizational behavior**, 10, 43-80.
- Castro, M. L., & Martins, N. (2010). The relationship between organisational climate and employee satisfaction in a South African information and technology organization. **SA Journal of Industrial Psychology**, 36(1), 1-9.
- Chaimongkol, N., Chienwattanasook, K., Onputtha, S., Sookwilai, N., & Pongwang, N. (2018). Employees' Job satisfaction and employees' desirable behavior affecting employees' work

- performance: a case of Christiani & Nielsen (Thai) Public Company Limited. **Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies**, 7(2), 105-117
- Chienwattanasook, K., Onputtha, S., & Fugkum, S. (2018). Relationship among Leadership Styles, Fellowship Styles and Organizational Commitment of Employees. **Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies**, 7(1), 25-34
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*, 2nd ed. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Gilbert, G. R. (2000). Measuring internal customer satisfaction. **Managing Service Quality: An International Journal**, 10(3), 178-186.
- Hajjar, S. T. (2014). A statistical study to develop a reliable scale to evaluate instructors within higher institution. **WSEAS Transactions on Mathematics**, 13, 885-894.
- Hirmukhe, J. (2012). Measuring internal customers' perception on service quality using SERVQUAL in administrative services. **International journal of scientific and research publications**, 2(3), 1-6.
- Jie, L., & Jiang, W. (2008). The Negative Effects of Information Technology on Employees' Mental Health and Their Solutions. **2008 International Seminar on Business and Information Management**. 4533-456
- Jun, M., & Cai, S. (2010). Examining the relationships between internal service quality and its dimensions, and internal customer satisfaction. **Total Quality Management**, 21(2), 205-223.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. **Educational and psychological measurement**, 30(3), 607-610.
- Navimipour, N. J., & Soltani, Z. (2016). The impact of cost, technology acceptance and employees' satisfaction on the effectiveness of the electronic customer relationship management systems. **Computers in Human Behavior**, 55, 1052-1066.
- Syafii, L. I., Thoyib, A., & Nimran, U. (2015). The role of corporate culture and employee motivation as a mediating variable of leadership style related with the employee performance (studies in Perum Perhutani). **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 211, 1142-1147.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., Berry, L. L., & Berry, L. L. (1990). **Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations**. Simon and Schuster.

DESIRABLE COMPETENCIES STUDY DEVELOPING THE COMPETENCY METHOD FOR GUIDANCE TEACHERS IN SECONDARY SCHOOL UNDER THE OFFICE OF BASIC EDUCATION COMMISSION

Vithaya Jansila**

Sathiraporn Chaowachai**

Amornrat Santueankaew*

Abstract

The research purposes were to conduct a desirable competencies and define a method of develop the competency for guidance teachers in secondary school under the Office of Basic Education Commission. The respondents were 84 administrators and guidance teacher of the model school in the Educational Service Area Office and 6 professionals with experience in developing guidance teachers. The research instrument was a questionnaire which constructed by researcher and was approved by expertise for the desirable competencies of guidance teachers and interviews, how to develop guidance teachers.

The results of research were as follows:

1. The desirable competencies of the guidance teachers consists of 3 competencies: Core Competency, Functional Competency, and Personal Competency
2. The method to developing the competency for guidance teacher competencies consisted of 11 methods. 1) Lecture, 2) Mentoring, 3) Continuing Education, 4) Study Tour, 5) Work shop, 6) Continuing Education, 7) Seminar, 8) Coaching, 9) On the job training ,10) Apply Professional Learning Community to use in school, and 11) Knowledge Management.

Keywords: competency, guidance teacher

* Educational Administration in Naresuan University, Faculty of Education, Naresuan University.

**Ph.D. in Educational Administration in Magudh University, Associate Professor Dr. Faculty of Education, Naresuan University.

Introduction

Nowadays, people are forced by economy, information technology, population structure, and politics. That changes the way they live and work. If this rate continues, people who can survive in this change should have different skill from people in the last century. People in the 21st century must have learning skill and thinking skill, knowledge in information, communication and life skill. (Duangch and Diowila ,et al., 2015, p.1) Parents need to work longer hour to keep up well living, hence children have no one to take care of. Children tend to have mental problem afterward; depression with high suicide tendency. Inappropriate media, long hour of game playing, gambling, diffusion of drugs, violence, and having sex before the age of consent which caused inappropriate pregnancy. All of those were the reflection of unaware about sex. In addition, computer game and online game are popular among children and cause the game addict problem. From this case, children tend to have attention deficit hyperactivity disorder (ADHD). For the children who didn't choose the appropriate thing for their lives will be in the risky group. (Tantichuwet, 2017, pp. 89-99)

The way to solve these problems is to use proper guidances. According to the Core Curriculum 2008, it specified that the guidance for developing the learner to know themselves, to think, to solve problem, to plan study and career and to adapt themselves in situation. More over, teachers will know and understand children, so they can help and advise parent to develop students (Ministry of Education, 2008, p.16). More over, it's also to help student get knowledge learning skill and experience, to practice to be a good student who have Ethics, Integrity service mind and to have happiness in life so that they can stay with other in society. (Junlacharp, 2015, p.9)

The problem in developing guidance is that guidance teacher was not graduated from guidance and the most school use teacher from other branch to teach guidance. Consistent with Pagawan Uisakul (2008, p.129), a research study for counselling service development of secondary school. Guidance teachers found that, They have a lot of work at school so they don't have time to develop their knowledge and they weren't graduated from guidance or psychology field, hence they are lack of student analysis skill From the research data of guidance teachers all over country in 2009 found that teachers who were graduated from guidance were 3,265 people and teachers who were trained to be guidance were 23,656 people compare with 8 million students in Thailand. (The Office of The Basic Education Commission, 2009 refer Tippakrit. (2010, p.129) Consistent with Praiswan (2009) studied Development of a guidance activity training program for teachers found that the most school which lack of teacher graduated from guidance and didn't have knowledge skill in teaching guidance activity. (Praiswan, 2009, p.4) Some teachers who taught guidance lack of attention and dedication to focus on the development. (Junlacharp, 2015, p.326)

Therefore, the guidance teachers must have competency because competency mean knowledge skill and characteristic which help working as a guidance effectively and successfully. (Chantakul, 2016, p.26, Sirichotiratana, 2017, p.87, Ledford, 1995, pp. 55- 63. Blanchard and Thack, 2007, p.121). Competencies are divided into 3 categories; Core Competency, Functional Competency,

and Personal Competency. (Smithikai, 2011, p.87, Jansirisi, 2011) that will help guidance teacher work effectively.

From the rationale above, the researcher were interested in desirable competencies study and method to developing the competency method for guidance teacher in secondary school under the office of basic education commission. So that guidance teachers will have knowledge skill and good competency in work. If guidance teacher have good competencies will help the student find their talent and goodness in life.

The Research Objectives:

1. To study desirable competencies for guidance teacher in secondary school under the Office of Basic Education Commission
2. To develop the competency method for guidance teacher in secondary school under the Office of Basic Education Commission

Research Framework

Desirable competencies study developing the competency method for guidance teacher in secondary school under the Office of Basic Education Commission. Study from theory and research that related development competency teachers in Figure 1

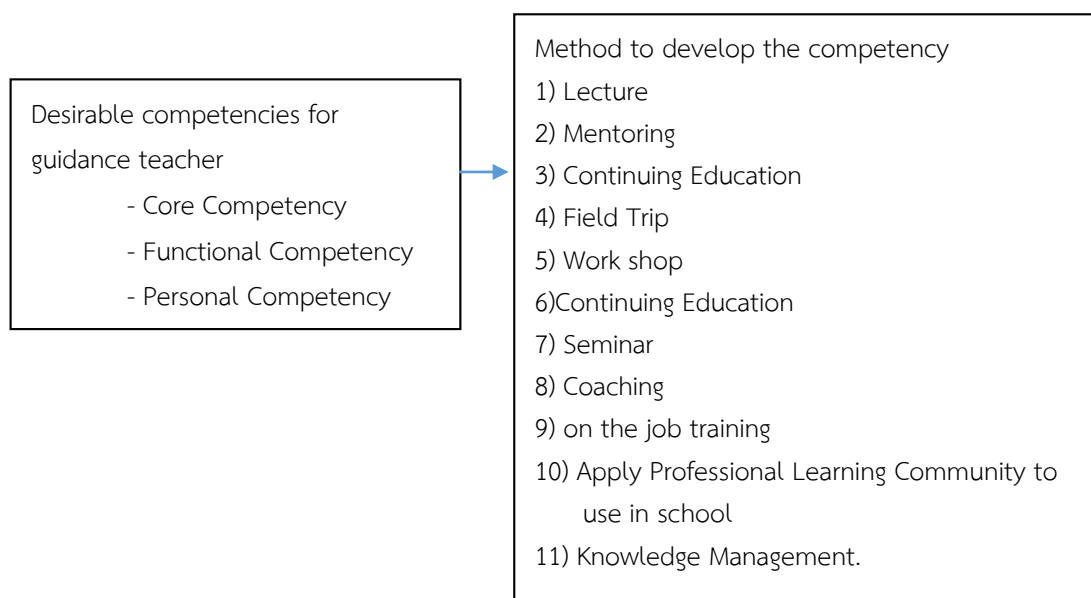


Figure 1: Research Framework

The Research Design:

Section 1 Desirable competencies study for guidance teacher in secondary school under the Office of Basic Education Commission

Contributors

Eighty Four administrators and guidance teachers of the school model in the Educational Service Area Office, academic year 2016, by purposive sampling.

Variables were: Desirable competencies for guidance teachers

The research instrument:

1. The questionnaire about "Desirable competencies study for guidance teacher in secondary school under the Office of Basic Education Commission". Divided into 2 sections. Section 1: Information about the status of the respondents. Section 2 asks about desirable competencies for guidance teachers in secondary school, consists of 3 competencies 1) Core Competency 2) Functional Competency 3) Personal Competency. There are 5 levels of Rating Scale, with the following tools:

1.1 Study theory and related literature about the development of teacher competency. From the analysis found that there are 3 main competencies which are Core Competency, Functional Competency, and Personal Competency

1.2 Draft the questionnaire about desirable competencies

1.3 Check by the experts for content validity and index of consistency (IOC) then improve from the suggestion to collect data.

1.4 To test reliability for the questionnaire by Cronbach's Alpha Coefficient. The result was 0.94.

Data Analysis

Desirable competencies study for guidance teacher. Researchers sent questionnaire about desirable competencies study for guidance teachers in secondary school to administrators and guidance teachers of 42 school Under the Office of Basic Education Commission then analyze by mean and standard deviation.

Section 2 . Study method of developing guidance teacher competency in secondary school under the Office of Basic Education Commission.

Contributors

There are 6 professionals who have knowledge and experience that related to guidance by purposive sampling. Divided into 2 groups 1) professor in university, and 2) guidance teacher who had experience teaching guidance in school for more than 10 years and received an award from The guidance association of Thailand.

Variables were: A development method for guidance teacher

The research instrument:

Interview development method for guidance teacher in secondary school under the office of Basic Education Commission with the following tools:

1. Take analyzed data and related literature from section 1 to create semi-structure interview.

2. Write the question about the development method for guidance teacher to advisor.
3. Improved by suggestion to collect data.

Data Analysis

Desirable competencies for guidance teacher. The researcher interview 6 experts about the development method for guidance teachers in secondary school then draw a conclusion by content analysis

The Research Conclusion

The results of research on "Desirable competencies study and developing the competency method for guidance teacher in secondary school under the Office of Basic Education Commission" were divided into 2 sections

Section 1 The result of desirable competencies for guidance teacher in secondary school under the Office of Basic Education Commission.

1.1 Overview on desirable competencies study for guidance teacher in secondary school under the Office of Basic Education Commission. The results are shown in table 1

Table 1: Mean and Standard Deviation of desirable competencies for guidance teachers

Competency	\bar{x}	S.D.	Competency level
Core Competency	4.70	0.31	maximum
Functional Competency	4.54	0.43	maximum
Personal Competency	4.65	0.40	maximum
Total	4.63	0.35	maximum

From Table 1 , There are of 3 competencies which is Core Competency, Functional Competency, and Personal Competency. The overall result shows mean and standard deviation of $\bar{x} = 4.63$, S.D = 0.35. Considering from highest to lowest found that the highest is Core Competency of $\bar{x} = 4.70$, S.D = 0.31, then $\bar{x} = 4.65$, S.D = 0.40 for Personal Competency and lowest $\bar{x} = 4.54$, S.D = 0.43 for Functional Competency

Consideration of sub-competency The findings are shown in Table 2-4 as follows:

Table 2: Mean and Standard Deviation of desirable core competencies for guidance teachers

Competency	\bar{X}	S.D.	Competency level
Working Achievement Motivation	4.61	0.42	maximum
Service Mind	4.77	0.36	maximum
Self-Development	4.54	0.46	maximum
Team Work	4.73	0.40	maximum
Teacher's Ethics and Integrity	4.84	0.30	maximum
Total	4.70	0.31	maximum

From Table 2, The overall result for the desirable core competencies for guidance teacher was ($\bar{X} = 4.70$, S.D = 0.31). Ranging from highest to lowest found that Teacher's Ethics and Integrity ($\bar{X} = 4.84$, S.D = 0.30), Service Mind ($\bar{X} = 4.77$, S.D = 0.36), Team Work ($\bar{X} = 4.73$, S.D = 0.40), Working Achievement Motivation ($\bar{X} = 4.61$, S.D = 0.42) and lowest Self-Development ($\bar{X} = 4.54$, S.D = 0.46)

Table 3: Mean and Standard Deviation desirable of Functional Competency for guidance teachers

Competency	\bar{X}	S.D.	Competency level
Curriculum and Learning Management	4.60	0.40	maximum
Student Development	4.53	0.47	maximum
Classroom Management	4.60	0.46	maximum
Analysis & Synthesis & Classroom Research	4.41	0.66	most
Teacher Leadership	4.65	0.42	maximum
Relationship & Collaborative-Building for Learning Management	4.56	0.41	Maximum
Total	4.54	0.43	maximum

From Table 3, The overall result for the desirable functional competency for guidance teachers was ($\bar{X} = 4.54$, S.D = 0.43). Ranging from highest to lowest found that Teacher Leadership ($\bar{X} = 4.65$, S.D = 0.42), Curriculum and Learning Management and Classroom Management ($\bar{X} = 4.60$, S.D = 0.46), Relationship & Collaborative-Building for Learning Management ($\bar{X} = 4.56$, S.D = 0.41),

Student Development ($\bar{X} = 4.53$, S.D = 0.47). and lowest Analysis and Synthesis & Classroom Research ($\bar{X} = 4.41$, S.D = 0.66).

Table 4: Mean standard deviation for desirable Personal Competency for guidance teacher

Competency	\bar{X}	S.D.	Competency level
Knowledge	4.59	0.48	maximum
Counseling Skill	4.63	0.42	maximum
Characteristics	4.71	0.36	maximum
Total	4.65	0.40	maximum

From Table 4, The overall result for the desirable for Personal Competency for guidance teacher was ($\bar{X} = 4.65$, S.D = 0.40). Ranging from highest to lowest found that Characteristics ($\bar{X} = 4.71$, S.D = 0.36), Counseling Skill ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.42). and lowest Knowledge ($\bar{X} = 4.59$, S.D = 0.48)

Section 2 Study developing the competency method for guidance teachers in secondary school under the Office of Basic Education Commission. The researcher interviews 6 professional findings are shown in Table 5 as follows

Table 5: Competency and developing methods the competency for guidance teacher in secondary school.

Competency	Developing method the competency
1. Core Competency	1. Applied Professional Learning Community in school 2. Lecture 3. Continuing Education 4. Self Education
2. Functional Competency	1. Apply Professional Learning Community in school 2. Lecture 3. Study Tour 4. Self-Education
3. Personal Competency	1. Applied Professional Learning Community in school 2. Continuing Education 3. On the job training 5. Mentoring 6. Coaching 7. Work shop 8. seminar

9. Knowledge Management.

Discussion

The research results show the “Desirable competencies study developing the competency method for guidance teacher in secondary school under the Office of Basic Education Commission. Results are as follows.

Overview; the desirable competencies study for guidance teachers in secondary school was the highest level. The highest average was Core Competency, Therefore every teacher need to achieve the goals, vision, and mission of the organization. This is the basis for the successful implementation of the mission. A studied by Tharinee Apairoj (2011, p.59) on the core competency for human resource development : case study of Office of the President, Mahidol University, Salaya campus, Thailand, Found that the current core competency of the personnel office had an overall average score that was high and the expected core competency of personnel officers had an overall score at the highest. According to a study by Pirayaa Juycharoen.(2014, pp.86-87). A Study of the current state, problems, and guidelines of developing teachers’ competencies under Ubonratchathani provincial administration organization the current state of core competency were in high level.

Desirable core competencies for guidance teachers in secondary schools under the Office of the Basic Education Commission: Of all 5 competencies Teacher’s Ethics and Integrity were found to be the highest. Ethics is a virtue that makes the practitioner honorable, dignified, and virtuous. (Vehachart, 2017, p. 330). Teachers must follow the instruction by adhering to professional ethics. Teachers with moral and ethical values will love the faith of both the learner and the parent. Relate with Parichart Suntikhawong. (2013, abstract). The study of teachers’ competencies based on the indicators of Thai teachers’ criterion Banglamung 1 cluster under Chonburi primary educational service area office 3. It was found that teacher’s ethics and integrity were high average. also with Ganyawara Phancharoen (2016,abstract) was studied The Competency of School Teachers in Santiratwithayalai School Secondary Educational Service Area Office Area 1. Found that, teacher’s ethics and integrity were high average.

Desirable Functional Competency for guidance teachers It is found that the highest value is leadership, the teacher with the leader skill will influence encourage colleagues to work as a team. Also responsible of to oneself and public in order to influence others. the thoughts and actions toward the save goal. Pirayaa Juycharoen (2014, p.87) conducted study “Current State, Problems, and Guidelines of Developing Teachers’ Competencies under Ubonratchathani Provincial Administration Organization”It was found that Functional Competency Teacher Leadership were high average. Therefore the teacher should be a person of change and interested in the situation. At present Information retrieval new professional knowledge encourage others to learn, collaborate, and develop as learners. Education and professional work with others under the changed system. According to Leelahakorn, et al., 2015, p. 95) Teacher Leadership was studied in Secondary Schools under the Office of The Basic Education Commission in Upper Southern Region. The research results stated that the elements of teacher leadership in secondary schools under The Office of The Basic

Education Commission in Upper Southern Region consisted of 7 elements: 1) Collaborative decision making on development of education in schools; 2) Collaborative creation of cooperation developing the learning of students; 3) Collaborative instructional development for goal achievement; 4) Collaborative knowledge sharing; 5) Influential person in school works; 6) Specialization in teaching students; and 7) Leadership in working. In addition, the relationship between teacher leadership and quality of student education showed a high positive correlation.

Desirable Personal Competency for guidance teachers were at the highest level. And the highest were Characteristics. This is the unique nature of the counselor who makes the counseling work successful. The Characteristics that make effective guiding practices should have the following characteristics: understand yourself and others, patience, compassion, responsibility, emotional stability, good human relations, good listeners, reasonably interested in learning, and using appropriate counseling skills.;

Section 2 study developing the competency method for guidance teacher in secondary school under the Office of basic Education Commission. The methods that can be used for developing the competency is applying Professional Learning Community (PLC) in school. Professional learning in the academy. (Hord, Roussin and Sommers, 2009, (refer from Panon Uchuparp, 2017, 244-245). Identify the key principles of the professional learning community as hope or HOPE to cooperation in PLC., meaning the professional H (Honesty and Humanity) show honesty and moral with real data. Knowledge of self development. O (Option and Openness) means to choose the best way to get help and learn from others. P (Patience and Persistence) stands for patience and perseverance. E (Efficacy and Enthusiasm) refers to the efficiency and attention for self-improvement. The importance of the professional learning community of teachers is to reduce the feeling of isolation at work. To help complete the mission. Lead to learning and responsibility in the development of learners. And use of information to faster and more widely develop profession. This is good for teacher improvement at any time. Meyer's research (2002, pp. 27-39) about PLC found that participating in the learning community would enable novice teachers to get a benefit from being a community member, because of PLC is a voluntary group of teacher who has a purpose of learning and teaching.

The Research Recommendation:

1. The results of the research found that a desirable in developing competencies were at the maximum level, therefore considering reliable method will help with the school
2. The results of the research found that the reliable method that suitable to developing teacher's competencies is PLC method or Professional Learning Community. Therefore school administrator should considering PLC apply in the school, also develop teachers in other subjects

Research Recommendation for Further Studies:

1. To study a strategy in developing guidance teachers under primary and secondary schools.

2. Guidelines should be develop to improve the performance of guidance teachers in secondary schools.

References

- Blanchard P.N., Thacker J.W. (2007). **Effective training:Systems, strategies. And practices.** (3rded). Upper Saddle River, NJ:Pearson Prentice Hall.
- Chuchai Smithikrai. (2011). **Personnel training in organization.** Bangkok: Chulalongkorn University.
- Duangchand Diowwila ,et al. (2015). **The Propelling of Learning Strategy to Enhance the 21st Century Skills of Students in Lampang Province through Instructional Coaching Process.** Bangkok:The Thailand Research Fund
- Ganyawara Phancharoen. (2016). **The Competency of School Teachers in Santiratwithayalai School Secondary Educational Service Area Office Area 1.** Master's thesis, University of Burapha.
- Ledford, E.G. (1995). Paying for Skills, Knowledge, and Competencies of Knowledge Workers. **Compensation & Benefites Review**, 2(23): 24-38.
- Meyer,T.(2002). **Notice Teacher Learning Communitie: An Alternative to One-on-One Mentoring.** American Secondary Education, 31(1), 27-42.
- Ministry of Education. (2008). **Core Curriculum of the basic education commission 2008.** Bangkok:The Agricultural Co-operative Federation of Thailand.
- Nirun Junlacharp. (2015). **Guidance for student's development.** Songkhla: Numsin
- Nithat Sirichotiratana. (2017). **Human Resource Management in the 21st Century.** Bangkok: Chulalongkorn University.
- Pagawan Uisakul. (2008). **A need assessment research study for counselling service development of secondary school guidance teachers.** Master's thesis, University of Chulalongkorn.
- Panon Uchuparp. (2017). **Education and teaching profession.** Bangkok: University of Chulalongkorn
- Parichart Suntilakhawong. (2556). **The study of teachers' competency based on the indicators of Thai teachers' criterion Banglamung 1 cluster under chonburi primary educational service area office 3.** Master's thesis, University of Burapha.
- Patcharapa Tantichuwet. (2017). **Alpha generation New Generation in Thai Society 21st Century.** Bangkok: Chulalongkorn University.
- Patcharawit Jansirisi. (2011). **Development of Manageral Competency.** Mahasarakham : University of Mahasarakham.
- Peerawat Chantakul. (2016). **A model enhancing teacher competency in using information and communication technology for learning management of the 21st centur.** Doctor's thesis, University of Naresuan.
- Pirayaa Juycharoen.(2014). **A Study of the Current State, Problems, and Guidelines Of Developing Teachers'Competencies under Ubonratchathani Provincial Administration Organization.** Master's thesis, University of Ubon Ratchathani Rajabhat.

- Prapaisri Leelahakorn, et al. (2015, January-June). **Teacher Leadership in Secondary Schools under The Office of The Basic Education Commission in Upper Southern Region.** Education journal University of Thaksin 15(1), 95.
- Rungchachadaporn Vehachart. (2017). Ethics for professional administrators. Bangkok: Numsin.
- Tee Tippakrit. (2010). **Practical counselors practiced more than theory..** Nonthaburi: Thai Health Promotion Foundation.
- Tharinee Apairoj. (2011, January-April). **A study of core competency for human resource development : case study of Office of the President, Mahidol University, Salaya campus, Thailand.** Academic services journal 22(1), 59-71
- Yupasri Praiwan. (2010). **Development of a guidance activity training program for teachers.** Doctor's thesis, King mongkuit's university of technology north Bangkok.

SALARY DIFFERENCE AMONG CONSULTING ENGINEERS: INFORMATION FROM A TRIAL SURVEY FOCUSING ON REPUTATION OF THE UNIVERSITIES

Pichit Eamsopana*

Abstract

This study used data collected from a trial survey in Thonburi area of Bangkok, Thailand and self created employer interviews to analyze salary difference between young consulting engineers who graduated from top universities and those who were from the non top ones. The data provided 94 qualified consulting engineers for the analysis, 46 from the Northern Thonburi area and 48 from the Southern Thonburi area. The result of the study revealed that there was significant salary difference between that of the top and non top university engineers. On average, the top university engineers had 9.37 percent higher salary than the non top ones. The productive personal characteristics and engineering skills were seen as potential factors of the salary difference.

Keywords: Salary Difference, Consulting Engineers, University Ranking

Introduction

In January 2018, researchers of a research project titled "Working Condition Analysis of Construction Projects in Thonburi Area" conducted a trial survey to evaluate feasibility of the project and sounded out the possible results before the real survey scheduled. Although it was only a trial survey, the data obtained still had merit. At least, they provided us some clues about recent working situation in construction sites. Especially in our case here, the gap of salary among young consulting engineers was observed. Hence, the curiosity to find out whether or not the gap was significant arose. The provenance of this paper started from this point.

Generally, employee compensation is determined by the employee's productivity. Good productivity is believed to be due to good personal characteristics of employees. For this reason, an employee who has better personal characteristics fitted to work creates more productivity and receives higher compensation in return. This determination of compensation is derived from the economic concept of the marginal revenue productivity of wage. Wage paid equals the marginal revenue brought by the worker. More value of the revenue brought or more marginal product of labor, the higher wage paid, or simply more value the worker creates to the firm the worker receives in return higher wage to match the value (Mincer, 1974; Becker, 1975; Hellerstein

* Ph.D. (Economics) from University of Utah, U.S.A., Lecturer, Faculty of Business Administration, Siam University, Bangkok, Thailand

and Neumark, 1999; Hellerstein, Neumark, and Troske, 1999; McConnell, Brue, and Macpherson, 2016).

Mostly, the personal characteristics of the employees are obvious and easily captured such as years of experience, schooling, professional associations, or certifications (Medoff and Abraham, 1980; Holzer, 1990; Borjas, 2012). However, some characteristics are unobserved yet play important role in compensation formulation. At the time of receiving data of this trial survey, the researcher noticed gap of salary of newly graduated consulting engineers between graduation from the well-known universities and the mediocre ones. Universities engineers graduated, therefore, could be one of the unobserved factors in salary determination and it is interesting to study further. A similar question arose in previous studies. Even though little conducted on engineers' salary, many found that there was linkage between universities' prominence and earnings of the graduates with several features of explanation (Morgan and Duncan, 1979; James, et al., 1989; Loury and Garman, 1995; Brewer, Eide, and Ehrenberg, 1999; Dale and Krueger, 2002; Black and Smith, 2006).

Method

This study made use of data received from a trial survey of a research project title "Working Condition Analysis of Construction Projects in Thonburi Area". The trial survey interviewed employees in construction sites. The interview questions were mainly adapted from Premchander, et al. (2014). The accidental sampling was applied toward construction sites guided by the civil work officers of the Bangkok Metropolitan Administration's District Offices. The goal was to have as many as respondents possible in 7 days period. The trial survey conducted 2 rounds in January 2018 (January 3, 2018 to January 10, 2018) in Northern Thonburi and March 2018 (March 12, 2018 to March 19, 2018) in Southern Thonburi. The data obtained provided rich demographic and socioeconomic information of employees in the construction fields. For this study, only consulting engineers were selected with the conditions that the engineers:

- 1) must not be in the probationary period.
- 2) are not over 28 years of age.
- 3) have graduated from their universities for not more than 4 years.
- 4) have no work experience or have not more than 4 years of work experience.
- 5) have not done the English proficiency test or have the paper based Toefl score of 493 (or equivalent) or lower.
- 6) have no the engineering license or have not higher than the associate level of the engineering license.

When an engineer who met all conditions above was found, name of the university the engineer graduated and his salary (Baht per month) were recorded.

However, this study required additional information, the university ranking. At the end of March 2018, the research team went back to the same construction sites where the engineer's

data were collected to interview business owners, site managers, or supervisors of the selected engineers about the university ranking, their opinions on the reputation of the universities and performance of the engineers. The top and non top universities were identified by having the business owners, site managers, or supervisors classified what they thought were the 8 top engineering universities. After classification, the research team marked 8 points for the most top university, 7 for the second top, 6 for the third top, and so on. Points from all respondents were calculated to have 5 top universities that received the highest points. In this study, we used these 5 universities as the best or the top universities while the other universities were classified as the non top universities. The engineers graduated from the top, therefore, were subjected to test whether or not they had higher salary than the one who graduated from the non top. The testing technique to identify existence of the salary difference was a two sample t test for difference of means. The hypotheses were set as:

$$H_0: \mu_{\text{Top}} - \mu_{\text{NTop}} \leq 0$$

$$H_1: \mu_{\text{Top}} - \mu_{\text{NTop}} > 0 ; \text{ where}$$

μ_{Top} is the population mean of salary of the consulting engineers who graduated from the top universities and

μ_{NTop} is the population mean of salary of the consulting engineers who graduated from the non top universities

Results

1. The University Ranking:

The data from the construction sites in Northern Thonburi area (Thonburi District, Khlongsam District, Chomthong District, Bangkokyai District, Bangkoknoi District, Bangphlat District, Talingchan District, and Thawiwatthana District) had the business owners, site managers, or supervisors of 31 participated. The 5 top universities were:

- 1) Chulalongkorn University
- 2) King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
- 3) Kasetsart University
- 4) King Mongkut's University of Technology Thonburi
- 5) King Mongkut's University of Technology North Bangkok

The data from the construction sites in Southern Thonburi area (Phasicharoen District, Bangkhae District, Nongkhaem District, Bangkhunthian District, Bangbon District, Ratburana District, and Thungkhru District) had the business owners, site managers, or supervisors of 34 participated. The 5 top universities were:

- 1) Chulalongkorn University

- 2) King Mongkut's University of Technology Thonburi
- 3) Kasetsart University
- 4) King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
- 5) King Mongkut's University of Technology North Bangkok

The surveys of the Northern and the Southern Thonburi areas provided similar results. Both revealed the same names of the 5 top engineering universities. Only slight difference was the ranking of King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang and King Mongkut's University of Technology Thonburi. The data from the Northern area ranked King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang the second and ranked King Mongkut's University of Technology Thonburi the fourth. Alternately, the data from the Southern area showed that the second was King Mongkut's University of Technology Thonburi and the fourth was King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang.

2. Salary Difference:

Table 1 The hypothesis testing result for the Northern Thonburi area

Northern Thonburi area

University Type	Top	Non Top
Observation	14	32
Mean Salary	27,035.714	24,918.750
Sample Variance	10,979,395.604	6,760,282.258
Difference of Mean Salary: 2,116.964		
Pooled Variance: 8,006,838.474		
t-stat: 2.335**		

** represents a significance level of .05 or better.

Table 2 The hypothesis testing result for the Southern Thonburi area

Southern Thonburi area

University Type	Top	Non Top
Observation	18	30
Mean Salary	26,955.556	24,450.000
Sample Variance	10,106,143.791	8,975,689.655
Difference of Mean Salary: 2,505.556		
Pooled Variance: 9,393,466.184		
t-stat: 2.742***		

*** represents a significance level of .01 or better.

Testing the data from the Northern and the Southern areas provided similar results. Both of the t-statistics fell in the rejection region. The null hypothesis was rejected. Hence, we had

statistical evidence to say that the top university consulting engineers had more salary than the non top. The data from the Northern area provided difference of mean salary of 2,116.96 Baht per month and the data from the Southern area provided difference of mean salary of 2,505.56 Baht per month. Making an average of the two figures gave the difference of 2,311.26 Baht per month or roughly speaking 9.37 percent more on average that the employers paid higher in order to hire the top university engineers.

3. Opinions of Employers:

Besides having the business owners, site managers, or supervisors of the engineers ranked the universities, the research team had conversation with them to find their views on the engineers' performance. The 5 most common answers summarized as strength and weakness are presented in the tables below

The Top University Engineers:

<u>Strength</u>	<u>Weakness</u>
Robust engineering skills	High pay
Responsibility and dependability	Not staying for long / Always looking for new opportunity
Working well when facing challenging tasks / Having initiative and creative ideas	Being too cautious and skeptical
Assignments completed in timely manner with low cost	Being arrogant and too independent
Leadership and vision	English communication

The Non Top University Engineers:

<u>Strength</u>	<u>Weakness</u>
Diligence and patience	Weak or only ordinary capability
Good people skills	High errors and improvidence
Following orders	Lacking of self confidence / Need of guidance and instruction
Dedicated and being energetic learners	Low creativity
Friendliness / Humbleness	Explanation, presentation, and

	English skills
--	----------------

Conclusion

The hypothesis testing implied the linkage between universities' reputation and salary of the graduates similar to what have revealed in the previous studies (Morgan and Duncan, 1979; James, et al., 1989; Loury and Garman, 1995; Brewer, Eide, and Ehrenberg, 1999; Dale and Krueger, 2002; Black and Smith, 2006). The results of this study challenge the saying, "study anywhere, every university is the same". The saying might be to comfort ones who cannot go through prestigious universities but our research evidence shows employers seem to value differently on the graduates' institutions. This study found significant difference in salary between that of the top university consulting engineers and the non top ones. Both data from the Northern and Southern Thonburi areas provided the similar results. On average, the top university engineers had higher salary than the non top ones by 9.37 percent. This difference is quite decent when we consider employers' opinions toward the engineers' performance. The productive personal characteristics and engineering skills were valued higher than other factors and they can be found in the top university engineers. Therefore, the top university engineers earned more. However, the non top university engineers were still employed, yet with lesser salary, because the employers may realize merit of other competence and potentiality of skill development of the lower pay.

In spite of the significant result, this study encourages further studies or more advanced analysis of this topic. To confirm the salary difference, we need larger and more reliable samples and perhaps, more elaborate tools such as decomposition techniques or models of efficiency wage. To confirm the high pay of the top university engineers, we need to extensively examine quality of the universities, sources of productive personal characteristics, and employers' preferences.

References

- Becker, G.S. (1975). **Human capital** (2nd ed.). Chicago: The University of Chicago Press.
- Black, D. and Smith, J. (2006). Estimating returns to college quality with multiple proxies for quality. **Journal of Labor Economics**, 24(3), 701-728.
- Borjas, G. (2012). **Labor economics** (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Brewer, D.J., Eide, E.R., & Ehrenberg, R.G. (1999). Does it pay to attend an elite private college? cross-cohort evidence on the effects of college type on earnings. **Journal of Human Resources**, 34(1), 104-123.

- Dale, S.B. and Krueger, A.B. (2002). Estimating the payoff to attending a more selective college: an application of selection on observables and unobservables. **Quarterly Journal of Economics**, **117**(4), 1491-1527.
- Hellerstein, J.K. and Neumark, D. (1999, February). Sex, wages, and productivity: an empirical analysis of Israeli firm-level data. **International Economic Review**, **40**(1), 95-123.
- Hellerstein, J.K., Neumark, D., & Troske, K.R. (1999, July). Wages, productivity, and worker characteristics: evidence from plant-level production functions and wage equations. **Journal of Labor Economics**, **17**(3), 409-46.
- Holzer, H.J. (1990). The determinants of employee productivity and earnings. **Industrial Relations**, **29**(3), 403-22.
- James, E., Alsalam, N., Conaty, J.C., & To, D.L. (1989). College quality and future earnings: where should you send your child to college? **The American Economic Review**, **79**(2), 247-252.
- Loury, L.D. and Garman, D. (1995). College selectivity and earnings. **Journal of Labor Economics**, **13**(2), 289-308.
- McConnell, C., Brue, S., & Macpherson, D. (2016). **Contemporary labor economics** (11th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Medoff, J.L. and Abraham, K.G. (1980). Experience, performance, and earnings. **Quarterly Journal of Economics**, **95**, 703-736.
- Mincer, J. (1974). **Schooling, experience, and earnings**. New York: Columbia University Press.
- Morgan, J.N. and Duncan, G.J. (1979). College quality and earnings. **Research in Human Capital Development**, **1**, 103-121.
- Premchander, S., Prameela, V., Banu, S., Meenakshi, K.G., Manjunath, H., & Prema, T. (2014). The socio-economic status of migrant construction workers in Bangalore and intervention plan to improve their livelihoods. **Urban India**, **34**(1), 112-133.

RISK FACTORS AND STRATEGIC BUSINESS DESIGN FOR THAI FRESH FRUITS EXPORT SUPPLY CHAIN INTO THE UNITED ARAB EMIRATES MARKET

Thatphong Namwat^{*}

Suthep Nimsai^{**}

Abstract

At present, the exporting of Thai fresh fruits has high potential in developing Thai's economy. The Middle East market is attractive for Thai fresh fruits exports. The United Arab Emirates has the highest value and imports' volume of Thai fresh fruits in the Middle East market. Moreover, the United Arab Emirates is the hub in the Middle East zone in distributing products to nearby countries, especially in the GULF countries. The researchers realized the trend of some fruits has a fluctuation of quantity and the competition in the current stage is more intense than ever before. This research aims to study supply risk factors identification of importers perspective in United Arab Emirate market, which import Thai fresh fruits for review and control supply risk. The study used 88 respondents for data collection, and the sample calculated based on the rule of R and used the structural equation modeling (SEM) to study the significance of factors that affected the supply risk, the factors have six latent variables includes technical, quality, cost, inventory, trading, and information.

The analysis shows that the main factors of the supply risks are quality factors sequentially followed by trading, information, inventory and cost factors. From the result of supply risk factors, researchers interviewed participants involved in the supply chain to identify the logistics and supply chain strategies that implement TOWS matrix to improve their performance.

Keywords: Risk factors, Strategic business design, Thai fresh fruits, the United Arab Emirates market

Introduction

Thailand is an agricultural country; the agriculture has high potential to develop Thai's economy. The fruits export industry has affected the GDP. Nowadays, Thailand has an export value of approximately 45,941 million baht of fresh fruits related to other countries (Global Trade Atlas, 2017).

Thailand is the second biggest areas of tropical fruits plantation in the world which has 458,973 hectares of the plantation (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2016)

^{*}M.B.A. Logistics and supply chain management, School of Management, Mae Fah Luang University.
Logistics Management, Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University

^{**}Ph.D. Degree in food economics and marketing, The University of Reading, United Kingdom.
College of Management, Mahidol University

and the North East of Thailand has the biggest plantation for growing fruits. Longan, mangosteen, durian, rambutan, and banana are famous for fresh fruits to exports to other countries. Nowadays, China, Vietnam United States and Indonesia have the high value and quantity of imports fresh fruits from Thailand (Global Trade Atlas, 2017).

Table 1 Top 5 countries of the Middle East zone to imports fresh fruits from Thailand

Country	Value (THB)				
	2012	2013	2014	2015	2016
United Arab Emirates	389,408,475	489,230,578	493,214,626	559,528,714	628,966,262
Saudi Arabia	117,899,084	138,607,306	112,045,983	145,422,944	201,342,869
Pakistan	71,863,990	133,788,392	123,775,059	36,557,065	156,985,083
Qatar	30,700,088	42,167,895	50,906,899	66,166,338	65,459,622
Bahrain	30,396,094	42,310,440	45,818,935	56,221,564	61,171,953

Source: Global Trade Atlas, 2017

At present, The Middle East market is attractive for exports Thai fresh fruits; the United Arab Emirates has the highest value and quantities of imports Thai fresh fruits in the Middle East market. Moreover, the United Arab Emirates is a hub in Middle East zone for distributing products to nearby countries especially GULF countries (Kuwait, Bahrain, Iraq, Oman, Qatar, Saudi Arabia, and the United Arab Emirates).

The value of United Arab Emirates imports fresh fruits from Thailand tends to increase continuously. In 2016, the statistics showed the value of Thai fresh fruits export to the United Arab Emirates market reach 628.9 million baht (Global Trade Atlas, 2017). Even though the United Arab Emirates has a population less than 9.5 million but the GDP is very high 401.6 billion USD, and GDP per capita was 42,522 USD (World Bank, 2016). The statistics showed the population in the United Arab Emirates had high purchasing power.

Nowadays, the exporting of some Thai fresh fruits to the United Arab Emirates has the fluctuation of quantity and the competition in the current state is more intense than ever before. The competitiveness of supply chain depends considerably on the ability of the supplier to control various risk in supply chain management of the exporting fresh fruits from Thailand to United Arab Emirates Market. In this paper, the researchers studied the supply risk and investigated the various factors of supply risk that affects the supply risk of exports Thai fresh fruits to United Arab Emirates market by using SEM (Structural Equation Modeling) to increase the performance of supply chain. From the result of supply risk factors, researchers interviewed people involved in the supply chain to identify the logistics and supply chain strategies that implement TOWS matrix to improve their performance. The government, entrepreneur, exporters participants involved in exporting Thai fresh fruits supply chain able to review and control supply risk from the logistics and supply chain strategies in the supply chain of exports Thai fresh fruits to United Arab Emirates market for sustainable development.

Research Objectives

1. To study the risk model factors that are affecting the supply risk of exporting Thai fresh fruits importers' perspective in United Arab Emirates market.
2. To identify the logistics and supply chain strategies of exporting Thai fresh fruits to the United Arab Emirates market.

Literature review

The literature review related to the supply chain of exporting Thai fresh fruits to the United Arab Emirates and supply risk factors are as follow;

1. Supply Risk factors

Based on reviewing the literature, there were many researchers studied on supply risk, the definition of supply risk, the affecting of supply risk and the factors that relate to supply risk. Risk management in the organization is essential to construction activities in minimizing losses and enhancing profitability (Akintola and Malcolm, 1997, pp. 31-38). Most purchasing organization face with supply risk, that was noticed by purchasing organization that it was a merge between source and outcome. The strategies and managing of supply risk were created by purchasing professional to meet consumer requirements (Zsidisin, 2003, pp. 217-224).

2. Supply risk identification factors

Based on the literature review in term of the identification of supply risk affecting factors including internal supply chain factors and external supply chain factors. Six factors influenced the factors that affected to supply risk are as follow;

1. Technical factors

The technical level of supply that influence of product quality and its capacity. The technology of supplier in the fruits supply chain could support the rapidly change capacity of demand and develop of new packaging. (Mihaela, 2006, pp. 73-76) pointed out that the technical level was related to the measurement of the quality level of the product and the measurement is essential for firm regarding quality strategy.

2. Quality factors

Quality of the product is a significant factor for the development and existence of the company. The quality factor is a significant factor for the formation of the dynamic supply chain which could achieve its desired goal of the company. The quality factor is essential to the survival of the supply chain network. A poor-quality product is lack of market competitiveness and would be out of the market sooner or later. Moreover, also, product quality provided by the supplier is the key to the final product quality. Therefore, the quality of Thai fruits is a significant factor in the supply chain of export. (Zsidisin et al., 2000, pp.187-197) pointed out supply risk is related to design, quality, cost, availability, manufacturability, supplier, legal, and environmental, health and safety.

3. Cost factors

The cost factors refer to the products from suppliers and the cost of products. The price of the supplier's product determines the price of the consumer goods and the input-output ratio of the whole supply chain. (Jukka, et al., 2004, pp.47-58) pointed out the risk coming from cost management

and pricing: Having demand and fulfilling deliveries is not enough for a company to be profitable. It must also be able to manage its costs.

4. Inventory factors

Inventory for reducing the risk in supply chain affects the availability of products. Coordinating inventory between the supplier and the downstream company, it can reduce the risk of the supply chain. (Grzegorz, 2009, pp.213-222) pointed out inventory management optimization as part of operational risk management.

5. Trading factors

In term of Trading, the cooperation with the supplier, the order inventory and delivery including amounts, types, and specifications of products. (Zsidisin, 2003, pp. 217-224) Indicated that the delivery of supplier affects to the supply chain's ability to respond to customer's demand.

6. Information factors

The information factors are the core competitiveness of supply chain factors. The good information sharing level of suppliers is the essential condition for the market sensitivity, inventory reduction, cost savings, speed of response, partnerships to maintain and so on. (Xin, 2013, pp.829-837) proved that Supply chain — maintaining flexibility and winning in a market environment where the speed becomes a key competitive factor to the advantages and the compatibility of the information system — should take into accounts when selecting the suppliers.

Data Collection

This research was designed as a mixed research method between May 2016 and February 2017. The quantitative data was gathered from importers of Thai fruits in United Arab Emirate market using the questionnaire divided by two parts; the first part is general information of companies and the second part using a Likert scale questionnaire to measure the supply risk factors (1=Strongly Disagree, 2=Disagree, 3=Neutral, 4=Agree, 5=Strongly Agree) (Statistics How To, 2015).

Data collection, the sampling was used non-probability and collecting the data was designed into the purposive method and collected the data from 88 respondents, the sample size by using the rule of R (Westland, 2010, pp. 476-487) to collect the number of questionnaires.

In term of research tools, the similar questionnaires designed were used with all sample groups, the question is used in questionnaire and interview to gain more opinions and data of supply risks and include factors that affect to supply risks in importing Thai fresh fruits from Thailand to United Arab Emirates market. The data from questionnaires were used regression analysis, path analysis and Confirmatory Factor Analysis (CFA) by using The AMOS software version 21 is used for Structural Equation Modeling Analysis (SEM) to study relationships between supply risk and risks affecting factors.

In term of qualitative research method, researchers used an in-depth interview with participants involved in the supply chain to identify the logistics and supply chain strategies in April to June 2016, and then researchers used TOWS matrix to improve their performance.

Research Methodology

The analysis of this paper is based on a conceptual framework, as figure 1 to identify the logistics and supply chain strategies and improve their performance in the supply chain of exports Thai fresh fruits to United Arab Emirates market for sustainable development.

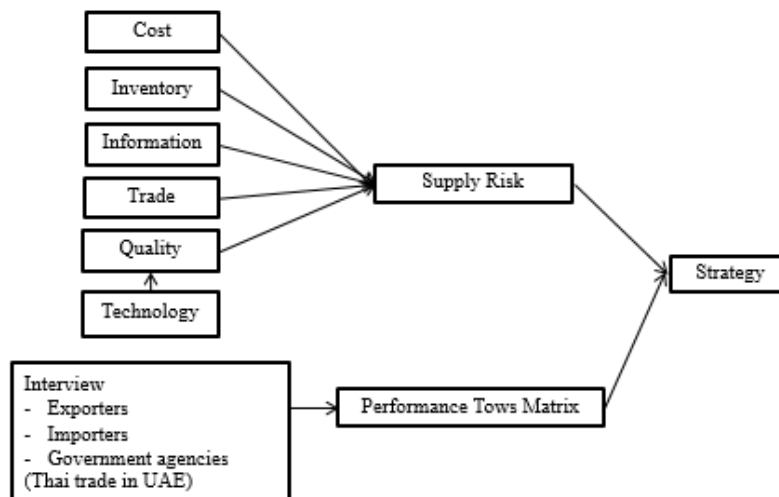


Figure 1 Conceptual framework

In term of supply risks factor modeling, according to the literature reviews, the researcher employed the modeling for supply risks affecting factors of exporting Thai fresh fruits to the United Arab Emirates. Regarding the literature reviews, the model was constructed from the related direct and indirect factors which affected to the supply risks, forming by six latent variances including technology factors, quality factors, cost factors, inventory factors, trading factors and information factors and 26 unique variances.

The concept of supply risks affecting factors of exporting Thai fresh fruits to the United Arab Emirates can be summarized in Figure 2.

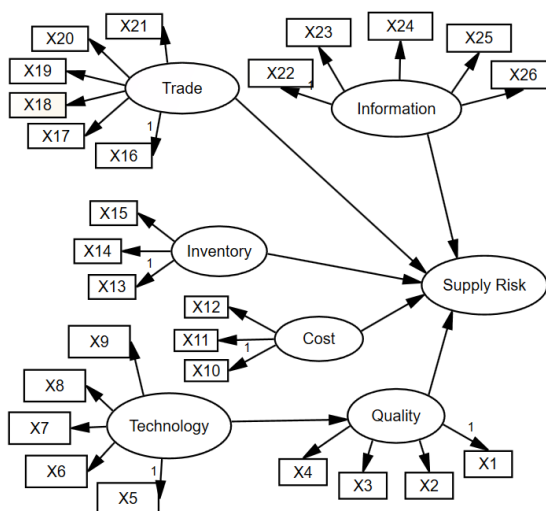


Figure 2 Supply risks affecting factors Model

Technical factors have five indicators which were 1) supplier capacity, 2) supplier ability to develop new products, 3) Suppliers' ability to rapidly change capacity, 4) Advance of supplier production facilities, 5) Dedicated equipment for the investment of supplier. Quality factors have four indicators which were 1) supplier's product quality level 2) stability of the product of the supplier, 3) consistency between the product quality of supplier and the enterprises' goal, 4) ISO certification status. Cost factors have three indicators which were 1) rationality of the price procedure 2) rationality of the price 3) supplier's ability to reduce costs. Inventory factors have three indicators which were 1) ability of the supplier inventory management 2) matching between supplier inventory strategies and downstream enterprises. 3) supplier stock levels. Trading factors have six indicators which were 1) order receipt (response) 2) orders to meet (stock) 3) order lead time 4) supplier delivery accuracy 5) supplier delivery timeliness 6) supplier delivery quality (logistics loss). Information factors have five indicators which were 1) advance of the supply information system, 2) communication of supply information system and the enterprise, 3) accuracy of supply information delivery 4) timeliness of supply information, 5) sharing level of supply information.

Supply risks modeling and strategic planning

The modeling method of structural equation (Xin, 2013, pp.829-837), utilized with multivariable regression analysis, path analysis, and confirmatory factor analysis method, is a statistical data analysis tool. The structural equation model (SEM) is described with path diagram by using software AMOS version 21 to finish the model specification, model estimation, and model evaluation. There were six main factors, then employed the model included Technical factors, Quality factors, Cost factors, Inventory factors, Trading factors, and Information factors. Each contributed factor consisted of many indicators; however, the related indicator would have different levels of affecting supply risks. Therefore, the researcher developed the model to prioritize factors and improve suitable strategies to develop the supply chain of exporting Thai fresh fruits to the United Arab Emirates market.

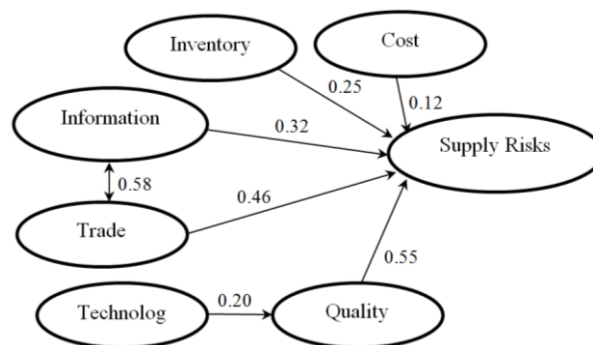


Figure 3 Model of supply risk identification

Model Fit Index: Chi-square = 163.553; $p < 0.001$; Degree of freedom = 163; CMIN/DF = 1.003; GFI = 0.851; AGFI = 0.808; TLI = 0.998; CFI = 0.998 (CFI close to 1 = very good fit model); RMSEA = 0.006

From the result of supply risk factors, researchers interviewed participants involved in supply chain to identify the logistics and supply chain strategies that used TOWS matrix to improve their performance especially quality factors.

Strategic planning (TOWS matrix of Exporting Thai fresh fruit) Focus on quality factors		
Internal Factors External Factors	Strength (S) S1 Thailand has varieties of fresh fruits that can require to the consumer demand. S2 Thai fresh fruits export by air transportation makes them fresh on a shelf.	Weak (W) W1 Exporter cannot forecast demand of exporting Thai fresh fruit to UAE. W2 Some Thai fresh fruits have a short shelf life that makes the limitations of transportation.
Opportunities (O) O1 In UAE country cannot plant tropical fruits. O2 The consumer in UAE have high purchasing power.	SO Strategies 1. To enhance agriculturist develop the quality of Thai fresh fruits. 2. Determine the supply chain channel of Thai fresh fruits in each quality.	WO Strategies 1. Develop the processed fruit to focus on the new market consumer. 2. Re-check the quality of Thai fresh fruits in each shipment.
Threat (T) T1 The price of Thai fresh fruits is higher than competitors cause transportation cost. T2 The quality standards of Thai fresh fruits are not constant in each shipment.	ST Strategies 1. To develop the innovation of Thai fresh fruits. 2. To arrange the Thai fresh fruits fair in UAE to promote theirs.	WT Strategies 1. To create an identity of Thai fresh fruits. 2. To suggest Thai exporters of supply chain channel meet quality's demand in each channel.

Figure 4 Strategic planning (TOWS matrix of Exporting Thai fresh fruit)

Results

1. Supply risks modeling results

From the research finding, the regression coefficient between variables in SEM met the significance test criteria. Regarding the calculated weight, quality factors were profoundly affected to supply risks of importing Thai fresh fruits to United Arab Emirates market, sequentially followed by trading factors, information factors, inventory factors and finally cost factors. Technology factors are indirectly affected by quality factors. For quality factors, the increase of the risk of 1 unit would increase the supply risk of Thai fresh fruits importers' perspective of 0.55. For trade factors, the increase of the risk of 1 unit would increase the supply risk of Thai fresh fruits importers' perspective of 0.46. For information factors, the increase of the risk of 1 unit would increase the supply risk of Thai fresh fruits importers' perspective of 0.32. For inventory factors, the increase of the risk of 1 unit would increase the supply risk of Thai fresh fruits importers' perspective of 0.25. For cost factors, the increase of the risk of 1 unit would increase the supply risk of Thai fresh fruits importers' perspective of 0.12. For technology factors, the increasing the risk level of 1 unit would increase the unit of quality factors of risk levels by 0.20. Indirect factors calculated of Technology factors, the increase of 1 unit would result in supply risk increased by 0.11 (0.20×0.55) and information factors, and trade factors have a correlation which coefficient is 0.58.

2. Strategic business design

In term of the limitations of transportation that make the price of Thai fresh fruits are higher than competitors. From this reason lead to importers in UAE require a high-quality standard of Thai fresh fruits according to the results of supply risk factors, the quality of fresh fruits was the high

affected to supply risks. Researchers improved the performance and identified the logistics and supply chain strategies by using TOWS matrix to develop the quality of Thai fresh fruits. Moreover, researchers found that the consumer in the UAE market has many groups including the high-end market, the middle-class market, general class market, hotel, restaurant and re-export to GLUF countries. Each group of consumers require a different quality standard, in figure 5 illustrates the supply chain channel of Thai fresh fruits in each quality for exporters to meet quality's demand of their fresh fruits.

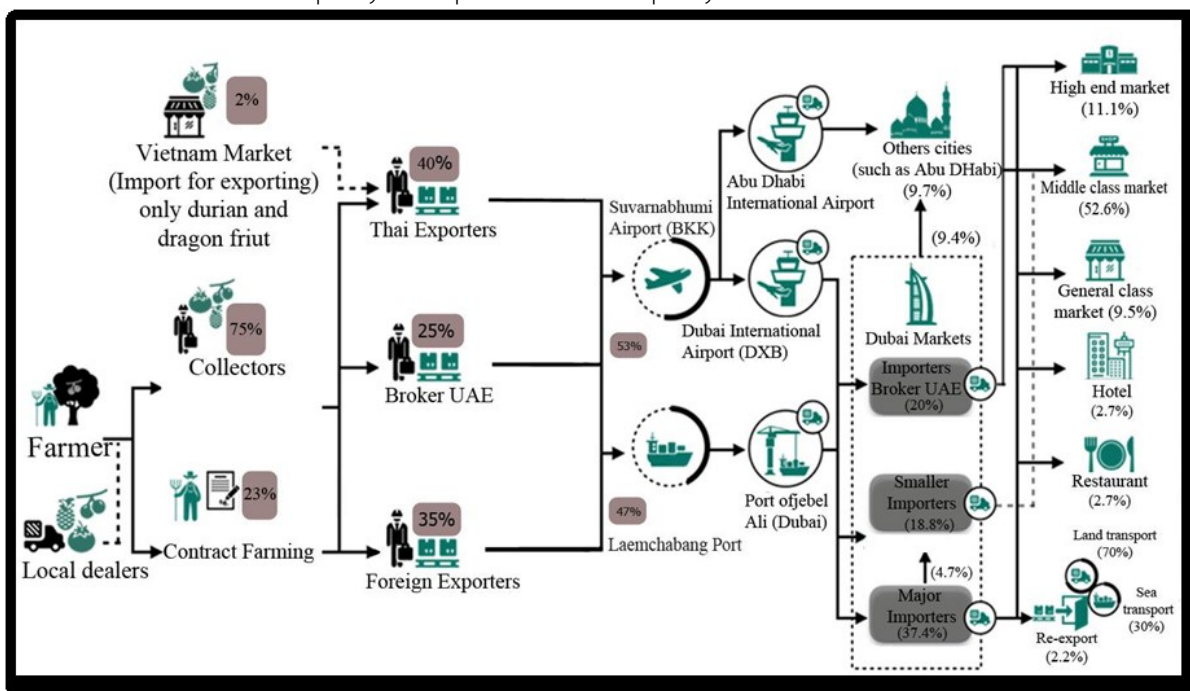


Figure 5 The supply chain of exporting Thai fresh fruits to the United Arab Emirates

Discussion

According to the calculated weight, quality factors was profoundly affected to supply risk of exporting Thai fresh fruits to the United Arab Emirates market. Quality factors have a significant positive impact to supply risk of exporting Thai fresh fruits to the United Arab Emirates market. It is consistent with (Xin, 2013, pp.829-837) indicated that the quality factor has a positive impact to supply risk identification, and quality factor is the highest impact to supply risk, and in quality factors in this studied related with (Zsidisin et al., 2000, pp.187-197) pointed out supply risk related to design, quality, cost, availability, manufacturability, supplier, legal, and environmental, health and safety. Moreover, the result is related to an in-depth interview with participants involved in the supply chain, and the quality factor is the priority that importers require.

Conclusion

In summary, this study showed the results from the investigation of supply risks affecting factors by 88 respondents includes importers who import Thai fresh fruits in United Arab Emirates market. The data from questionnaires were analyzed by the structural equation modeling (SEM) through AMOS analysis, is used to establish the supply risk identification, and obtain the key factors

affecting the supply risk in exporting Thai fresh fruits to United Arab Emirates market. The results show that the supply risk identification model has a useful theoretical and practical basis, and researchers interviewed participants involved in a supply chain to identify the logistics and supply chain strategies that used TOWS matrix to improve their performance and guide upstream enterprises. To determine the supply chain channel of Thai fresh fruits in each quality for farmer, collectors, exporters etc. to meet quality's demand of their fresh fruits such as if farmer or collectors have a high quality of fresh fruits, to make more profitable in their business, they should trade fresh fruits with broker UAE. Because the market group of import brokers UAE are the high-end market and middle-class market.

Suggestion

Suggestion for enhancing fresh fruits export supply chain

1. In term of obtaining of good quality of fresh fruits should control beginning from upstream to downstream. Control of farmers' quality, exporter should check conditional of harvesting, do not harvest plantation near places with a presence of potentially harmful substances (dangerous chemicals, sewage, sludge, toxic weeds, aerial contamination, etc.) check organic fertilizers and check the size, color, form, compactness, ripeness, etc. of fresh fruits to ensure that the fruits from farmer have good quality.

2. Determine the supply chain channel of Thai fresh fruits in each quality for exporters to meet quality's demand of their fresh fruits such as if farmer or collectors have a high quality of fresh fruits, they should trade fresh fruits with broker UAE.

Suggestion for the further research

1. This research studied the risk model factors that affecting the supply risk of exporting Thai fresh fruits importers' perspective in United Arab Emirates market. For a better view of supply risk identification in further research should study more on other factors to identify the logistics and supply chain strategies.

Reference

- Akintola, S. and Malcolm, J. (1997). Risk analysis and management in Construction. **Int. J. Project Manage.** Elsevier Science Ltd and IPMA: pp. 31–38.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2016). **Area plantation data.** [Online]. Available: <http://www.fao.org/home/en/>. [2016, April 1].
- Global Trade Atlas. (2017). **Trade statistics.** [Online]. Available: <http://www.gtis.com/GTA>. [2016, April 1].
- Grzegorz, M. (2009). Inventory Management Optimization as Part of Operational Risk Management. **Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research.** (pp. 213-222).
- Jukka H., Iris K., Urho P., Virolainen and Markku T. (2004). Risk management processes in supplier networks. **International Journal of Production Economics**, 47-58.
- Mihaela C. (2006). Measuring the Quality Level. **Buletinul University**, 73-76.

- Statistics How To. (2015). **Likert Scale Definition and Examples**. [Online]. Available:
<http://www.statisticshowto.com/likert-scale-definition-andexamples/>. [2016, July 14].
- Westland, J.C. (2010). Lower bounds on sample size in structural equation modeling. **University of Illinois**, pp. 476-487.
- World Bank. (2016). **United Arab Emirates Data**. [Online]. Available:
<http://data.worldbank.org/country/united-arab-emirates>. [2017, April 5]
- Xin, L. (2013). Analysis of Supply Chain Risk Factors based on Structural Equation Model. **Proceedings of the Sixth International Conference on Management Science and Engineering Management**, (pp. 829-837).
- Zsidisin, G., Panelli, A. and Upton, R. (2000). Purchasing organization involvement in risk assessment, contingency plans, and risk management: an exploratory study. **Supply Chain Management. An International Journal**. 5. pp. 187-197.
- Zsidisin, G. (2003). A Grounded Definition of Supply Risk. **Journal of Purchasing and Supply Management**. pp. 217–224.

A DEVELOPMENT OF ERGONOMIC PROGRAMME: A CASE STUDY OF ORGANIZATIONS IN CHIANG RAI PROVINCE, THAILAND

Karuna Seechompoo*
Atcharaphat Khem-akrajat**
Benchawan Benchakorn***

ABSTRACT

This research was conducted by qualitative research, there were two objectives of the research which consisted of 1) to investigate the way of promoting ergonomics in the workplace and 2) to propose the guidelines of utilizing ergonomics in the workplace. In this study, the in-depth interview was applied as a part of the data collection method and semi-structure was used as the interview guide to conducted on 15 entrepreneurs in Chiang Rai province, Thailand. The findings of this study suggested that the entrepreneurs should emphasis on ergonomics by adding the ergonomics as the main policy in their business and supported by providing some enough quality instruments and bugged in developing the better environment and quality research. Communication skill and knowledge management in the organization were very important to adopt the ergonomics policy. The employee's participation and attitude toward the ergonomic project directly affected the result of the ergonomics projects. The organization had better give the opportunities to the employees to recommend and request for the suit ergonomic projects or training programs and equipment in their workplace. The organization has a duty to analyze and evaluate the proper ergonomics and support the ergonomic in their workplace.

Keywords: Ergonomic Development, Health and Safety, Human Resource Management

Introduction

It is well known that human resource management is very crucial in the organization, the human resource department has the responsible for operate on all functions of human resource which consisted of recruitment and selecting, human resource development, retaining quality of employees, compensation and benefit, welfare, and keep taking care the employees' health and mind. Nowadays, health and safety in the workplace being watched by many organizations. Whenever employees are healthy then they would have enough energy and this energy allows the employee to stay focused at work. They would work happily and tends to have a higher level of self-confidence in themselves and inspires confidence in others around them. Worker's illness in Thailand caused by work consists of chronic back pain, migraines or chronic headaches and trigger finger, which cause the illness due to inappropriate work environment (Topunthanon, 2017). Another supported from Gatchel and Schultz "...several psychosocial factors place workers a risk for neck pain, including poor

workplace support from supervisors/colleagues, high occupational demands, and poor control over working patterns...multiple risk factors place workers at increased risk for pain, including excessive workload, time deadline pressures, and reduced opportunities for social interactions (2012, p.69)". Chasen (2018, p.6) claimed that "...early intervention in ergonomics in the best means to prevent a discomfort report from becoming a workers' compensation claim, to avoid Occupational Safety and Health Administration (OSHA) reporting, and to eliminate medical expenses". Since the employees in the 21st century working on the computer, machines, and conveyor belt could affect to the musculoskeletal so that the organization should reactive approach to discomfort and the injuries that traditionally reside within an employer's safety program should be reexamined to realize the unique potential that exists for injury prevention. The entrepreneurs are a first factor which could contribute the ergonomics to use in the organization, to decrease the risk, sickness of employees and to enhance the working ability of their employees. Employees who work as the officers and labors in Chiang-Rai city are quite lacking of knowledge of utilizing the ergonomics in their work, This problems effect to the health quality of the worker. In summary, this study aims to investigate the entrepreneurs' promoting policy and programs toward safety and ergonomic in Chiang-Rai city and to guideline the possible ways of promoting the ergonomic in the workplace.

Objectives of the study

To study on the topic of promoting ergonomic for safety work of entrepreneurs in Chiangrai city the researchers divided the objective into two points which followed:

- 1) To investigate the ways of promoting ergonomics which entrepreneurs applied in an organization.
- 2) To propose some ideas and ways to develop ergonomics programs in the organization.

Research methodology

A qualitative research approach was considered the most effective one for this study. Lea (2015, p. 5) claiming that "The design is the structure of any scientific work. It gives direction and systematizes the research. The method you choose will affect your results and how you conclude the findings". This study aims to explore entrepreneurs experience in promoting ergonomics in the workplace. The type of qualitative strategies and theoretical perspectives of this study is a phenomenology study. Creswell (1998) suggested the phenomenological strategy could help to understand the essence of experiences about a phenomenon. The participants for this study was the key informants which consist of 15 entrepreneurs who work in the middle manager level to top manager level in the well-known firms in Chiang Rai city. The research as conducting with the purposive sampling technique, the participants in the study were selected by the following criteria: 1) They had worked in a firm where registered in the office of commercial affairs Chiang Rai. 2) All of the participants who had been appointed a position ranging from middle manager levels and working in related positions which consist of plan and policy analyst, human resource manager, and chief security officer. 3) The location of the business could be clearly identified and the and have a clear

company structure. This study discusses using in-depth interviews as a research instrument. According to Suwannaset (2017, p.92), "most popular data collection technique in qualitative research is an interview". Another supported by Marshall and Rossman (2011, p.145), "...interview allows the researcher to understand the meanings that everyday activities hold for people". The interview schedules were developed based on the guidelines (Patton, 1990, pp. 290-291). Patton suggested that there are six types of interview questions which should be considered when developing the interview schedule which consisted of; 1) Behavior/Experience Questions, 2) Option/Value Questions, 3) Feelings Questions, 4) Knowledge Questions, 5) Sensory Question, and 6) Background/Demographic Questions. Semi-structured Interviews were used to gather focused, qualitative textual data. The standardized questions in their interview guide are flexible open-ended interview questions (Suwannaset, 2017). Researchers have an interview guide containing a list of topics that need to be covered. The main list of the topics was related to the ways of promoting ergonomics in the workplace and researchers allow the participant to clarify their point of view towards the situation and obstacles in promoting ergonomics in their workplace. To ensure that the interview guide could gain rich information from the participants, then the instrument of this study was examined by three experts, the first person is the expert who working in the academic field, the second person is a chief of entrepreneurs who work in the safety department, and the last person is working for the promoting ergonomic in the workplace.

According to Creswell (2007, p. 117), "data collection offers more instance for assessing research design within each approach to inquiry". Creswell proposed a circle of correlated activities which consisted of 1) locating a site and individual, the researchers identified the potential research participants, 2) gaining access and making rapport, this process lead the researchers and the participants to develop trust and good relationship then the researchers could get permission from gatekeepers to enter the site and collect data, 3) sampling purposefully, this assisted the researchers to gain access to participants who could provide rich in formation, 4) collection data, interview the entrepreneurs by using different types of questions to gain their experiences towards enhancing the ergonomics in the workplace and also applied the documentary research method to rechecked the correctness of the data, 5) recording information, not only recorded the conversations between researchers and participants but also took some note which proposed as the main ideas or rich information, 6) exploring field issues, to avoid unexpected problems Joungtrakul (2010) suggested that researchers should write the checklist from predicting what possible problems could occur and what is the way to minimizing them, and 7) storing data, the make sure that the data keep in the well-organized then researchers kept the data in computer system which have encoded the files with a password for security and back up in several places which consisted of Icloud, email, and google cloud. The data collection circle is shown below in Figure 1.

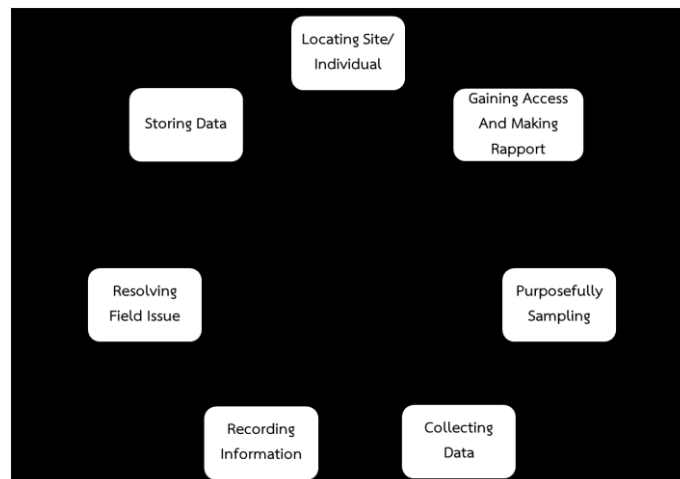


Figure 1 The data collecting activities circle

Source: Creswell, 2007, p. 117

Data analysis

The data analysis approach of Stevick-Colaizzi-Keen was discussed by Creswell (2009), as follows: 1) describe personal experiences with the phenomenon under study. The researchers starting with a full description and read through transcription. Second, developed a list of important statements. The researchers then find statements about how individuals were experienced toward promoting ergonomic in the workplace. Third, take the significant statements and then group them into larger units of information, called “meaning units” or themes. Fourth, write a description of “what” the participants in the study experienced with the phenomenon. This is called a “textual description” of the experience- what happened-and includes verbatim examples. Fifth, write a description of “how” the experience happened. This is called “structural description, Finally, write a composite description of the phenomenon including both the textual and structural descriptions. This passage is the “essence” of the experience and represents the conclusion aspect of a phenomenological study.

The results of the study

In responding to the first research question, it has been found that there were main several ways that entrepreneurs applied for promoting ergonomics in the workplace, which are: 1) some of the top managers level setting the ergonomic policy as the main policy of the organizations, then clarified the policy to the employees with both document sending and meeting with middle managers level to lead all employees to know and to follow the policy; 2) setting the committee to perform the safety policy in the workplace and assigning the roles of committee in enhancing the ergonomics in workplace; 3) supporting some budget and essential resources which consisted of handbooks, video presentation, office equipment etc., and providing the projects of promoting ergonomic and safety in the workplace; 4) after the employees performed, then some of the entrepreneurs would

evaluate the result of the policies or projects and helped them to solve those problems which occurred in the process, nevertheless some of them stop continuing to follow the results; 5) educating and training, some of the entrepreneurs provided the ergonomic training courses and educated their employees to let them know the benefit and the process of enhancing ergonomic in their workplace, in this stage the employees would learn and could change their mind set about the safety policy; 6) evaluating the training courses and the projects, some of the entrepreneurs or middle managers who work as the committees in the ergonomic projects would set the criteria and evaluated those project by following the criteria were set; and 7) after evaluating the problems then they would know what are weakness and obstacles of the projects. This would bring to the answers of what are the possible ways to solve the problems and then the organization would protect and minimize the number of the problem lists. Some of the entrepreneurs from the selected organization allowed their employees to exchange some ideas towards promoting the ergonomics in the workplaces so that they would know what is the real situation and could identify the problems which occurred in the organization.

Nonetheless, entrepreneurs from the selected organizations still face some problems in the processing of enhancing and promoting the ergonomic in the organization as shown in the table below:

Table 1 The obstacles to promoting ergonomic in the workplace of the selected organizations

The Number of the Organization Where Face With the Problems	The Obstacles	The solution of the entrepreneurs
8	- The employees in the organization recognized and understand the importance of promoting ergonomic and safety in the organization but could not perform as the practitioner.	- Reminding the employees to realize their behavior to be the practitioners.
5	- Having limited time in promoting the ergonomic and safety in the organization, as some projects need to spend long periods of time to run through the training programs then the entrepreneurs could not manage their time and the employees often work overtime, from those reasons some ergonomic projects cloud not continue.	None
9	For the safety management in the organizations, mostly focused on knowledge of basic safety and understanding in using first aid kit tools but not emphasized on applying ergonomics in the workplace.	None

6	Some establishments have never surveyed the problems and the needs of employees. Therefore, entrepreneurs would not know what are the needs of the employees and actually, they could not find what are the possible solutions.	None
2	Some of the entrepreneurs never knew the word "ergonomic" before the researchers mentioned about.	None

Source: Developed from the result of the study (2018)

Response to research question two: This research question revealed that what are the ways to promote the ergonomic in the workplace to enhance the working efficiency of the employees, it was found as shown below:

1) organization have to check and analyze the risk factors. The entrepreneurs should set the committees who responsible for evaluating the safety and ergonomic problems. The organization could prioritize the risk and record the injury and sickness data of the employees, then survey the employee’s opinion toward the ways of decreasing those sickness problems.

2) Good communication between manager level and staff level is very crucial, the middle manager level needs to be a good representative of transmitting information about ergonomic policy and ergonomic project to their subordinate. Nonetheless, taking ongoing communication also important, this could make sure that the organization emphasizes this policy. The organization has to apprise about the result of the projects by meeting, announcement, and report through an email to let everyone know what is going on.

3) Developing the projects and activities, ergonomic activities are very useful in the organization because the organization could invite the employees to be a part of the project. The employees could learn and play in the same time on this project, they would know the importance of ergonomics and know how to enhance their work life with the healthy body. The organization should take some photos both before and after event actions. After finished all activities the committees have to save the data and the result of the projects as the documents or electronic files and use these data to be a base of development in the future.

4) Participation of employees, not only invite the employees to join the projects but also ask them to be a project developer. Since different responsibility, different work characteristic that means different problems so the organization should give an opportunity to the employees by asking them what are the weakness of the organization, what they need from the ergonomic projects and how could organization provide suitable materials or workplace environment to make the employees happier. The entrepreneurs could apply the interview technique or survey technique to use in data collecting procedure. Finally, the employees may face with some problems while working, thus the organization should set the team who could advise when the employees could not solve all problems.

5) Set an ergonomics course in the annual training plan, this would help the employees to know that ergonomic projects are the main policy. Setting the ergonomic training course which suit for each positions for example officers have to learn how to sit on the chair, how to put their hands on a keyboard, how to use computers, how to cure themselves when they have a headache or eyes pain during use a computer, for machine workers, need to know how to stand in the right position during working on a machine etc.

6) To promote the ergonomic projects or ergonomic policy, the organization should test the work tools to make sure that all of the equipment or machines are ready to work. The organization should survey employees' need, give them an opportunity to request important tools, machines, or equipment and provide some budget to use for buying the new equipment and maintenance.

7) Administrative section should participate and support the employees by providing some important resources, from the report of interviewing found that even employees reported what could enhance their ability of working but sometimes the entrepreneurs could not respond the employees needs because the organization having not enough budget, then to solve this kind of problems the organization need to set the ergonomic project as the main policy and provide some budgets for the projects.

8) The organizations should provide an ergonomics manual, an ergonomic manual would contain the details of ergonomics' definition, job position according to the standard of duty and responsibilities of the management team in promoting the ergonomics policy in the workplace, then set the criteria and evaluation plan in the manual to ensure that this is very significant project that all employees need to follow and act as the daily job.

Discussions

To maximize efficiency in the administration of ergonomics, organization should establish an ergonomic team which include employees from various departments, project leaders, engineers, safety and occupational health officers, maintenance officer, purchasing officer, human resource management staff, representatives from supervisors from different departments, and doctors or nurses to exchange some ideas and give some suggestions about enhancing the ergonomics policy and ergonomic project in the organization. Collaboration from all parties would bring organization to be successful. To recognize the physical health and mind of employees, the entrepreneurs need to organize annual health check-ups and report to human resource department, then human resource department would propose the solutions and develop the future training project to enhancing the ergonomics in the workplace (Phatrajarukul, 2013, p.34).

Although ergonomic is well known in the West. In the other hand in Asia, ergonomics is not known as it supposed to be. The entrepreneurs are a first group who could contribute the ergonomics to use in the organization, to decrease employees' sickness and to get rid of an inconvenience situation in the organization. To enhance the efficiency of employees, then entrepreneurs should emphasis on the employees' health and happiness of their subordinate. Human resource department is the first one who could help entrepreneurs to promote the ergonomic project and ergonomic

policy in the organizations by developing some training courses, and educate employees to know about the benefits and ergonomic policy of organizations. It is there where the goals of sustained development, social equity, human safety, and environmental quality must be projected and executed. This supported by Soares and Rebelo “ The approach of sustainability in the built environment must be reinforced by the concept of sustainable society, by acknowledging the physical as well as the social and cultural dimensions of the human being (2016, p.112). Therefore, the sustainability environment not only build the good environment in the workplace and lead the employee happy but also based on a strong corporate culture of the organization which believes that healthy bring more efficiency of work. The researchers develop the model of sustainable ergonomic development in the workplace as shown below.

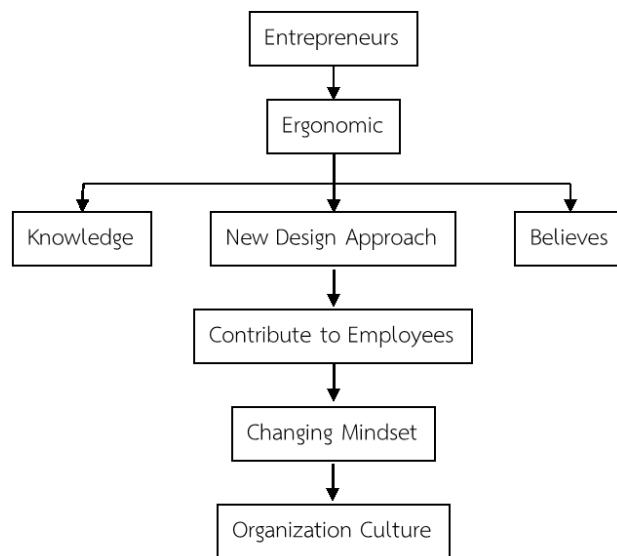


Figure 2 The model of Sustainable Ergonomic Development in the Workplace
 Source: Developed from the result of the study (2018)

Recommendations

1. Both public and private organizations where involved in the safety standards areas should apply the safety management and promotion of ergonomics in the workplace to the organization in order to reduce the risks, injury, and painful of all employees.
2. The human resource department should set the team of committee and trainer who would educate and transfer the knowledge and could emphasize the importance of ergonomic promotion in the organization, in order to achieve the safety goal of the organization.

Recommendations for future research

1. Recommendations for future research to improve responded emphasize the sustainability of ergonomic projects, a process in managing the safety system in the organization, developing the

research as the research and development in the organization, and work on the risk communication topics. The researcher should also evaluate the relative importance of ergonomics and work efficiency, to address the real situation, employees' behaviors, and obstacles in the organization.

2. In the next study, quantitative research should be conducted to explore and analyze the ways in promoting ergonomic as the main policy in organizations, the population should be working in several business sizes, and cover all work activities. In order to provide an overview of ergonomics operation in the provinces, regions and country level.

References

- Chasen, C. (2018). **Safety manager's guide to office ergonomics**. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Creswell, J. (2009). **Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J. W. (1998). **Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions**. CA: Sage.
- Creswell, J. W. (2007). **Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches (3rd ed.)**. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Gatchel, R. J., & Schultz, L. Z. (2012). **Handbook of occupational health and wellness**. NY: Springer.
- Joungtrakul, J. (2010). **Qualitative research: A tool for knowledge creation for national development (in Thai)**. Bangkok: Business Law Center International Company Limited.
- Lea, W. (2015). **Choose your research methods wisely**. Retrieved from <http://www.apa.org/gradpsych/2005/03/methods.aspx>
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2011). **Designing qualitative research**. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Patton, M. (1990). **Qualitative evaluation and research methods**. Beverly Hills, CA: Sage.
- Phatrajarukul, B. (2013). **Occupational safety**. Bangkok: Se-Education.
- Soares, M., & Rebelo, F. (2016). **Ergonomics in design methods & techniques**. NY: CRC Press.
- Suwannaset, W. (2017). **Advanced qualitative research in human resource development**. Chonburi: Burapha University.
- Topunthanon, T. (2017). **Warning of running back pain - finger lock - allergy**. Retrieved from <https://www.thairath.co.th/content/840673>

SOCIAL INTERACTION, STAKEHOLDER SUPPORT AND ENTREPRENEURSHIP AFFECTING INNOVATIVENESS IN THAI COMMUNITY BUSINESSES: A STUDY OF PRACHARAT-BLUE-FLAG PROJECT IN PHETCHABUN PROVINCE

Ampol Chayomchai^{*}

Jane Chantarasupasen[†]

Abstract

Thai government implemented the public-private partnership (PPP) in local communities named 'Pracharat Blue-Flag' project. This was the collaboration between Government and local or community businesses for supporting the country sustainability goal. The aim of this research was to examine the effects of social interaction, stakeholder support, and entrepreneurship on Thai community-based entrepreneur's innovativeness from Pracharat Blue-Flag project. The population was the community or local entrepreneurs who registered the Pracharat Blue-Flag project in Phetchabun province. Data were collected via a structured questionnaire from 190 entrepreneurs by the purposive sampling method. Descriptive statistics and PLS-SEM analysis were performed. The results revealed that (1) the respondents included 57.4% of females and 42.6% of males, the majority of respondents were above 36 years-old at 67.4%, and 53.2% of respondents were below Bachelor degree, (2) three independent factors including social interaction, stakeholder support and entrepreneurship were significantly influenced the innovativeness of the community entrepreneurs, and (3) all three independent factors accounted for 64.8 percent of the variance in the innovativeness as the dependent factor. The research recommends that Thai community-based businesses should focus on the main 3 factors for innovation development and capabilities. Those factors are social connection and interaction, stakeholder orientation and entrepreneurship.

Keywords: Social Interaction, Stakeholder Support, Entrepreneurship, Innovativeness, Community business

Introduction

Currently, the Thai government concentrates on sustainable development (SD) and local people around the country. Thailand 4.0 is the vision and the key policy for all departments of the Thai government where will follow and focus on. Public-private partnership (PPP) is one of the key projects for collaboration between the Thai government and local people. 'Pracharat Blue-Flag' project is one of the main actions from the Ministry of Commerce to expect community-based stores and local enterprises can change themselves from traditional stores to the modern and convenience stores for local communities around the country. For that reason, they need to develop the necessary

^{*} Corresponding Author; DBA, Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University, Phetchabun, THAILAND; ampolmarketing@gmail.com

[†] DBA, Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University, Phetchabun, THAILAND

things and competencies for the new business type. Also, they have to learn many skills for the business success like IT management, government collaboration, social interaction, stakeholder handling and engagement, entrepreneurship, innovativeness, accounting and financial management, and key performance management. To success and sustain all businesses, innovation will be the key factor (Robbins & Coulter, 2016). It will support local businesses for sustainable achievement. Previous studies noted that it had many factors affect the organizational innovativeness (Ayuso et al., 2011; Boddy, 2017; Boso, Story, & Cadogan, 2013; Huang & Wang, 2011). Therefore, this research is interested to study the effects of key factors including social interaction, stakeholder support, and entrepreneurship on the innovativeness of the local businesses or community-based stores who participated in Pracharat Blue-Flag project of Thai government. The study focused on the community-based business in Phetchabun province because it had the collaboration project between the Provincial Commercial Office with Phetchabun Rajabhat University to develop local enterprises for 'Pracharat-Blue-Flag' achievement.

Social Interaction

The innovative organization will create the organizational structure and culture for business performance especially the open system focus for connecting with the external or social system (Robbins & Coulter, 2016). If the organization can access external resources like new ideas, this can support the internal process for the innovation or solution of the business (Boddy, 2017). Therefore, the social interaction with the environment like communities around the business is the key success factor for organizational effectiveness (Harris, 2005).

Stakeholder support

Modern organizations need to respond to all stakeholders both internal and external aspects (Miles, 2012). These stakeholders can affect an organization's management and performance. Therefore the organization needs to be aware of the key stakeholders including employees, customers, suppliers, communities, and governments. To create the business innovation as the sustainable model of the organizational success, it needs to use the triple bottom line approach. This allows for the stakeholder interests to be integrated into the business operation and innovation (Barkmeyer et al., 2016). Some previous research found that stakeholder engagement, both internal and external stakeholders, contributed to the organizational innovation orientation (Ayuso et al., 2011). This means the stakeholder support should be one of the key factors of the organizational innovativeness.

Entrepreneurship

The small business of the country starts with the entrepreneurs who need to be free and seek independence, expect quick results, and are able to react quickly to the business opportunity (Byrd, 2018). Entrepreneurial orientation plays a key role in competitiveness (Rhee, Park, & Lee, 2010). Previous empirical studies found that entrepreneurial orientation had related to innovation performance (Huang & Wang, 2011). Some study addressed that higher level of entrepreneurial orientation was required for greater innovativeness and new market focus (Boso, Story, & Cadogan, 2013). Previous studies noted that entrepreneurship or entrepreneurial orientation consists of pro-activeness, risk-taking, self-leadership, autonomy, self-efficacy, Improvisation, social relationships,

attitude towards teamwork, self-motivation, and solving business problems (Letonja, Jeraj, & Maric, 2016; Neck, Neck, & Murray, 2018; Rhee, Park, & Lee, 2010).

Innovativeness

All kind of organizations in the world are forced to do the innovation. This related to the external situation has changed all the time. Therefore, organizational innovativeness is one of the most important things for organization sustainability. The innovative organization will create new ideas, new structures, and new products for business performance and sustaining business growth (Robbins & Coulter, 2016). Some research confirmed that innovation was the source of competitive advantage for SMEs (Gomes & Wojahn, 2017). The innovative capability is a degree of organizational innovativeness (Calantone, Cavusgil, & Zhao, 2002). The innovativeness comprises new idea generation, searching for new ways of doing things, having the creativity in organization, management actively seeks the innovative idea, new ideas are quickly accepted in the organization, innovation is readily accepted, employee is rewarded for new ideas that work, and being a pioneer in the market (Calantone, Cavusgil, & Zhao, 2002; Rhee, Park, & Lee, 2010; Tsai & Yang, 2013).

Objective

This research aimed to examine the effects of main 3 factors, included social interaction, stakeholder support, and entrepreneurship, on the innovativeness in Thai community businesses who participated the Pracharat Blue-Flag project by Thailand Government in Phetchabun Province.

Conceptual Framework

The study proposed the conceptual framework of this research in Figure 1. It showed that the research had three independent variables including social interaction, stakeholder support, and entrepreneurship. And it had the innovativeness factor as the dependent variable of the framework.

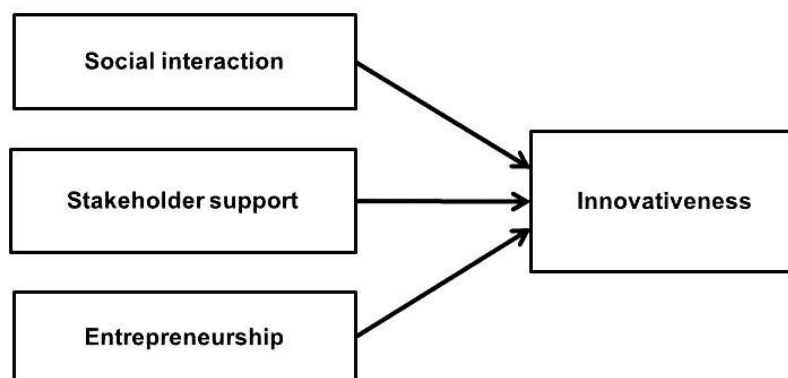


Figure 1 Conceptual framework

Methodology

Population and Samples

The targeted population of this research was 538 Phetchabun community enterprises and local stores who participated in the Pracharat Blue-Flag project by Thai Government under Public-private partnership (PPP) policy (Data source: from www.shop.moc.go.th as of September 30th, 2018). From Cochran (1977)'s sample calculation, the sample size of this research was 224 at the confidence

level and error of 95% and 5%, respectively. The author used the purposive sampling for the data collection.

Research tool

The study utilized the questionnaire for the data collected from the samples. The questionnaire items were designed from the literature reviews (see Table 1). The five point-Likert scales were used. It ranged from 5=strongly agree to 1=strongly disagree. For content validity analysis by using Item objective congruence (IOC), the questionnaire was proved by 3 expert and researchers (IOC results were between 0.67 – 1.00).

For the reliability of the research tool, the study considered from Cronbach's alpha values. As Brace, Kemp, and Snelgar (2012) noted, the value above .70 indicated an acceptable reliability. Therefore, the research questionnaire was acceptable (see Table 2).

Data analysis

The data were analyzed by the descriptive statistics and PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling) analysis. Previous researches explained that the PLS-SEM analysis had an impact on empirical research in several disciplines and increased its usefulness in researches, especially in situations with the small sample size (Hair et al., 2012).

Table 1 Research variables and questionnaire items

Variables	Items	References
Social interaction (INTERACT)	<ol style="list-style-type: none"> 1. seek information and knowledge from the world outside of the organization (Connect1) 2. always contact and communicate with suppliers (Connect2) 3. always exchange with customers (Connect3) 4. try to anticipate changes in the outside and react rapidly to adjust (Connect4) 	Adapted from Harris (2005)
Stakeholder support (STAKE)	<ol style="list-style-type: none"> 1. have supported from customers (SupCust) 2. have supported from the government (SupGov) 3. have supported from community heads (SupHead) 4. have supported from suppliers (SupSper) 	Developed by the author
Entrepreneurship (ENTREP)	<ol style="list-style-type: none"> 1. be self-responsibility (Auto1) 2. be self-work control (Auto2) 3. can make a decision by self (Auto3) 4. always evaluate the business (Proac1) 5. always improve the work process (Proac2) 6. find the new method or innovation (Proac3) 	Adapted from Neck, Neck, and Murray (2018); Rhee, Park, and Lee (2010)
Innovativeness (INNOVAT)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Provide new products (Innov1) 2. Create new ideas to improve the business (Innov2) 3. Invest in the new technology (Innov3) 	Adapted from Calantone, Cavusgil, and Zhao (2002)

	4. find methods to gain more customer (Innov4)	
--	--	--

Table 2 Reliability statistics of the questionnaire

Variables	Cronbach's Alpha	Items
Social interaction (INTERACT)	.819	4
Stakeholder support (STAKE)	.742	4
Entrepreneurship (ENTREP)	.804	6
Innovativeness (INNOVAT)	.807	4

Research results

A total of 190 usable questionnaires were used in this study. Then, the descriptive statistics and PLS-SEM analysis were performed.

Descriptive statistics

The descriptive analysis described the respondent characteristics as it showed in Table 3. It showed that 42.6% of Male and 57.4% of Female respondents were obtained. The majority of respondents were above 35 years old. The largest percentage of the education group was below Bachelor Degree.

Table 3 Descriptive statistics

Variables		Frequencies	Percent
Gender	Male	81	42.6
	Female	109	57.4
Age of respondents	Below 26 years	21	11.1
	26-35 years	41	21.6
	36-45 years	64	33.7
	Above 45 years	64	33.7
Education	Below Bachelor degree	101	53.2
	Bachelor degree	87	45.8
	Above Bachelor degree	2	1.1
Enterprise age	0-5 years	51	26.8
	6-15 years	89	46.8
	16-25 years	34	17.9
	26 years or more	16	8.4

PLS-SEM analysis

The research utilized the PLS-SEM analysis and used the criteria of the reliability analysis as followed (Hair et al., 2017): (1) Convergent validity: It was evaluated by the Average Variance Extracted (AVE) value of the latent variables. The value of more than .50 was accepted that it had the convergent validity, (2) Construct reliability: the study used the composite reliability (CR) to evaluate the internal consistency of the variables. The value must more than .70, and (3) Cronbach's Alpha: It

must more than .60 for the conclusion of the internal consistency of the variables. As it showed in Table 4, the result of reliability analysis in all variables was accepted.

Table 4 The result of the reliability analysis in all variables

Variables	Average Variance Extracted (AVE)	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
ENTREP	0.507	0.806	0.859
INNOVAT	0.634	0.807	0.874
INTERACT	0.649	0.820	0.881
STAKE	0.576	0.750	0.843

After the PLS-SEM analysis was performed, the model was presented in Figure 2. It was the best-fit model of the research. It found that 3 main variables influenced the innovativeness including social interaction, stakeholder support, and entrepreneurship. All 3 variables accounted for 64.8% of the variances (R^2) in the innovativeness variable.

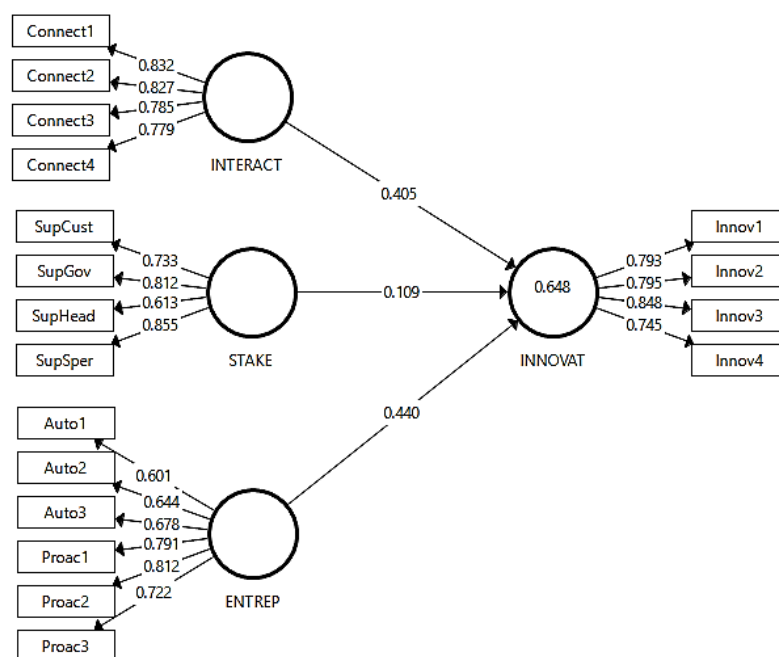


Figure 2 The final research model

The next step of the PLS-SEM analysis was the bootstrapping process. The study ran the bootstrapping by 4,999 sub-samples use. The result showed in Figure 3 and Table 5. Considering T-statistics in Table 5, it revealed that all 3 main variables including Social interaction, Stakeholder support, and Entrepreneurship can predict the innovativeness of Thai community businesses.

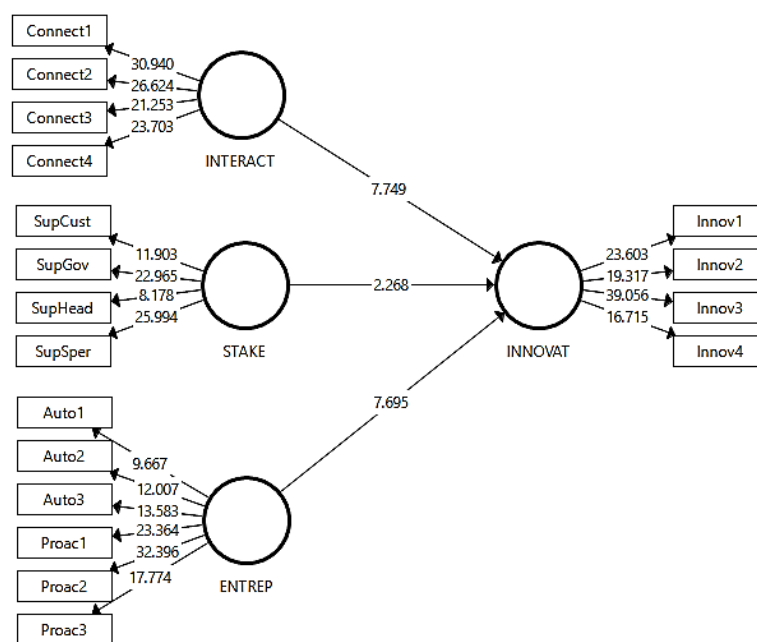


Figure 3 the final research model after bootstrapping

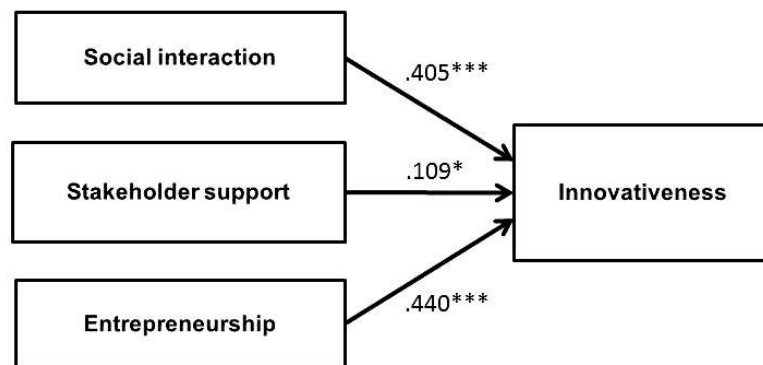
Table 5 The total effects and T-statistics of the final research model

Relationships	Total Effects	T-statistics
INTERACT (Social interaction) → INNOVAT	.405	7.749***
STAKE (Stakeholder support) → INNOVAT	.109	2.268*
ENTREP (Entrepreneurship) → INNOVAT	.440	7.695***

Note: ***, * it is significant at the .001 level and at the .05 level, respectively.

Discussion

The purpose of this study was to examine the effects of social interaction, stakeholder support, and entrepreneurship on the innovativeness of the community businesses. The research focused on Phetchabun Province and collected the data from the community entrepreneurs who volunteered to join the study. The 190 usable questionnaires were utilized. 42.6% of Male and 57.4% of Female respondents were obtained. The majority of respondents were above 36 years-old at 67.4%, and 53.2% of respondents were below the Bachelor degree. The research provided the empirical evidence that three independent factors including Social interaction, Stakeholder support, and Entrepreneurship significantly influenced the innovativeness of the community businesses. These findings were supported by Boddy (2017) and Harris (2005) who explained that resources from external access or social interaction can support the innovation or solution and supported by Ayuso et al. (2011) who concluded that stakeholder engagement can contribute the organizational innovation, and also consistent with Boso, Story, and Cadogan (2013) who noted that entrepreneurial orientation is required for innovativeness. The final model from this study showed in Figure 4.



Note: ***, * it is significant at the .001 level and at the .05 level, respectively.

Figure 4 the final model

Research Implications

Innovativeness is very important for competitive advantage in all businesses. SMEs and community-based businesses need to create innovation capabilities for business success and business sustainability. The research findings suggested that community businesses in the Pracharat-Blue-Flag project by Thai Government must focus on 3 key factors that affect the enterprise innovativeness including social interaction, stakeholder support, and entrepreneurship.

Limitation and Future research

In term of the limitation, it might be the generalization benefit of the research results because this survey was conducted in the single area at Phetchabun province. Therefore, the future research should investigate the community-based business in the other areas of Thailand.

References

- Ayuso, S., Rodriguez, A., Garcia-Castro, R., & Arino, M.A. (2011). Does stakeholder engagement promote sustainable innovation orientation? *Industrial Management & Data Systems*, 11 (9), 1399-1417.
- Barkmeyer, M., Kaluza, A., Pastewski, N., Thiede, S., & Herrmann, C. (2016). Integration of stakeholder perspectives for development of sustainable automation components. *Procedia CIRP*, 48, 388-393.
- Boddy, D. (2017). *Management: An introduction* (7th ed.). United Kingdom: Pearson Education.
- Boso, N., Story, V.M., & Cadogan, J.W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing*, 28, 708-727.
- Brace, N., Kemp, R., & Snelgar, R. (2012). *SPSS for Psychologists*. New York: Palgrave Mcmillan.
- Byrd, M.J. (2018). *Small business management: An entrepreneur's guidebook* (8th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

- Calantone, R.J., Cavusgil, S.T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. **Industrial Marketing Management**, **31**, 515-524.
- Cochran, W.G. (1977). **Sampling techniques**. New York: John Willey and Sons.
- Gomes, G. & Wojahn, R.M. (2017). Organizational learning capability, innovation and performance: Study in small and medium-sized enterprises (SMES). **Revista de Administracao**, **52**, 163-175.
- Hair, J.F.J., Hult, G.T.M., & Ringer, C.M. (2017). **A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)** (2nd ed.). UK: SAGE Publications.
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Pieper, T.M., & Ringle, C.M. (2012). The use of partial least squares structural equation modeling in strategic management research: A review of past practices and recommendations for future applications. **Long Range Planning**, **45**, 320-340.
- Harris, C.L. (2005). **Collaboration for organization success: Linking organization support of collaboration and organization effectiveness**. Doctoral dissertation, University of North Texas.
- Huang, S.K. & Wang, Y.L. (2011). Entrepreneurial orientation, learning orientation, and innovation in small and medium enterprises. **Procedia Social and Behavioral Sciences**, **24**, 563-570.
- Letonja, M., Jeraj, M., & Maric, M. (2016). An empirical study of the relationship between entrepreneurial competences and innovativeness of successors in family SMEs. **Organizacija**, **49**(4), 225-239.
- Miles, J.A. (2012). **Management and Organization Theory: A Jossey-Bass reader**. San Francisco: John Wiley & Sons.
- Neck, H.M., Neck, C.P., & Murray, E.L. (2018). **Entrepreneurship: The practice and mindset**. California: SAGE Publications.
- Rhee, J., Park, T., & Lee, D.H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. **Technovation**, **30**, 65-75.
- Robbins, S.P. & Coulter, M. (2016). **Management** (13th ed.). England: Pearson Education.
- Tsai, K.H. & Yang, S.Y. (2013). Firm innovativeness and business performance: The joint moderating effects of market turbulence and competition. **Industrial Marketing Management**, **42**, 1279-1294.

บทความวิชาการนำเสนอผลงานแบบโปสเตอร์

“บริหารธุรกิจและการจัดการ”



แนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
GUIDELINE TO IMPROVE THE ELDERLY'S QUALITY OF LIFE FOR MUANG DISTRICT,
NAKHON SAWAN PROVINCE

สิริกัญจน์ สิงห์ทองชัย*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่พักอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ และเพื่อศึกษาเสนอแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามวัดคุณภาพชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งจำแนกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพอารมณ์ที่ดี ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านสภาพความเป็นอยู่ที่ดี ด้านสภาพร่างกายที่ดี ด้านการรวมกลุ่มทางสังคม และด้านการตัดสินใจด้วยตนเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า

1. ภาพรวมของระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่พักอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความเป็นอยู่ที่ดี ด้านการตัดสินใจด้วยตัวเอง ด้านการรวมกลุ่มทางสังคม ด้านสภาพร่างกายที่ดี และด้านอารมณ์ที่ดี พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

2. แนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่าด้านการตัดสินใจด้วยตัวเองของผู้สูงอายุ ควรสนับสนุนให้ผู้สูงอายุแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ กับคนรอบข้าง โดยสามารถตัดสินใจสิ่งต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งสนับสนุนการกำหนดกิจวัตรของตนเอง ส่วนด้านความเป็นอยู่ที่ดี ควรจัดกลุ่มอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุตามความถนัด ควรปรับปรุงห้องน้ำที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและปลอดภัย เพื่อลดอุบัติเหตุในการดำเนินชีวิต

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนา คุณภาพชีวิต ผู้สูงอายุ นครสวรรค์

Abstract

This research aimed to study the quality of life of the elderly living in the district Nakhon Sawan Province And to study the guidelines for promoting the quality of life of the elderly living in Mueang District Nakhon Sawan Province. The sample included 400 senior citizens. The questionnaire content consisted of 6 different areas including of positive emotion, personal interaction, favorable environment, positive health condition, social organization and self - determination. Then the data were analyzes by frequency to describe the characteristic of the samples. The result of research revealed the following.

1. The overall the Quality of Life for Muang District, Nakhon Sawan Province of positive emotion, personal interaction, favorable environment, positive health condition, social organization and self – determination and career were found at a high level.

* อาจารย์สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

2. Guideline to Improve the Elderly's Quality of Life for Muang District, Nakhon Sawan Province showed that the self-determination of the elderly. Should encourage the elderly to express their opinions on various issues with those around you by making decisions on their own as well as supporting the determination of their own routines as for the well-being should arrange a career group to generate income for the elderly according to their aptitude should improve the elderly living bathroom appropriately and safely in order to reduce accidents in life.

Keywords : Guidelines, Quality of life, Elderly Person, Nakhon Sawan

บทนำ

การพัฒนาประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560- 2564) อยู่ในห้วงเวลาของการปฏิรูปประเทศเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานหลายด้านที่ส่งสมานานท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดมากขึ้น การแข่งขันด้านเศรษฐกิจจะเข้มข้นมากขึ้น สังคมโลกจะมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกันมากขึ้นเป็นสภาพไร้พรมแดน การพัฒนาเทคโนโลยีจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและจะกระทบชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมาก ขณะที่ประเทศไทยมีข้อจำกัดของปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์เกือบทุกด้านและจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาที่ชัดเจนขึ้น ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 นับเป็นจังหวะเวลาที่ท้าทายอย่างมากที่ประเทศไทยต้องปรับตัวขนานใหญ่ โดยจะต้องเร่งพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรมให้เป็นปัจจัยหลัก ในการขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกด้านเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยท่ามกลาง การแข่งขันในโลกที่รุนแรงขึ้นมากแต่ประเทศไทยมีข้อจำกัดหลายด้าน อาทิคุณภาพคนไทยยังต่ำ แรงงานส่วนใหญ่มีปัญหาทั้งในเรื่ององค์ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ สังคมขาดคุณภาพและมีความเหลื่อมล้ำสูงที่เป็นอุปสรรคต่อการยกระดับศักยภาพการพัฒนา โครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมสูงวัยส่งผลให้ขาดแคลนแรงงาน

การมีประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นและมีอายุยืนยาวขึ้น ส่งผลให้โครงการสร้างประชากรของประเทศเปลี่ยนแปลงไป คืออัตราส่วนผู้สูงอายุที่เป็นภาระเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่อัตราส่วนและจำนวนประชากรวัยแรงงานเริ่มลดลง ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจสวนรวมต่อการออมและการลงทุนทำให้ผู้สูงอายุต้องเสี่ยงต่อการถูกทอดทิ้งให้อยู่ตามลำพังมากขึ้น เพราะประชากรวัยแรงงานส่วนหนึ่งต้องย้ายถิ่นเพื่อประกอบอาชีพ ซึ่งอาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้บุตรหลานมีเวลาเอาใจใส่ผู้สูงอายุน้อยลง ผู้สูงอายุจึงต้องรับผิดชอบตนเองมากขึ้น เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งวัยสูงอายุเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม การเปลี่ยนแปลง ด้านร่างกายอันเป็นผลมาจากความเสื่อมและความสามารถในการทำหน้าที่ลดลง ก่อให้เกิดปัญหาด้านต่าง ๆ ตามมา อีกทั้งการเกษียณอายุราชการจะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีบทบาทและการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมลดน้อยลง เกิดการพึ่งพิงทั้งด้านกิจวัตรประจำวันตลอดจนกิจกรรมที่จำเป็นในการดำเนินชีวิต ส่งผลกระทบด้านจิตใจของผู้สูงอายุได้ ผลจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในผู้สูงอายุทั้งด้านร่างกาย จิตใจและสังคมจะส่งผลกระทบต่อถึงกันและกันเป็นวงจรไม่รู้จบ มีผลให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุลดลง ดังนั้นแนวทางในการดูแลผู้สูงอายุก็คือ การช่วยเหลือให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุขและพึงพอใจสามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างเหมาะสม ช่วยเหลือตนเองได้ตามอัตภาพ ไม่เป็นภาระให้แก่ผู้อื่นและดำรงไว้ซึ่งการมีคุณค่าในตนเองซึ่งหมายถึงการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีนั่นเอง

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาที่ศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ และนำเสนอแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุสำหรับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องต่อไป

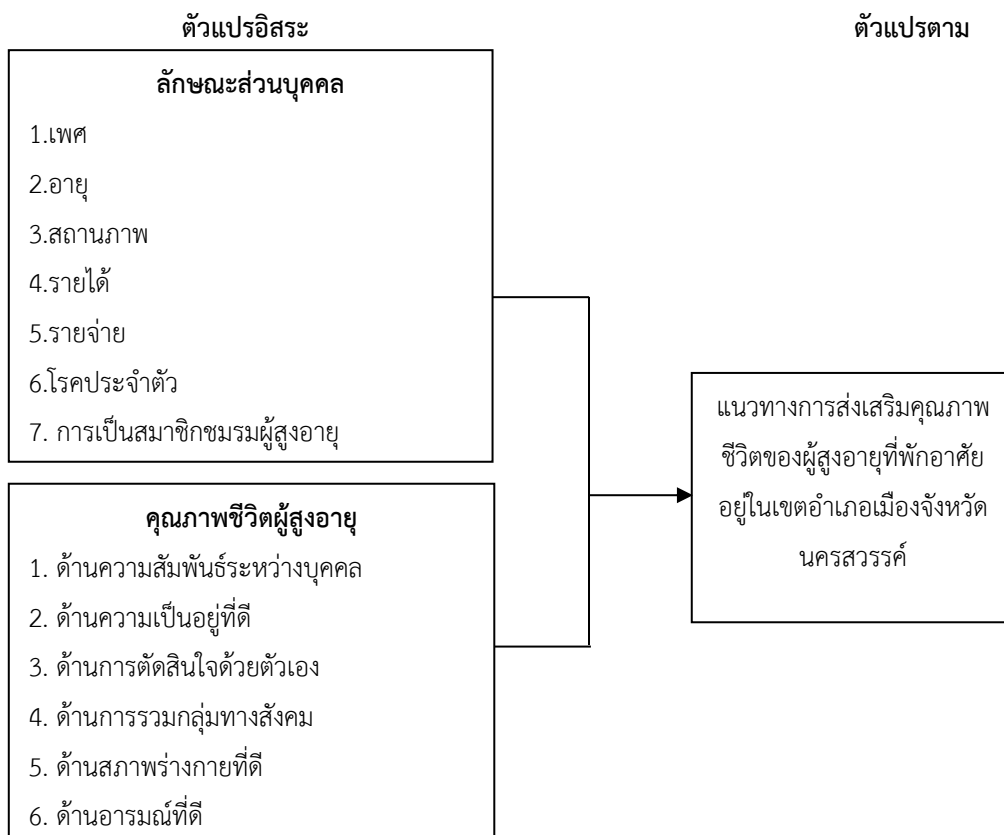
โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้ ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิต โดยมีปัจจัยหลักในการวัดคุณภาพชีวิตมี 8 ด้าน ของชาลอคและเวอร์คูโก้ (Schalock and Verdugo, 2002 cited in

Schallock, 2004: 205-206) ได้ระบุถึงลักษณะตัวชี้วัด โดยแต่ละด้านจะมีตัวชี้วัดหลักและย่อย ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุเพียง 6 ด้าน โดยที่ด้านที่ไม่ได้นำมาศึกษา ได้แก่ ด้าน การพัฒนาตนเอง และด้านสิทธิตามกฎหมาย ทั้งนี้ในงานวิจัยนี้จะ เน้นการศึกษาไปที่ โครงสร้างของคุณภาพชีวิตที่มีความเกี่ยวข้องกับด้านกายภาพ ด้านจิตใจ และด้านสังคม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่พักอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ซึ่งประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

กลุ่มประชากรชายและหญิงผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปที่พักอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 40,720 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครสวรรค์. 2559)

2. กลุ่มตัวอย่าง

ผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 คน จำนวน 380 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan, 1970 : 608) ผู้วิจัยเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการเก็บข้อมูล เป็น 400 คน และใช้เกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยสุ่มตัวอย่างแบบแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ ประกอบด้วยส่วนประกอบ 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน โรคประจำตัว การเป็นสมาชิกชมรม โดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบ มีจำนวน 7 ข้อ (Checklist) วิเคราะห์โดยสถิติเชิงบรรยายด้วยการใช้ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการวัดระดับคุณภาพชีวิต รวมทั้งสิ้น 42 ข้อ เพื่อวัดคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert, 1976 : 247) โดยให้คะแนนแต่ละข้อ ดังนี้

5	หมายถึง	คุณภาพชีวิตอยู่ในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	คุณภาพชีวิตอยู่ในระดับมาก
3	หมายถึง	คุณภาพชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	คุณภาพชีวิตอยู่ในระดับน้อย
1	หมายถึง	คุณภาพชีวิตอยู่ในระดับน้อยที่สุด

โดยแบ่งหัวข้อคำถามตามด้านคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ จำนวน 6 ด้าน ได้แก่

2.1 ด้านอารมณ์	จำนวน 7 ข้อ
2.2 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	จำนวน 7 ข้อ
2.3 ด้านการรวมกลุ่มทางสังคม	จำนวน 7 ข้อ
2.4 ด้านสภาพความเป็นอยู่ที่ดี	จำนวน 7 ข้อ
2.5 ด้านสภาพร่างกายที่ดี	จำนวน 7 ข้อ
2.6 ด้านการตัดสินใจด้วยตนเอง	จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด ที่ถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ/แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ อย่างไร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการลงรหัสข้อมูลในคอมพิวเตอร์ และหาค่าสถิติโดยวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากแบบสอบถามตอนที่ 1 วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage) พร้อมนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบความเรียงตามข้อมูลของแบบสอบถาม

2. ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จากแบบสอบถามตอนที่ 2 วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) นำมาวิเคราะห์ผลข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังนี้

2.1 กำหนดค่าของคะแนนแต่ละข้อ โดยแบ่งออกเป็นระดับตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) จากนั้นนำข้อมูลมาแปลความหมายของคะแนน ตามเกณฑ์การแปลผลข้อมูลของ เบสท์ (Best, 1981 : 179 – 187 อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 67) มีรายละเอียดดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงการวัด} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้น}} \\ \text{แทนค่าได้ดังนี้} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดการแปลความหมายตามลำดับคะแนนประเมินคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	คุณภาพชีวิตอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.42 – 4.20	หมายถึง	คุณภาพชีวิตอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	คุณภาพชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	คุณภาพชีวิตอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	คุณภาพชีวิตอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ/แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ อย่างไร วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแล้วสรุปเป็นความเรียงและสรุปผลการดำเนินวิจัย

ผลการศึกษา

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่พักอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ และเพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีเป็นต้นไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่าง เดือน มิถุนายน - กรกฎาคม 2561 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	140	35.00
หญิง	260	65.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 ข้อมูลจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาเป็น เพศชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
60 - 65 ปี	101	25.25
66 - 70 ปี	218	54.50
71 - 75 ปี	50	12.50
มากกว่า 75 ปีขึ้นไป	41	7.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 ข้อมูลจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 66 - 70 ปี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 60 - 65 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 และมีอายุระหว่าง 71 - 75 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	10	2.50
สมรส	172	43.00
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	40	10.00
หม้าย	178	44.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 ข้อมูลจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพหม้าย จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรส จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 และมีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	68	17.00
5,001 - 10,000 บาท	102	25.50
10,001 - 15,000 บาท	202	50.50
15,001 - 20,000 บาท	10	2.50
20,001 - 25,000 บาท	13	3.25
สูงกว่า 25,000 บาท	5	1.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 ข้อมูลจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 15,000 บาทจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	46	11.50
5,001 - 10,000 บาท	186	46.50
10,001 - 15,000 บาท	149	37.25
15,001 - 20,000 บาท	7	1.75
20,001 - 25,000 บาท	9	2.25
สูงกว่า 25,000 บาท	3	0.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 ข้อมูลจำแนกตามรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 15,000 บาทจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามโรคประจำตัว

โรคประจำตัว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	97	24.25
มี อาทิ เช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง ซึมเศร้า ภาวะการหลง การลืม ข้อเข่าเสื่อม ฯลฯ	303	75.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 ข้อมูลจำแนกตามโรคประจำตัวของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีโรคประจำตัว อาทิ เช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง ซึมเศร้า ภาวะการหลงการลืม ข้อเข่าเสื่อม ฯลฯ จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 75.75 รองลงมาไม่มีโรคประจำตัว จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเป็นสมาชิกชมรม

การเป็นสมาชิกชมรม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เป็นสมาชิก	108	27.00
เป็นสมาชิก อาทิเช่น ชมรมไทเก๊ก, ชมรมวู้ดบอล, ชมรมผู้สูงอายุ (ดอกกลาดวงงาม) ฯลฯ	292	73.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 ข้อมูลจำแนกตามโรคประจำตัวของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นสมาชิก อาทิเช่น ชมรมไทเก๊ก, ชมรมวู้ดบอล, ชมรมผู้สูงอายุ (ดอกกลาดวงงาม) ฯลฯ จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมาไม่เป็นสมาชิก จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ภาพรวมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ	\bar{X}	ร้อยละ	ลำดับ
1. ด้านอารมณ์	4.16	0.718	4
2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	4.17	0.716	3

3. ด้านการรวมกลุ่มทางสังคม	4.20	0.689	2
4. ด้านสภาพความเป็นอยู่ที่ดี	3.39	0.995	6
5. ด้านสภาพร่างกายที่ดี	4.22	0.693	1
6. ด้านการตัดสินใจด้วยตนเอง	3.37	1.184	5
รวม	3.92	0.833	

จากตารางที่ 14 ภาพรวมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 6 ด้าน จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีภาพรวมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์อยู่ในระดับ มาก เมื่อจำแนกตามประเด็นในแต่ละด้าน พบว่า คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุเกี่ยวกับด้านสภาพร่างกายมีความคิดเห็นมากที่สุดอันดับที่ 1 ได้แก่ ด้านสภาพร่างกายที่ดีอันดับที่ 2 ได้แก่ ด้านการรวมกลุ่มทางสังคม อันดับที่ 3 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อันดับที่ 4 ด้านอารมณ์ อันดับที่ 5 ด้านการตัดสินใจด้วยตนเอง และสุดท้ายได้แก่ ด้านสภาพความเป็นอยู่ที่ดี

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมมีคุณภาพชีวิตในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ตามแนวทางส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุด้านอารมณ์ อยู่ในระดับมาก อภิปรายได้ว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความพร้อมที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในชีวิต และคิดว่าตนเองมีประโยชน์ต่อคนอื่น สามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าครอบครัวและสภาพแวดล้อมที่ดีส่งผลทำให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **สุทธิพงษ์ บุญผดุง (2554)** ศึกษาการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่นโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง (ระยะที่ 1) พบว่า คุณภาพชีวิตด้านสภาพอารมณ์ที่ดีของผู้สูงอายุอยู่ในระดับค่อนข้างมาก จากการศึกษาอภิปรายได้ว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความสุข แจ่มใส เบิกบานกับสิ่งรอบข้าง สามารถควบคุมอารมณ์และความรู้สึกของตนเองได้

คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อยู่ในระดับมาก อภิปรายได้ว่า ผู้สูงอายุมีการเอาใจใส่จากครอบครัว และการทำกิจกรรมกับเพื่อนในสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ **ฤทธิชัย แกมขนาด และสุภัทษา พันเลิศพาณิชย์ (2559)** ศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการสร้างเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ของโรงเรียนผู้สูงอายุ วัดหัวฝาย ตำบลสันกลาง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้สูงอายุรับรู้ว่าการได้รับการดูแลเอาใจใส่จากครอบครัว ผู้ใกล้ชิด การมีกิจกรรมร่วมกันกับ ชุมชน ช่วยให้สุขภาพจิตดีขึ้น

คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุด้านการรวมกลุ่มทางสังคม อยู่ในระดับมาก อภิปรายได้ว่า ผู้สูงอายุมีกิจกรรมร่วมกับบุคคลอื่น เช่น ร่วมประชุม งานเลี้ยง งานศพ กีฬา ฯลฯ มีความผูกพันกับชุมชนที่อาศัยอยู่ และมีกลุ่มเพื่อนในชุมชนในการพบปะพูดคุย ซึ่งสอดคล้องกับงานของ **ดวงจิตต์ นະนักรัตน์ (2550)** ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ กรณีศึกษาตำบลม่วงคำ อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย พบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมมีความสัมพันธ์ต่อการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ ในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณีเป็นแรงเสริมการสร้างการรักษาสมดุลทางจิตใจช่วยให้ผู้สูงอายุรู้สึกถึงการยอมรับจากสังคม มีความเชื่อมั่น และรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง

คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุด้านความเป็นอยู่ที่ดี อยู่ในระดับปานกลาง อภิปรายได้ว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการเข้ารับการอบรมอาชีพเสริมเพื่อสร้างรายได้ เพื่อไม่ให้เป็นการละเลยของลูกหลานเวลาเจ็บป่วย อีกทั้งผู้สูงอายุต้องการความสะดวกในการใช้ห้องน้ำ เพื่อลดอุบัติเหตุและอันตรายต่อตัวท่าน **สอดคล้องกับการศึกษาของภัทรพงษ์ เกตุคล้าย และวิทัศน์ จันทรโพธิ์ศรี (2555 : 55)** ให้ข้อเสนอแนะว่า เพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของ

ผู้สูงอายุให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ควรมีการดูแลช่วยเหลือให้ผู้สูงอายุมีอาชีพหรือมีอาชีพเสริมที่เหมาะสมกับวัย การดูแลช่วยเหลือในเรื่องโรคประจำตัว และมีการดูแลช่วยเหลือผู้สูงอายุในการดูแลสุขภาพตนเอง

คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุด้านสภาพร่างกายที่ดี อยู่ในระดับมากที่สุด อภิปรายได้ว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการดูแลสุขภาพของตนเองอย่างเคร่งครัด ได้รับข่าวสารทางสุขภาพจากครอบครัว และยังหลีกเลี่ยงอาหารที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น อาหารที่มีไขมันสูง คอเรสเตอรอลสูง อาหารที่มีรสเค็มจัด ขนมที่มีความหวานมาก แตกต่างกับบุริชญา เทพศิริ (2555) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในตำบลทองหลาง อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก พบว่า ส่วนมากผู้สูงอายุไม่ค่อยมีความรู้ในเรื่องการดูแลสุขภาพ เพราะส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาน้อย ทั้งยังไม่เชื่อและปฏิบัติตามคำแนะนำของบุคลากรทางการแพทย์ โดยมีความเชื่อมั่นตามแนวทางของตนเองหรือทางไสยศาสตร์และมั่นใจในตนเองมากกว่าที่จะทำตามคำแนะนำของบุคลากรทางการแพทย์

คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุด้านการตัดสินใจด้วยตัวเอง อยู่ในระดับปานกลาง อภิปรายได้ว่า ผู้สูงอายุขาดความเป็นอิสระในการทำกิจกรรมที่อยากทำ และไม่กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ กับคนรอบข้าง สอดคล้องกับ สุทธิพงษ์ บัญผดุง (2554) พบว่า ผู้สูงอายุมีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านการตัดสินใจ ควรมีการสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระเวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการทำกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ สรุปข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งทางภาครัฐและภาคเอกชน ควรจัดให้มีโครงการฝึกอบรมให้ความรู้กับผู้สูงอายุในเรื่องอาชีพ การดูแลสุขภาพ เพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีความสัมพันธ์กับชุมชนสังคม และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์เพิ่มรายได้ และลดปัญหาการเป็นโรคซึมเศร้า และอัลไซเมอร์
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดโครงการเตรียมความพร้อมผู้เข้าสู่วัยเกษียณอายุ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะในการศึกษาประเด็นครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้รับรู้รูปแบบคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในบริบทของพื้นที่
2. ควรมีการวางแผนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในพื้นที่อื่นที่ต่างกัน
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่พักอาศัยในแต่ละพื้นที่ของประเทศ เพื่อจะได้นิยามภาพรวมของคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุของประเทศไทยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จิรัชยา เจียวกั๊ก.2558. **คุณภาพชีวิตของประชาชนเทศบาลเมืองคองหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา** .การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
- จิรัชยา สุขสวัสดิ์.2547. **ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานสาธารณสุขมูลฐานของอาสาสมัครสาธารณสุข ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ทิพย์อรุณ สมภู. 2552. คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหาบดินทร์, สาขาสังคมวิทยา, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐวัฒน์ ชันโท. 2556. คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่หน่วยบริการชุมชน คลินิกศูนย์แพทย์พัฒนา ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไปวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ดวงจิตต์ นະนักรัตน์. 2550. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ กรณีศึกษา ตำบลม่วงคำ อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์: กรุงเทพฯ.
- ประนอม พรหมสุ่ย. 2543. คุณภาพชีวิตของชาวชนบท กรณีศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนหมู่บ้านกลาง ตำบลโนนตาล อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการการพัฒนาสังคม คณะพัฒนาสังคมสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปิยะดา ภักดีอำนาจ และพรชัย ลิขิตธรรมโรจน์. 2557. แนวทางการพัฒนาการจัดสวัสดิการเพื่อผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วนตำบลกาตอง อำเภอยะหา จังหวัดยะลา. วารสารวิทยาการจัดการ, (กรกฎาคม-ธันวาคม): 121-151.
- เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย. 2539. คุณภาพชีวิตของแรงงานย้ายถิ่นในอุตสาหกรรมยางพารา จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ประชากรศาสตร์ชุมชนบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหิดล.
- พรรณทิพา ศักดิ์ทอง. 2550. คุณภาพชีวิตที่เกี่ยวกับสุขภาพ. ไทยเกษตรสาร 2007;2(3): 333.
- ภัทรพงษ์ เกตุคล้าย และวิทัศน์ จันทร์โพธิ์ศรี. 2555. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่ได้รับเบี้ยยังชีพ อำเภอพรหมานิกม จังหวัดสกลนคร. สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 6 ขอนแก่น. 19 (2): 55-64.
- มนตรี เกิดมีมูล. 2555. คุณภาพชีวิตของคนไทย : กรณีศึกษาผู้อาศัยอยู่ในเขตเมือง. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ ยุคนธ์ ชุดปัญหาบุตร. 2546. ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของ อสม. ในเขตอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง. สาขาวิชานโยบายสาธารณะ. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริพร เป็งสลิ. 2554. การกำหนดทางเลือกกลยุทธ์ในการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุเทศบาลเมืองเขลางค์นคร. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริณี ปันคำ. 2542. คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตชนบทจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมพร ชัยยุทธ์. 2542. คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในชุมชนแออัดเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุพร คูหา. 2552. แนวทางการปรับปรุงคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุพัตรา ธารานุกูล. 2544. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในชีวิตผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุทธิพงศ์ บุญผดุง. 2554. พัฒนาคอนภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่นโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง (ระยะที่ 1). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- หัสยา เกตุจิตร. 2542. คุณภาพชีวิตด้านสุขภาพของบุคลากรสาธารณสุข สังกัดกองกลางสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร มหาบัณฑิต, สาขาการจัดการการพัฒนาสังคม คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อารดา ธีระเกียรติกำจร. 2554. คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ฤทธิชัย แกมណาค และสุภัชชา พันเลิศพาณิชย์. 2559. รูปแบบการมีส่วนร่วมในการสร้างเสริมสุขภาพ ผู้สูงอายุ
ของโรงเรียนผู้สูงอายุวัดหัวฝายตำบลสันกลาง อำเภอรพช. จังหวัดเชียงราย. ในการประชุมสัมมนา
วิชาการราชภัฏนครสวรรค์วิจัย ครั้งที่ 1 (น.975). นครสวรรค์ : ม.ป.ท.

การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจ
และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์
THE DEVELOPMENT OF CASUAL RELATIONSHIP MODEL OF THE INFLUENCE OF
SERVICE QUALITY SATISFACTION, AND RE-VISIT OF PASSENGERS
IS NAKHON SAWAN PROVINCE.

ธิดิยา ทองเกิน*
แหวววัน ชมพูนุท ณ อยุธยา**
นันทศักดิ์ ธนาอภินันท์***
นราธิป ภักดีจันทร์****
ศิริพร อินโให้*****
นรินทร์ เลิศบรรณนาวงศ์*****

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วยตัวแปรแฝงจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ การปฏิสัมพันธ์กับผู้โดยสาร อุปกรณ์ที่ให้บริการ ความสะดวกสบายในการบริการ และการปฏิบัติที่สนับสนุนการบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถประจำทาง และกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถประจำทาง ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณโดยทำการวิจัยเชิงประจักษ์ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารรถประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์จำนวน 400 คน ใช้การเลือกตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยแสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี มีไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.283 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) เท่ากับ 0.247 ค่าดัชนีความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ .998 และ ค่าดัชนีความสอดคล้องเปรียบเทียบ (NFI) เท่ากับ 0.991 ค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.027

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า (1) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถประจำทาง (2) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการรถประจำทาง (3) ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางลบต่อการกลับมาใช้บริการรถประจำทาง

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ, การกลับมาใช้ซ้ำ, รถโดยสารประจำทาง

* อาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

Abstract

The objectives of this research were to develop and validate a causal relationship model of the influence of the service quality on customer satisfaction and repurchasing of passengers in Nakhon sawan province. The model involved four latent variables: interaction with passengers, tangible service equipment, convenience of service, operating management support, customer satisfaction and repurchasing. The researchers used quantitative methods which involved empirical research. The research tool was a questionnaire to collect data from passengers in Nakhon sawan province. Sample size is 400. Sampling method is convenience sampling. The statistics used in data analysis were frequency, percentage, and structural equation model analysis. It was found that the model was consistent with the empirical data. Goodness of fit measures were found to be: Chi-square 10.262 (df=8, p-value=0.247); Relative Chi-square (χ^2/df) 1.283; Goodness of Fit Index (CFI) 0.998; Goodness of Fit Index (NFI) .991; and Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) 0.027. It was also found that (1) service quality had a positive influence on satisfaction; (2) service quality had a positive influence on repurchase; and (3) satisfaction had a negative influence on repurchase.

Keywords: service quality, satisfaction, repurchase, transportation

บทนำ

การบริการรถโดยสารเป็นส่วนหนึ่งของการขนส่งสาธารณะที่นับว่าเป็นบทบาทสำคัญในการสนับสนุนความเจริญเติบโตต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างยิ่ง ทั้งในด้านการท่องเที่ยวและด้านอุตสาหกรรม ดังนั้นจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญในด้านคุณภาพการบริการและความปลอดภัยให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบายตลอดการเดินทาง ซึ่งแต่ละคันจะมีคุณภาพการบริการที่แตกต่างกันในเรื่องของการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความพึงพอใจ การทำให้ผู้โดยสารมีความพึงพอใจนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ ซึ่งจุดมุ่งหมายที่สำคัญกว่านั้น คือ การทำให้ผู้โดยสารมีความรักดีหรือการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยผู้โดยสารที่มีความพึงพอใจในการบริการแล้วจะกลับมาใช้บริการซ้ำโดยมักจะไม่หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อพิจารณาใช้บริการอื่น ซึ่งผู้โดยสารที่มีความรักดีจะกลับมาใช้บริการซ้ำและสามารถสร้างผลกำไรในระยะยาวให้กับบริษัทผู้ให้บริการรถโดยสารได้มาก (กรมการขนส่งทางบก, 2558, 44)

ในธุรกิจการให้บริการการขนส่งผู้โดยสารนั้น บริษัทจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการด้านคุณภาพการบริการ สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เพื่อนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น การทราบถึงปัจจัยคุณภาพการบริการ จะทำให้ธุรกิจสามารถนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ และทำให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างของการบริการ จนเกิดความประทับใจและเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการ เพื่อให้ได้บริการที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ และยังสามารถทำให้บริษัทสามารถได้รับทราบคำร้องเรียนหรือความไม่พอใจจากผู้ใช้บริการในเรื่องต่างๆ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากได้โดยตรง

การใช้บริการรถโดยสารประจำทาง ผู้ประกอบการควรให้บริการผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบายตลอดการเดินทาง ในเรื่องของการให้บริการด้านพนักงานขับรถ ด้านอุปกรณ์ ด้านความสะอาดสบาย ด้านการสนับสนุนและผลลัพธ์จากการบริการ ดังนั้น รถโดยสารประจำทางถือเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่ต้องการสร้างความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการของประชาชนในการคมนาคมและการขนส่ง ซึ่งปัจจุบันธุรกิจรถประจำทางมีการขยายตัวอย่างกว้างขวางอย่างทั่วถึงในทุกๆที่ ทำให้ผู้โดยสารมีความหลากหลายมีความคาดหวังต่อคุณภาพการ

บริการของรถโดยสารในลักษณะที่ต่างกันอย่างออกไป สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสาร ต้องอาศัยความพร้อม และความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะทำให้ผู้ใช้บริการประทับใจ จนเกิดความพึงพอใจ ก่อให้เกิดการใช้บริการซ้ำ และช่วยประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก (สุนันท์ นิลพวง, 2558, 74)

จังหวัดนครสวรรค์ก็เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีรถโดยสารประจำทางให้บริการอย่างหลากหลาย มีทั้งรถร่วมบขส, รถสองแถว (สีขา-ส้ม สายมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, สีเหลือง สายขนส่งนครสวรรค์, สีเขียวสายค้าจิวระประวัติ) และยังมีรถทัวร์ของนครชัยทัวร์ที่ให้บริการในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จะเห็นได้ว่าจังหวัดนครสวรรค์เป็นจังหวัดที่มีการให้บริการรถที่หลากหลาย และมีการแข่งขันกันพอสมควร เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการบริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการโดยลูกค้าต้องได้รับความมั่นใจ เชื่อถือได้ ว่างใจได้ ซึ่งความเชื่อมั่นในการให้บริการ ซึ่งคุณภาพของการบริการ ได้ก่อให้เกิดความพึงพอใจและส่งผลกระทบต่อกลับมาใช้บริการซ้ำ (วิเชียร ฮันนนท์, 2556, 97)

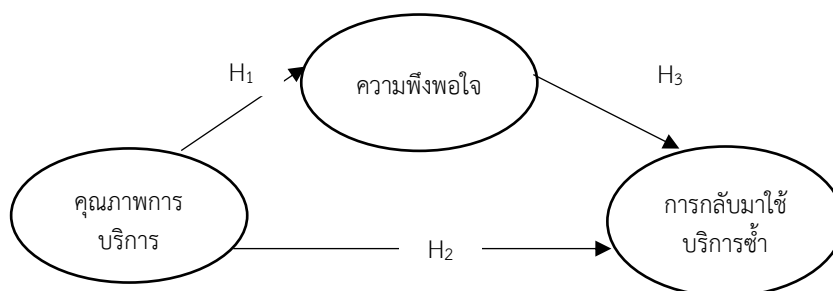
ดังนั้น คณะผู้ทำวิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา เรื่องของคุณภาพการให้บริการซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถทำให้องค์กรดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผลและประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ทั้งนี้ผลของการศึกษาจะได้นำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการของรถโดยสารประจำทางให้มีประสิทธิภาพตามความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์

กรอบแนวคิด

จากการศึกษาการพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้เลือกใช้แนวคิดหลักเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโดยเลือกใช้ทฤษฎีคุณภาพการบริการของ Hu and Jen (2006) ประกอบด้วย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้โดยสาร ด้านสิ่งที่จับต้องได้ของอุปกรณ์ที่ให้บริการ ด้านความสะดวกสบายของการบริการ านสิ่งสนับสนุนในการดำเนินการให้บริการและด้านผลลัพธ์ที่ได้จากการบริการ ทฤษฎีความพึงพอใจของ Oliver (1997) และทฤษฎีการกลับมาใช้บริการซ้ำ ของ Anderson, et al. (1994)



ภาพที่ 1 โมเดลกรอบแนวความคิดของงานวิจัย (Conceptual Model)

สมมติฐานการวิจัย มี 3 ข้อ ดังนี้

H₁ คุณภาพการให้บริการมือที่พลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถประจำทาง

H₂ คุณภาพการให้บริการมือที่พลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการการซ้ำของผู้โดยสารรถประจำทาง

H₃ ความพึงพอใจมือที่พลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการการซ้ำของผู้โดยสารรถประจำทาง

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์ ที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี มีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง Nunnally (1967) แนะนำว่า การวิเคราะห์ข้อมูลโมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม AMOS โดยวิธีประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood ควรจะมีขนาดตัวอย่างอย่างน้อยเป็น 10 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ จากการประเมินจำนวนตัวแปรสังเกตได้ของการวิจัยนี้ พบว่า มีจำนวน 23 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดตัวอย่างของการวิจัยนี้ ควรจะมีอย่างน้อยเท่ากับ $23 \times 10 = 230$ ตัวอย่าง คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด โดยมีวิธีการสุ่มเก็บตัวอย่างโดยวิธีสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์ ประยุกต์ใช้แบบสอบถามจากงานวิจัยของ Jen Tu and Lu (2010) โดยมีข้อคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 7 ระดับ (น้อยที่สุด = 1, ค่อนข้างน้อย = 2, น้อย = 3, ปานกลาง = 4, ค่อนข้างมาก = 5, มาก = 6, มากที่สุด = 7) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และส่วนที่ 4 ระดับเจตนาในเชิงพฤติกรรมหรือการกลับมาใช้ซ้ำ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ อันได้แก่ การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธีดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน นอกจากนี้ยังได้ทำการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยเกณฑ์ที่กำหนด คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาควรมีค่าในระดับ 0.7 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2010) ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (Field, 2005) ในการตรวจสอบความเที่ยงผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงทั้งข้อมูลทดลองใช้ ($n = 30$) และข้อมูลที่เก็บจริงของกลุ่มผู้ใช้บริการรถประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์ ($n = 400$) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การตรวจสอบความเที่ยงสำหรับข้อมูลทดลองใช้ (Try-out) ($n = 30$) จากผลการวิเคราะห์ความเที่ยงผู้วิจัยไม่ได้ทำการตัดข้อคำถามใด ๆ ออกจากการวัดตัวแปร เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของแต่ละตัวแปรได้ค่าตามมาตรฐานที่กำหนด โดยมีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.775 ถึง 0.926 และค่า Corrected Item Total Correlation มีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปรโดยใช้ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) เพื่อทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจ และการกลับมาใช้ซ้ำของผู้ใช้บริการรถประจำทางเส้นทางในจังหวัดนครสวรรค์ทั้งนี้

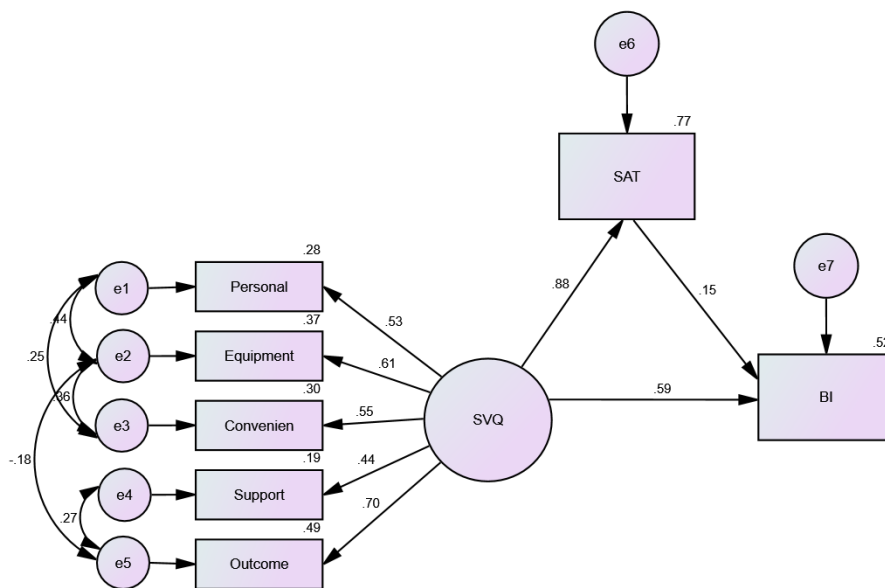
ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของสถิติพหุตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง อันได้แก่ (1) การแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) (2) ความเป็นเอก

พันธ์ ของการกระจาย (Homoscedasticity) และ (3) ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม (Linearity) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ข้อมูลของตัวแปรทั้งหมด เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นทั้ง 3 ประการ

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์ จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็น (1) เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54 (2) มีอายุ 19-28 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.5 (3) อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 22.0 (4) รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน (5) วัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 44.3

การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์ มีผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ดังนี้



SVQ = service quality, SAT = satisfaction, BI = repurchase intention

ภาพที่ 2 โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถประจำทางในเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์

จากภาพที่ 2 การวิเคราะห์ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ คณะผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) โดยใช้โปรแกรม AMOS version 24 ซึ่งผลการวิเคราะห์สถิติพบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรที่ได้รับจากข้อมูลเชิงประจักษ์ สอดคล้องกับโมเดลทางทฤษฎี โดยมีอัตราส่วนไค สแควร์กับ Degree of Freedom (χ^2/df) = 1.283 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือน้อยกว่า 2 ค่าสถิติทดสอบ (p-value) = .247 เมื่อพิจารณาดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่า หรือเท่ากับ 0.90 ได้แก่ CFI = .998 และ NFI = .991 ผ่านเกณฑ์ ส่วนดัชนี RMSEA = .027 ผ่านเกณฑ์ คือ มีค่าน้อยกว่า .05 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) ได้แก่ ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน ซึ่งค่าสถิติที่ได้สามารถสรุปได้ว่า โมเดลทางทฤษฎีกับโมเดลจากข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกลมกลืนกันอย่างเหมาะสม เมื่อพิจารณาค่า R^2 พบว่า (1) ตัวแปรความพึงพอใจสามารถถูกอธิบายด้วยตัวแปรคุณภาพการบริการได้ร้อยละ 77 (2) ตัวแปรการกลับมาใช้บริการซ้ำสามารถถูกอธิบายด้วยตัวแปรคุณภาพการบริการและตัวแปรความพึงพอใจได้ร้อยละ 52

ตารางที่ 1 แสดงค่าสถิติทดสอบสมมติฐานตามโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง

	สมมติฐาน	S.E.	C.R.	p-value	Result
H ₁	Service Quality → Satisfaction	.121	11.230	***	support
H ₂	Service Quality → Repurchase	.329	2.871	***	support
H ₃	Satisfaction → Repurchase	.188	.797	.426	Not support

*** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถประจำทาง (2) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการรถประจำทางของผู้โดยสารรถประจำทาง และ (3) ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางลบต่อการกลับมาใช้บริการรถประจำทางของผู้โดยสารรถประจำทาง

อภิปรายผล

คุณภาพการให้บริการของรถโดยสารประจำทางเส้นทางจังหวัดนครสวรรค์ถูกขับเคลื่อนด้วยมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้โดยสาร ด้านสิ่งที่จับต้องได้ของอุปกรณ์ที่ให้บริการ ด้านความสะดวกสบายของการบริการ ด้านสิ่งสนับสนุนในการดำเนินการให้บริการและด้านผลลัพธ์ที่ได้จากการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คุณภาพการบริการในมิติการปฏิสัมพันธ์กับผู้โดยสาร การบริการของรถโดยสารจำเป็นต้องอาศัยการให้บริการของพนักงาน พนักงานต้องให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย มีความสุภาพและอัธยาศัยดีในการพูดคุยกับผู้โดยสาร มีทักษะในการขับรถ ขับในเส้นทางที่ถูกต้องและจอดรถในจุดที่ผู้โดยสารต้องการสนับสนุนผลงานวิจัยของ Tsai, Suh et al. (2012, pp. 247-269) กล่าวว่า หากพนักงานมีทักษะการสื่อสารกับลูกค้าได้ดีและเหมาะสม จะส่งผลให้คุณภาพการบริการที่ดีขึ้น

คุณภาพการบริการในมิติด้านอุปกรณ์ที่ให้บริการ การบริการของรถโดยสารจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยที่ดีของรถ ภายในรถมีความสะอาด ระบบการจัดการเสียงภายในรถไม่ดังจนเกินไป มีอุปกรณ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้ เช่น ผ้าห่ม แอร์ เครื่องเสียง เป็นต้น อีกทั้งมีตารางเวลาการเดินทางอย่างชัดเจน ซึ่งสนับสนุนผลงานวิจัยของ Lo, Wu, and Tsai (2015, pp. 155-179) ได้กล่าวว่า สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) มีอิทธิพลทางบวกต่ออารมณ์ของลูกค้า ดังนั้น รถโดยสารควรตระหนักถึงความสำคัญด้านอุปกรณ์ที่ให้บริการ ซึ่งเป็นบริการหลักที่รถโดยสารพึงมีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร หากรถโดยสารต้องการยกระดับคุณภาพการบริการให้มีคุณภาพมากขึ้น ควรเริ่มต้นจากการให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่เป็นบริการหลักของรถโดยสารก่อนเป็นอันดับแรก

คุณภาพการบริการในมิติด้านความสะดวกสบายในการบริการ การบริการที่ส่งมอบความสะดวกสบายให้แก่ผู้โดยสาร อันได้แก่ มีช่องจอดรถที่เหมาะสม สะดวกในการค้นหาและนั่งรอ มีพื้นที่รอคอยที่เหมาะสม และรถโดยสารแจ้งให้แก่ผู้โดยสารทราบเมื่อมีการปรับเปลี่ยนเส้นทางหรือแจ้งเส้นทางการเดินทาง ซึ่งสนับสนุนผลงานวิจัยของ Kaura, Prasad, Sharma, (2015, pp. 404-422) กล่าวว่า ความสะดวกสบายในการบริการส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อการให้บริการ

คุณภาพการบริการในมิติด้านสิ่งสนับสนุนในการปฏิบัติงาน รถโดยสารไม่สร้างความกังวลให้แก่ผู้โดยสารเกี่ยวกับเรื่องเวลาด้วยการมีสิ่งสนับสนุนหรือการเตือนผู้โดยสารเกี่ยวกับการเดินทางหรือรถออก ซึ่งสนับสนุนผลงานวิจัยของ Canitez, Alpkokin, and Andrew Black (2018) และ Weng, Di, Wang, Wang, and Mao, (2018) กล่าวว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับเรื่องตรงต่อเวลาของรถโดยสาร

คุณภาพการบริการในมิติด้านสิ่งที่ได้รับในการใช้บริการหรือผลลัพธ์จากการบริการ ผู้โดยสารจะพิจารณาถึงความคุ้มค่าที่ได้รับจากการบริการ โดยเปรียบเทียบการบริการที่ได้รับกับค่าโดยสารที่ต้องจ่ายไป หากผู้โดยสารประเมินแล้วพบว่า มีผลลัพธ์ที่คุ้มค่าจะส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสนับสนุนผลงานวิจัยของ Grönroos and Ravald (2011, pp. 5-22)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยเสนอแนะให้รถโดยสาร ส่งเสริมและมุ่งเน้นคุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยเสนอให้ผู้ประกอบการรถโดยสาร มุ่งเน้นคุณภาพการให้บริการมิติด้านพนักงาน ควรให้ความสำคัญในการให้บริการด้วยความปลอดภัย มีความสุภาพ อธิบายดี มิติด้านอุปกรณ์ที่ให้บริการ มุ่งเน้นการให้สนับสนุนการบริการหลักที่รถโดยสารพีมี่ อาทิ แอร์ ผ้าห่ม เครื่องเสียง หรือ ห้องน้ำ เป็นต้น มิติด้านความสะดวกสบาย โดยเฉพาะความสะดวกสบายด้านสถานที่ระหว่างนั่งรถโดยสาร มิติด้านสิ่งสนับสนุนการจัดการการปฏิบัติการ และมิติด้านผลลัพธ์ที่ได้รับจากการบริการ ควรสร้างความประทับใจในการบริการให้ผู้โดยสารมีความรู้สึกว่าได้รับความคุ้มค่าจากการบริการ
2. ผู้ประกอบการรถโดยสาร ควรมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพการบริการในแต่ละมิติ ซึ่งคุณภาพการบริการจะส่งผลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้จำนวน 8 สมมติฐาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ควรทำการทดสอบโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการรถโดยสาร โดยใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้กับระบบการขนส่งในรูปแบบอื่นๆ ที่มีลักษณะการดำเนินงานที่คล้ายกัน เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัย
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับบริการมากยิ่งขึ้น อาทิ การบอกต่อ ภาพลักษณ์ขององค์กร

เอกสารอ้างอิง

- Canitez, F., Alpkokin, P.&JohnAndrewBlack .(2018). Agency costs in public transport systems: Net-cost contracting between the transport authority and private operators - impact on passengers<https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.09.010>
- Grönroos, C., & Ravald, A. (2011). Service as business logic: implications for value creation and marketing. *Journal of Service Management*, 22(1), 5-22.
- Hair, J. F., et al. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. Upper Saddle River, NJ, Pearson Education.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York, Guilford Press.
- Lo, A., Qu, H., & Wetprasit, P. (2013). Realms of Tourism Spa Experience: The Case of Mainland Chinese Tourists. *Journal of China Tourism Research*, 9(4), 429-451.
- Lo, A., Wu, C., & Tsai, H. (2015). The Impact of Service Quality on Positive Consumption Emotions in Resort and Hotel Spa Experiences. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 24(2), 155-179. doi:10.1080/19368623.2014.885872
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Pallant, J. (2007). *SPSS Survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS for windows*. Maidenhead, England ; New York, McGraw Hill/Open University Press.

Tsai, H., Suh, E., & Fong, C. (2012). Understanding male hotel spa-goers in Hong Kong. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(3), 247-269.

Vinita Kaura, Ch. S. Durga Prasad, Sourabh Sharma, (2015) "Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33 Issue: 4, pp.404-422, <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2014-0048>

Weng , J., Di, X. ,Wang C., Wang, J., and Mao, L. (2018). A Bus Service Evaluation Method from Passenger's Perspective Based on Satisfaction Surveys: A Case Study of Beijing, China. *Sustainability*, 10(8), 2723; <https://doi.org/10.3390/su10082723>

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อร้านหมูกระทะในจังหวัดนครสวรรค์
THE SATISFACTION OF USERS WITH THE BUFFET PORK SHOP
IN NAKHON SAWAN PROVINCE.

ณรงค์ศักดิ์ กาญจนวดี*
วาสนา เกศเกษร**
ชลาลัย ดันเทียม***
ศุภกร ริมสันเทียะ****

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อร้านหมูกระทะในจังหวัดนครสวรรค์โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการร้านหมูกระทะในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ไม่เกิน 9,000 บาท มีสถานภาพโสด ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของร้านหมูกระทะ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความแน่นอน ด้านลักษณะที่สัมผัสได้ ด้านความสามารถในการตอบสนอง และด้านความเข้าใจลูกค้า ตามลำดับ

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ, ร้านหมูกระทะ

Abstract

The purpose of this research was to study the satisfaction of users with buffet pork shop in Nakhon Sawan province. The questionnaires were used as a tool to collect data from people having been buffet pork shop in Nakhon Sawan province. 200 sets of samples using a random and specific method. Statistics used to analyze the data were percentage, mean, and standard deviation.

The results showed that most respondents are male. Age between 21-30 years with a bachelor's degree, a student. The average income per month is not more than 9,000 baht. The status of using the service is single. The respondents expressed opinion toward the overall service quality factors at the buffet pork shop was at "satisfaction" level with the highest satisfaction in reliability, assurance, tangibility, responsiveness, and empathy responsively.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Buffet pork shop

* คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

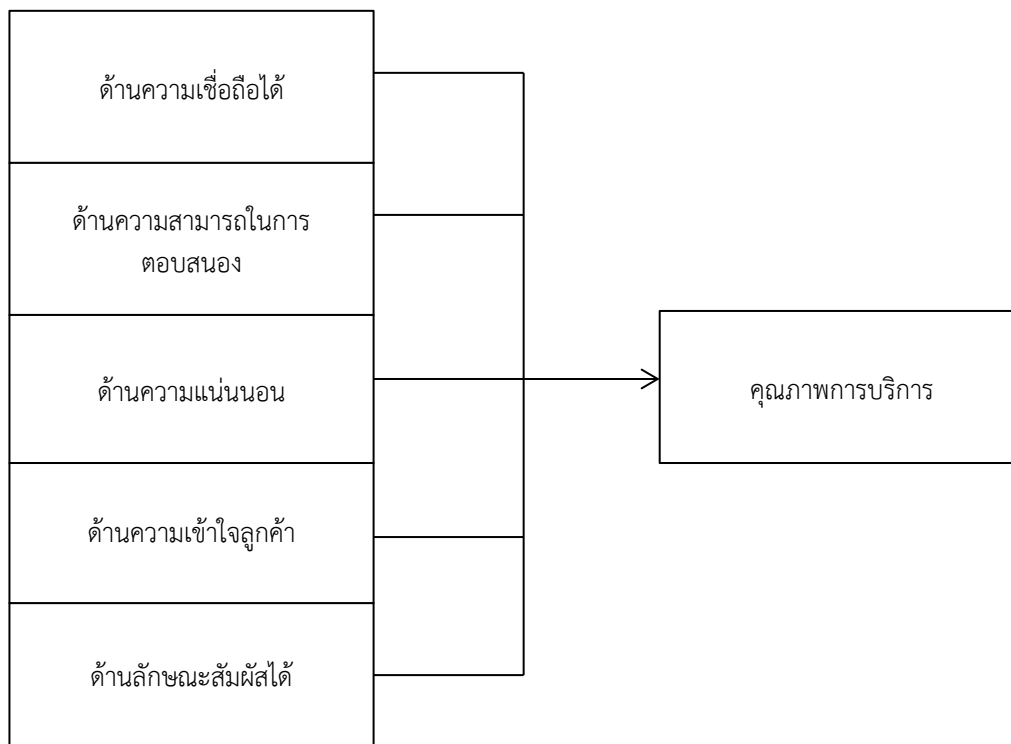
บทนำ

อาหารและโภชนาการเป็นพื้นฐานของชีวิตมนุษย์ การบริโภคอาหารของคนไทย เปลี่ยนแปลงไปตามวิถีที่เปลี่ยนแปลงไป นับตั้งแต่ประเทศไทยได้พัฒนาขึ้น สังคมเมืองขยายตัวเพิ่มขึ้นกับการอพยพของผู้คนจากชนบทเข้าสู่เมือง ปัจจุบันคนไทยเริ่มบริโภคอาหารนอกบ้านมากขึ้นเนื่องจากความสะดวกสบายกว่าการทำอาหารรับประทานเอง โดยคนไทยนิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน 1-2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 24 และมีแนวโน้มเป็นมือที่คนไทยนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมาคือมือกลางวัน คิดเป็นร้อยละ 39 และมีมือเช้าร้อยละ 2 ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวในปี 2559 ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนไทย ร้านอาหารในปัจจุบันมีหลายประเภท เช่น อาหารไทย อาหารจีน อาหารญี่ปุ่น อาหารนานาชาติ เป็นต้น ถ้าพูดถึงรูปแบบการรับประทานที่มีแนวโน้มนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ นั่นก็คืออาหารประเภทบุฟเฟต์ โดยคนไทยมุ่งให้ความสำคัญความคุ้มค่าในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร การกินอาหารแบบบุฟเฟต์ เป็นการขายอาหารซึ่งผู้ขายจัดอาหารไว้หลายอย่าง และคิดราคาอาหารเหมาเป็นรายบุคคลด้วย ผู้ซื้อเลือกหยิบอาหารรับประทานเองและรับประทานได้เต็มที่ตามความพอใจ ทั้งมีการจัดอาหารหลาย ๆ แบบด้วย เช่น บุฟเฟต์อาหารไทย บุฟเฟต์อาหารเจ บุฟเฟต์นานาชาติ บุฟเฟต์หมูกระทะ บุฟเฟต์ปิ้งย่างเกาหลี สุกี้/ชาบู อาหารญี่ปุ่นจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า หมูกระทะเป็นที่นิยมมากที่สุด เนื่องจากเป็นอาหารที่คุ้มค่าและคุ้มกับราคาที่จ่าย หมูกระทะบุฟเฟต์ จึงเป็นรูปแบบการให้บริการด้านอาหารที่ได้รับความนิยมเนื่องจากเป็นอาหารแบบบุฟเฟต์ ที่มีราคาไม่สูงนัก และมีรายการอาหารหลากหลาย บรรยากาศสนุกสนาน ในโอกาสสังสรรค์กับครอบครัวและเพื่อนฝูง ด้วยเหตุนี้ ร้านหมูกระทะจึงเป็นร้านที่มีลูกค้าจำนวนมาก เนื่องด้วยความนิยมของผู้บริโภคที่มีอยู่มาก ประกอบกับเป็นธุรกิจที่สามารถเข้ามาได้ง่ายเพราะใช้เงินลงทุนไม่สูงนักและสามารถเลียนแบบได้ง่าย ทำให้เกิดร้านหมูกระทะใหม่ๆ เพิ่มขึ้นในจังหวัดนครสวรรค์ร้านหมูกระทะบุฟเฟต์ที่ได้รับความนิยมในเขตตัวเมืองนครสวรรค์ทั้งหมด 2 ร้าน ได้แก่ร้านหมูกระทะแชมป์และร้านหมูกระทะโซกุน ซึ่งทั้งสองร้านนี้มีการแข่งขันที่สูงเพราะทั้ง 2 ร้านอยู่ใกล้เคียงกัน แต่ละร้านมีภาพลักษณ์ที่สามารถสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าแตกต่างกันพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่เวลาเลือกบริการร้านอาหารหมูกระทะจะไม่ได้คำนึงถึงความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดโรคร้ายตามมาแต่จะเน้นไปในเรื่อง ของความอร่อย ความคุ้มค่า ความสะดวกในการเข้าถึงร้าน และยังมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น ระยะเวลาเดินทาง เป็นต้น การให้บริการจากทางร้านสภาพแวดล้อมบริเวณในร้านและรอบๆร้าน เป็นต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาที่ความพึงพอใจที่มีคุณภาพต่อการบริการร้านหมูกระทะในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่เป็นสาเหตุทำให้ผู้บริโภคเลือกรับประทานอาหารบุฟเฟต์ประเภทหมูกระทะหาแนวทางการแก้ไข เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้ารายใหม่รวมถึงการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการให้ดีขึ้นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อร้านหมูกระทะในจังหวัดนครสวรรค์

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ผู้ที่เคยใช้บริการร้านหมูกระทะ ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่เคยเข้ามาใช้บริการร้านหมูกระทะ ในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 200 คน

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยปรับปรุงจากแบบสอบถามของ ฤติรัตน์ สิทธิบริบูรณ์ (2560). ซึ่งแบบสอบถามเหล่านี้แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้เลือกตอบคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของร้านหมูกระทะในจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความสามารถในการตอบสนอง ด้านความแน่นอน ด้านความเข้าใจลูกค้า และด้านลักษณะที่สัมผัสได้

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาทางวิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา การใช้ภาษา รวมทั้งลักษณะคำถามและนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องครบถ้วน
2. การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูล (try out) กับผู้ที่เคยเข้าใช้บริการในร้านแฮมป์หมูกระทะและร้านโซกุนหมูกระทะจังหวัดนครสวรรค์จำนวน 20 ชุด เพื่อนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .70 ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไปได้เนื่องจากมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ .70 ขึ้นไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้เป็นค่าจำนวนและค่าร้อยละ
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับของคุณภาพการบริการ 5 ด้านสถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อร้านหมูกระทะในนครสวรรค์ มีดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่เคยใช้บริการของร้านหมูกระทะในจังหวัดนครสวรรค์จำนวนทั้งหมด 200 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 และรองลงมาเป็นเพศหญิงจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 มีอายุระหว่าง อายุระหว่าง 21-30 มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคืออายุระหว่างไม่เกิน 20 ปี มีจำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 24.0 และน้อยที่สุดคืออายุ 51-60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 21.0 และอื่นๆคิดเป็นจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ไม่เกิน 9,000 บาทขึ้นไป มี 68 คนคิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือมีรายได้ 9,000-15,000 บาท มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และน้อยที่สุดมีรายได้ 40,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 มีสถานภาพในการเข้าใช้บริการคือโสดมีจำนวน 141 คนคิดเป็นร้อยละ 70.5 และรองลงมา สมรส มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 น้อยที่สุดคือหย่าร้าง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามคุณลักษณะของประชากร
ลักษณะทางประชากรของผู้ที่เคยใช้บริการร้านหมูกระทะในจังหวัดนครสวรรค์	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย (50.5 %) รองลงมาเป็นเพศหญิง (49.5 %) • มีอายุ 21-30 ปี (40.0%) รองลงมาคืออายุไม่เกิน 20 ปี (24.0%) • สถานภาพโสด (70.5 %) รองลงมาคือสมรส (23.5 %) • การศึกษาระดับปริญญาตรี (43.5 %) รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนต้น (21.0 %) • อาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา (56.5 %) รองลงมาเป็นธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย (21.5 %) • รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 9,000 บาท (34.0 %) รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,000-15,000 บาท (31.0 %)

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านหมูกระทะ

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านหมูกระทะ

ตัวชี้วัด	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความเชื่อถือได้	3.97	.877	มาก
ด้านความสามารถในการตอบสนอง	3.87	.910	มาก
ด้านความแน่นอน	3.96	.867	มาก
ด้านความเข้าใจลูกค้า	3.80	.954	มาก
ด้านลักษณะที่สัมผัสได้	3.94	.990	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือโดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=3.97$, S.D. = .877)ด้านความสามารถในการตอบสนองโดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=3.87$, S.D. = .910)ด้านความแน่นอนโดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}= 3.96$, S.D. = .867)ด้านความเข้าใจลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับ มาก($\bar{X}=3.80$, S.D. = .954)ด้านลักษณะที่สัมผัสได้โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=3.94$, S.D. = .990

อภิปรายผล

การอภิปรายผลของการวิจัย เรื่องการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านหมูกระทะในจังหวัดนครสวรรค์ คณะผู้วิจัยอภิปรายผล ดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือได้ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของร้านหมูกระทะในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของร้านหมูกระทะในเมืองจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) กล่าวว่า การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการและสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับการบริการ ดังนั้นการให้บริการของร้านหมูกระทะที่ได้รับความน่าเชื่อถือมาอย่างยาวนาน

ด้านความสามารถในการตอบสนองลูกค้าส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของร้านหมูกระทะ ในเมืองจังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้าส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของร้านหมูกระทะ ในเมืองจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งสอดคล้องของงานวิจัย โดยเรื่องที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในร้านกระทะต่อการให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้จนเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งการตอบสนองลูกค้าหมายถึง ความรวดเร็ว เป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภณ

วีระวัฒน์อึ้งยง (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้รถไฟฟ้าของผู้ใช้รถยนต์ที่อยู่อาศัยในเขตชานเมือง กรณีศึกษา สายบางใหญ่ – บางซื่อ พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้รถไฟฟ้าของผู้ใช้รถยนต์ที่อยู่อาศัยในเขตชานเมือง

ด้านความแน่นอน ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของร้านหมูกระทะ ในเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความแน่นอนส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของร้านหมูกระทะ ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ นิตพล ภูตะโชติ (2550) กล่าวว่า ลูกค้าต้องการความแน่นอนในการบริการและความสะดวกแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ลูกค้าจะเลือกใช้บริการที่มีความปลอดภัยสูง ดังนั้นการที่ร้านหมูกระทะ และมีระบบการจัดการความปลอดภัยด้าน

การป้องกันคุณภาพของอาหารทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น และมั่นใจในการบริการถึงแม้ว่าการใช้บริการร้านอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติมณฑน์ วิมูลชาติ (2553) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของกลุ่มคนที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหาร กระทั่งพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความแน่นอน ปลอดภัย ส่งผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มคนที่เข้ามาใช้บริการ

ด้านความเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของร้านอาหารในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า คุณภาพการให้บริการการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของร้านอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับพนักงาน ที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองโดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่พนักงานของร้านอาหาร มีความเกี่ยวข้องกับรายละเอียดการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้มาใช้บริการแต่ละคน สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจได้ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 2013) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อดุวิทย์ บรรลู่ทางธรรม (2554) ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการด้านความเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านลักษณะที่สัมผัสได้ ลักษณะของสิ่งที่ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกซึ่งสัมผัสและจับต้องได้เช่นบุคคลที่ให้บริการสถานที่และเครื่องใช้ต่างๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาดา อารังสมบัติ (2550) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยรวมในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากได้แก่ด้านสิ่งสัมผัสและจับต้องได้ด้านความน่าเชื่อถือด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการและด้านความเข้าใจผู้ใช้บริการรวมถึงคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับต่อความภักดีของผู้ใช้บริการต่อผู้ใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ซึ่งทำให้สามารถอธิบายได้ว่าความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นความรู้อรรถประโยชน์ของการบริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร รวมถึงไปถึงกลุ่มพนักงานร้านอาหาร เพื่อให้ได้รับข้อมูลในเชิงลึก
2. ควรมีการเพิ่มตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยให้เพิ่มขึ้น เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีความครอบคลุม และได้ข้อค้นพบที่มีคุณภาพต่อการสร้างความพึงพอใจในการบริโภคอาหารของ ประชากรในจังหวัดนครสวรรค์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Inooau.(2556). สถิติการกินอาหารนอกบ้านของคนไทย.Whats up magazine (The Buffetissue).
 กนกพร อ่ำคง. (2559). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคร้านอาหารบุฟเฟต์ในเขตเมืองพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์
 สาขาวิชาภูมิศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
 กิจติมา ลุ่มภักดี และไกรชิต สุตะเมือง. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร
 บุฟเฟต์

ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการ
บริหารธุรกิจ.

กินรี อินต๊ะและโรจนา ธรรมจินดา. (2559). การรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้บริโภคต่อร้านหมูกระทะบุฟเฟต์ในอำเภอ
เมืองเชียงใหม่.วารสาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2011). ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ. นักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎี
บัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปทุมยาภาพัชระ อาจหาญ. (2555). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทยจำกัด
(มหาชน)

สาขาจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาภาครัฐและเอกชน.

มัทนา วิงวอน. (2553). บริโภคศึกษา,พฤติกรรมผู้บริโภค-ไทย-กรุงเทพฯ, สังคมปริทัศน์.วิทยานิพนธ์ คณะ
รัฐศาสตร์

โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้
บริการ

รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนครจังหวัดนครสวรรค์
FACTORS AFFECTING THE REPURCHASING BEHAVIOR OF CUSTOMERS IN
SRI NAKHON MARKET, NAKHON SAWAN PROVINCE

พีรพัฒน์ สุขแจ่ม*
อดิศักดิ์ ชัยมะวงษา**
ศิวาภรณ์ ต่อนแก้ว***
พงษ์พิสุทธิ์ มุ่งงาม****
วิษุวัตม์ กมูทชาติ*****

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนคร จังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการเลือกซื้อสินค้าในตลาดศรีนคร จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง และใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง การรับรู้ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูง ความเชื่อถือต่อสินค้าอยู่ในระดับสูงและความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำอยู่ในระดับสูง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า การรับรู้ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความเชื่อถือต่อสินค้าส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนคร นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ความเชื่อถือ, การรับรู้ด้านคุณภาพ, ความตั้งใจซื้อซ้ำ

Abstract

The objectives of this research were to study factors influencing on repurchase behavior in Sri Nakhon market of consumers in Nakhon Sawan. The questionnaires were used as a tool to collect data from people having been Sri Nakhon market in Nakhon Sawan province. The samples size was 200 samples. These were selected by the purposive sampling technique and used data analysis of descriptive statistics. Statistics used to analyze the data were percentage, mean, standard deviation and multiple regression.

Results found the means score of overall customer satisfaction, perceived quality of products and trust were at the high level. The mean value of customer repurchase intention was at the high level. The hypothesis testing results indicate that perceived quality of products, satisfaction and trust had a positive influence on the repurchase intention of customers in Sri Nakhon market at significance level of .05.

Keywords: Satisfaction, Trust, Perceived Quality, Repurchase Intention

* บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ) สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

บทนำ

“ตลาด”หรือ“ตลาดสด” เป็นสถานที่พบปะชุมนุมซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่สำคัญของคนไทยมาตั้งแต่อดีตกาลจนถึงปัจจุบันโดยส่วนใหญ่แล้วสินค้าที่วางจำหน่ายในตลาดสดจะเป็นสินค้าประเภทอาหารโดยเฉพาะอาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ผักสด และผลไม้ นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีการนิยมขายอาหารปรุงสำเร็จกันมากขึ้น ความสด ความสะอาด และความปลอดภัยจากคุณภาพของอาหารที่จำหน่าย ความสะอาดปลอดภัยในการมาใช้บริการ ความสะอาดถูกสุขลักษณะของสถานที่ และการปฏิบัติที่ถูกต้องลักษณะส่วนบุคคล การมีอัธยาศัยที่ดี และความซื่อสัตย์ของผู้จำหน่าย ล้วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งสิ้นต่อการมาใช้บริการตลาดสดในชุมชนนั้นๆ ตลาดนัด เป็นตลาดที่จัดให้มีขึ้นเฉพาะวันและสถานที่ที่กำหนด อาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์ และจะเป็นเช่นนั้นไปเรื่อย ๆ จนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน

ซึ่งปัจจุบันตลาดสดในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์มีจำนวนทั้งสิ้น 3 แห่ง ได้แก่ ตลาดริมน้ำ ตลาดบ่อนไก่ จะเน้นขายอาหารสดเหมือนกับตลาดศรีนคร แต่ขายในช่วงเช้า ส่วนตลาดวีระกร จะเป็นตลาดที่เหมือนกับตลาดศรีนคร เปิดเช้า-เย็น แต่เป็นตลาดที่เพิ่งเปิดตัวใหม่ จึงทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ตลาดสดที่เป็นที่รู้จักของผู้คนในนครสวรรค์มากที่สุด คือ ตลาดศรีนคร ซึ่งเป็นแหล่งรวมของสินค้า อาหารสด อาหารสำเร็จรูป รวมถึงเสื้อผ้า เครื่องประดับ และอื่นๆ อีกมากมาย และจุดเด่นของตลาดสดแห่งนี้คือ เป็นตลาดที่มีชื่อเสียงในเรื่องการจัดจำหน่ายอาหารสด อาหารสำเร็จรูป สถานที่ตั้งของตลาดศรีนคร ตั้งอยู่ในพื้นที่แหล่งชุมชนคนเมืองนครสวรรค์ และในวันอังคาร วันพฤหัสบดี และวันอาทิตย์ จะมีตลาดนัดบริเวณลานด้านหน้าของตลาดศรีนคร มีสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น เครื่องประดับ รองเท้า สำหรับวัยรุ่น วัยทำงาน อีกด้วย

ตลาดศรีนครเป็นตลาดที่มีชื่อเสียงในเรื่อง อาหารสด เป็นแหล่งรวมอาหารมือเย็น ขนาดใหญ่ที่สุดในจังหวัดนครสวรรค์ และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ในจังหวัดนครสวรรค์ ตลาดศรีนครมีร้านค้าประมาณ 1,000 ร้านค้าสามารถแบ่งเป็นโซนได้ทั้งหมด 6 โซน ได้แก่ 1. ผัก ผลไม้สด 2. อาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ หมู ไก่ ปลา 3. อาคารค้าส่ง 4. สินค้าแฟชั่น 5. อาหารสำเร็จรูป และ 6. อาหารทานเล่น ตลาดศรีนคร ให้ความสำคัญกับเรื่องของความสะอาดเป็นอย่างมาก ทำให้ตลาดศรีนครเป็นที่ได้รับความนิยมในการเลือกซื้อสินค้า ของประชากรท้องถิ่น ด้วยเหตุผลที่เปิดมาแล้วเป็นเวลานาน สะอาด สินค้าน่าซื้อ ลูกค้ารู้จักกันเป็นอย่างดี สินค้ามีให้เลือกมากมายหลากหลายประเภท สรุปได้ว่า คณะผู้วิจัยต้องการศึกษาตัวแปร ด้านความพึงพอใจของลูกค้า การรับรู้ด้านคุณภาพ ความเชื่อถือต่อสินค้า และความตั้งใจกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ จึงเป็นที่มาของการศึกษาครั้งนี้

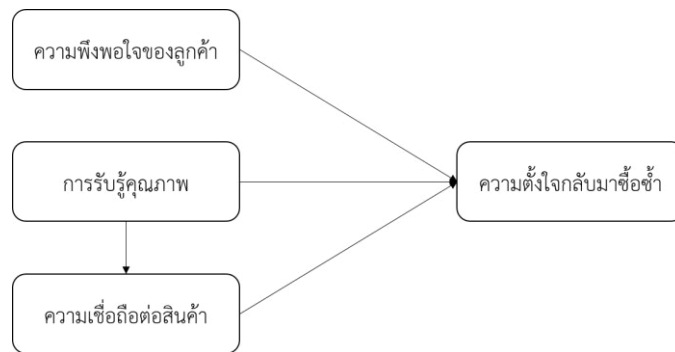
จากเหตุข้างต้น ผู้วิจัยมีความต้องการศึกษาถึงปัจจัยด้าน ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) การรับรู้ด้านคุณภาพ (Quality Perception) ความเชื่อถือต่อสินค้า (Trust) ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ (Repurchase Intention) ของลูกค้าในตลาดศรีนคร เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรม การซื้อสินค้าของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ และเพื่อศึกษาความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาด ศรีนครของผู้บริโภคในจังหวัดนครสวรรค์

กรอบแนวคิด

ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนคร การรับรู้คุณภาพสินค้าส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนคร ความเชื่อถือต่อสินค้าส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนคร การรับรู้คุณภาพของสินค้าส่งผลต่อความเชื่อถือต่อสินค้าในตลาดศรีนคร



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ความพึงพอใจของลูกค้าในตลาดศรีนครมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำ
2. การรับรู้ด้านคุณภาพสินค้าในตลาดศรีนครมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำ
3. ความเชื่อถือต่อสินค้าในตลาดศรีนครมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำ
4. การรับรู้ด้านคุณภาพของสินค้าในตลาดศรีนครมีอิทธิพลทางบวกต่อความเชื่อถือต่อสินค้า

ระเบียบวิธีวิจัย

หน่วยการวิเคราะห์ในการศึกษานี้ คือ ผู้ที่เคยซื้อสินค้าในตลาดศรีนคร

1. วิธีวิจัยเชิงปริมาณ

วิธีการวิจัยเชิงปริมาณจะใช้วิธีการสำรวจด้วยการสร้างมาตรวัดซึ่งผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา จำนวน 20 ตัวอย่าง ค่าสถิติทดสอบ Cronbach's Alpha Coefficient ที่ระดับ 0.7 ขึ้นไป สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ได้ใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าในตลาดศรีนคร โดยกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าในตลาดศรีนคร อายุ 18-60 ปี ระดับ จำนวน 200 คน โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าในตลาดศรีนคร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และสามารถยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ 5% ซึ่งการกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.07 และความคลาดเคลื่อนไม่ต่ำกว่า .1 นั้น จะทำให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือ สูตรของ (ชัชวาล เรื่องประพันธ์, 2539, หน้า 15) แสดงดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

3. ตัวแปร

- 3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า การรับรู้คุณภาพสินค้า และความเชื่อถือต่อสินค้า

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนคร

4. นิยามศัพท์

4.1 ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระทบต่อจิตใจเป็นความรู้สึกในทางบวก ความรู้สึกพอใจหรือชอบใจและทัศนคติที่ดีที่มีต่อสินค้าในตลาดศรีนคร

4.2 ความเชื่อถือ (Trust) หมายถึง ความไว้วางใจ เป็นที่เชื่อใจและเชื่อมั่นของลูกค้าต่อสินค้าในตลาดศรีนคร

4.3 การรับรู้ด้านคุณภาพ (Perceived Quality) หมายถึง ความรับรู้ ความรู้สึกบวกหรือลบของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพโดยรวมของสินค้า ความประทับใจต่อสินค้าของผู้บริโภคตลาดศรีนคร

4.4 ความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำ (Repurchase Intention) หมายถึง การกลับมาซื้อซ้ำบริโภคซ้ำ ในตราสินค้าเดิมเป็นครั้งที่ 2 และจะกลับมาอีกในอนาคตของลูกค้าตลาดศรีนคร

4.5 ตลาดศรีนคร (Sri Nakhon Market) หมายถึง สถานที่แลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าภายในชุมชนที่เป็นที่นิยมของลูกค้าในด้านราคาและความหลากหลายของสินค้า

5. นิยามเชิงปฏิบัติการ

ในงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ให้นิยามเชิงปฏิบัติการสำหรับตัวแปรที่ค้นพบ ดังนี้

ตารางที่ 1 ตัวแปรและนิยามเชิงปฏิบัติการ

ตัวแปร	นิยามเชิงปฏิบัติการ
ความพึงพอใจของลูกค้า	สินค้ามีความหลากหลายให้เลือกซื้อ อาหารมีความสด สะอาด สินค้าถูกจัดอย่างเป็นระเบียบ สินค้าประเภทเดียวกันมีหลายราคาให้เลือก ราคาเหมาะสมกับเศรษฐกิจและตลาดอื่นๆ ราคาถูก ต่อรองราคาได้ ห้องน้ำสะอาด และความสะดวกในการเดินทาง
การรับรู้คุณภาพสินค้า	สินค้ามีคุณภาพดี สดสะอาด สินค้าตรงตามความต้องการ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า การบริการดี และคุณภาพการให้บริการเสมอต้นเสมอปลาย
ความเชื่อถือต่อสินค้า	ร้านค้ามีความซื่อสัตย์สุจริต มีความมั่นใจสินค้า คุ่มค่ากับราคาที่ย่ำไป สินค้ามีความน่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักกว้างขวาง
ความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำ	มีความเป็นไปได้ที่จะกลับมาซื้อซ้ำ จะพิจารณาตลาดศรีนครเป็นอันดับแรก จะแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาซื้อสินค้า หากตลาดศรีนครถูกพูดถึงในแง่ลบ ยินดีจะช่วยแก้ต่างให้

ผลการวิจัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ คือ ความพึงพอใจของลูกค้า การรับรู้คุณภาพสินค้า และความเชื่อถือต่อสินค้าในตลาดศรีนครมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำ

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนคร

ตัวแปรอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำ
ความพึงพอใจของลูกค้า	พึงพอใจสินค้ามีความหลากหลายให้เลือกซื้อ ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมา พึงพอใจในอาหารมีความสด สะอาด ($\bar{X} = 3.64$) พึงพอใจสินค้ามีหลายราคาให้เลือกซื้อ ($\bar{X} = 3.64$) พึงพอใจสินค้าวางเป็นระเบียบ ($\bar{X} = 3.59$) พึงพอใจราคาสินค้าเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.57$)

	พึงพอใจในความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X} = 3.54$) พึงพอใจราคาสินค้าเหมาะสมกับตลาดอื่นๆ ($\bar{X} = 3.51$) พึงพอใจสามารถต่อรองราคาได้ ($\bar{X} = 3.48$) พึงพอใจสินค้าราคาถูก ($\bar{X} = 3.46$) และพึงพอใจห้องน้ำสะอาด ($\bar{X} = 3.30$)
--	---

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนคร (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำ
การรับรู้คุณภาพสินค้า	ตลาดศรีนครมีสินค้าตรงตามความต้องการ ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมา การบริการดี พ่อค้า แม่ค้าอัธยาศัยดี ($\bar{X} = 3.64$) สินค้ามีคุณภาพดี ($\bar{X} = 3.64$) ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ($\bar{X} = 3.59$) พึงพอใจราคาสินค้าเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.62$) การให้บริการมีความเสมอต้นเสมอปลาย ($\bar{X} = 3.60$) และอาหารมีความสด สะอาด ($\bar{X} = 3.54$)

ตารางที่ 4 ผลการศึกษาตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนคร (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำ
ความเชื่อถือต่อสินค้า	ร้านค้ามีความซื่อสัตย์สุจริต ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมา คุ่มค่ากับราคาที่จ่ายไป ($\bar{X} = 3.60$) มีความมั่นใจในสินค้า ($\bar{X} = 3.59$) และสินค้ามีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.51$)

ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 5 ผลการศึกษาตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ปัจจัย	ความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนคร					
	S.E.	B	β	T	Sig.	Tolerance
ค่าคงที่ (Constant)	.249	.857		3.439	.001	
ความพึงพอใจของลูกค้า	.066	.384	.408	5.853	.000	.750
การรับรู้คุณภาพ	.081	.219	.188	2.719	.001	.658
ความเชื่อถือต่อสินค้า	.073	.156	.158	2.138	.034	.552

$R^2 = .642^c$, Adjusted $R^2 = .412$, $F = 107.787$, * $p < 0.05$

ตารางที่ 5 ปัจจัยด้าน ความพึงพอใจของลูกค้า การรับรู้คุณภาพสินค้า และความเชื่อถือต่อสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำมากที่สุด ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า (ค่า $\beta = .408$) การรับรู้คุณภาพ (ค่า $\beta = .188$) และ ความเชื่อถือต่อสินค้า (ค่า $\beta = .158$) ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 64.2

ผลการทดสอบที่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ปัจจัย	B	Std.Error	T	Sig.	ผลการทดสอบ
ค่าคงที่ (Constant)	.857	.249	3.439	.001	
ความพึงพอใจของลูกค้า	.384	.066	5.853	.000	ยอมรับ
การรับรู้คุณภาพ	.219	.081	2.719	.001	ยอมรับ
ความเชื่อถือต่อสินค้า	.156	.073	2.138	.034	ยอมรับ
R Square = 0.642 F = 107.787 Sig.0.000					

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบปัจจัยด้าน ความพึงพอใจของลูกค้า การรับรู้คุณภาพสินค้า และความเชื่อถือต่อสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดศรีนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2

ตารางที่ 7 ผลการศึกษาตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความเชื่อถือต่อสินค้า โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ปัจจัย	ความเชื่อถือต่อสินค้าของลูกค้าในตลาดศรีนคร				
	S.E.	B	β	T	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.222	1.387		6.254	.000
การรับรู้คุณภาพ	.061	.616	.585	10.142	.000
R ² = .585 ^a , Adjusted R ² = .339, F = 102.857, *p < 0.05					

ตารางที่ 7 ปัจจัยด้าน การรับรู้คุณภาพสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อความเชื่อถือต่อสินค้าของลูกค้าในตลาดศรีนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อถือต่อสินค้ามากที่สุด คือ การรับรู้คุณภาพสินค้า (ค่า β = .585) คิดเป็นร้อยละ 58.5

ผลการทดสอบที่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2

ตารางที่ 8 ผลการทดสอบตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความเชื่อถือต่อสินค้า โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ปัจจัย	B	Std.Error	T	Sig.	ผลการทดสอบ
ค่าคงที่ (Constant)	1.387	.222	6.254	.000	
การรับรู้คุณภาพ	.616	.061	10.142	.000	ยอมรับ
R Square = 0.585 F = 102.857 Sig.0.000					

ตารางที่ 8 ผลการทดสอบปัจจัยด้าน การรับรู้คุณภาพสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อความเชื่อถือต่อสินค้าของลูกค้าในตลาดศรีนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

สรุปและข้อเสนอแนะ

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 มีอาชีพ เป็น

นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5

2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการการตลาดครีโนครบ่อยเป็นจำนวน 1-2 ครั้ง จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 รองลงมาคือ 2-4 ครั้ง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 อื่นๆ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และ 4-6 ครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และ 6-8 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

3) ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าในตลาดครีโนคร โดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.56 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับความเห็นด้วยโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยอันดับ 1 คือ ท่านพึงพอใจในสินค้ามีความหลากหลายให้เลือกซื้อ ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 รองลงมาคือ ท่านพึงพอใจในความสดและสะอาดของอาหารที่วางขาย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.64 ท่านพึงพอใจในสินค้าประเภทเดียวกันมีหลากหลายราคาให้เลือกซื้อ ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.64 ท่านพึงพอใจในสินค้าวางเป็นระเบียบ แบ่งเป็นหมวดหมู่ไม่ปะปนกันหยิบจับได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59 ท่านพึงพอใจในราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.57 ท่านพึงพอใจในความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54 ท่านพึงพอใจในราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับตลาดอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51 ท่านพึงพอใจสามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.48 ท่านพึงพอใจในสินค้ามีราคาถูก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.46 ท่านพึงพอใจในมีห้องน้ำที่สะอาดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.30

4) ปัจจัยด้านการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับความเห็นด้วยโดยรวมอยู่ในระดับสูงโดยอันดับ 1 คือคือตลาดครีโนคร มีสินค้าตรงตามความต้องการ ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.66 รองลงมาคือการบริการดี พ่อค้า แม่ค้าอัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.64 สินค้าในตลาดครีโนครมีคุณภาพดี ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.64 ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62 คุณภาพการให้บริการมีความเสมอต้นเสมอปลาย ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 และอาหารมีความสด สะอาด ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54

5) ปัจจัยด้าน ความเชื่อถือต่อสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.61 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับความเห็นด้วยโดยรวมอยู่ในระดับสูงโดยอันดับ 1 คือร้านค้าในตลาดครีโนคร มีความซื่อสัตย์สุจริต ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 รองลงมาคือสินค้าให้ความรู้ดีกว่ามีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 มีความมั่นใจในสินค้าของตลาดครีโนคร ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59 และสินค้าของตลาดครีโนครมีความน่าเชื่อถือ/เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51

6) ปัจจัยด้าน ความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าตลาดครีโนคร โดยรวมอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับความเห็นด้วยโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยอันดับ1 คือ คือ มีความเป็นไปได้ที่จะกลับมาซื้อซ้ำที่ตลาดครีโนครอีกครั้งในอนาคต ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.66 รองลงมาคือ จะซื้อสินค้าที่ตลาดนัตครีโนคร ท่านจะแนะนำครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่นๆ ให้มาซื้อสินค้าที่ตลาดครีโนคร ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 จะกลับมาตลาดครีโนครหากท่านได้ยินบุคคลอื่นๆ พูดถึงตลาดครีโนครในแลบ ท่านยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้ ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59 จะเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดครีโนครจะพิจารณาตลาดครีโนครเป็นตัวเลือกแรกเมื่อมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าในอนาคต ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.58 และ จะพิจารณาตลาดครีโนครจะเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดครีโนครเมื่อมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าในอนาคต ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54

เอกสารอ้างอิง

- บดินทร์ภัทร์ สิงโต. (2560). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าในตลาดนัดสวนจตุจักร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อรรถพล ฐิติวร. (2558). อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาดต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตพื้นที่ราชดำเนิน (ท่าพระ). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ฉัตรชัย หวังจมี. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกศูนย์การแพทย์โรงพยาบาลกรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อาภาชีนี มารอด. (2558). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ต่อความไว้วางใจความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้เรียนสถาบัน Studio Academy. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัชรี สกฤตธนศักดิ์ และชมพู วิวัฒน์วิทย์. (2554). ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดสด พระราม 5 จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ทัศนาศ หงส์มา. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อในตลาดนัดในกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- มัลลิกา หว่าพิทักษ์. (2558). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านความคุ้มค่า และด้านคุณภาพต่อความไว้วางใจความพึงพอใจการบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ ของลูกค้าธุรกิจบริการสักคิ้วในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐพร ดิสนิเวทย์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีผลต่อตราสินค้าร้านคาเฟ่ขนมหวานในห้างสรรพสินค้า. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ไพศาล เกษมพิพัฒน์กุล. (2557). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำเวชภัณฑ์ยาที่ผลิตภายในประเทศไทยของสถานพยาบาลประเภทคลินิกและโรงพยาบาล. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐกร ชินบุตร. (2559). ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

การศึกษาโมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์
THE STRATEGIC LEADERSHIP'S ADMINISTRATORS MODEL OF FAMILY BUSINESS
IN NAKHON SAWAN PROVINCE

กาญจนา สดับธรรม*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์และสร้างโมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ที่ปรึกษาองค์การชั้นนำและผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 13 คน และที่ปรึกษาองค์การชั้นนำ จำนวน 3 คน จำนวนรวมทั้งหมด 16 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ แบบไม่มีโครงสร้างและมีโครงสร้าง จากนั้นนำผลการศึกษามาดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 คน เพื่อสรุปเป็นโมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์

ผลการวิจัยพบว่า

1. ภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ประกอบด้วย มีวิสัยทัศน์และความท้าทาย มีทักษะที่หลากหลาย มีการบริหารจัดการทรัพยากรที่เหมาะสม มีการสนับสนุนและเสริมพลังอำนาจให้ผู้ใต้บังคับบัญชา มีการสร้างบารมี มีการสร้างแรงบันดาลใจ มีการกระตุ้นการใช้ปัญญา มีการมุ่งสร้างสัมพันธ์รายบุคคล มีความมุ่งมั่นในการทำงาน มีความเข้าใจและยอมรับจุดอ่อนของผู้ตาม มีการให้โอกาสคนได้ทดลองและเรียนรู้ มีการวิเคราะห์ปัญหาและหาเครื่องมือในการแก้ปัญหาที่เหมาะสม มีความตระหนักรู้ในตนเอง มีความยุติธรรม มีจริยธรรมและความโปร่งใส

2. โมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วย อันดับแรก คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง จำนวน 8 องค์ประกอบ อันดับที่สอง ภาวะผู้นำการทำงาน จำนวน 4 องค์ประกอบ และภาวะผู้นำที่แท้จริง จำนวน 4 องค์ประกอบ ตามลำดับ

ทั้งนี้องค์การธุรกิจสามารถนำโมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อองค์การธุรกิจได้ตามบริบทของตนเอง

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำกลยุทธ์, ผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัว

Abstract

The purpose of this research was to study the Strategic Leadership's Administrators Model of Family Business in Nakhon Sawan Province and to develop the model of strategic leadership of family business executives in Nakhon Sawan province by qualitative research. The samples were

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการ คณะวิทยาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

the top management consultants and family business executives in Nakhon Sawan province by purposive sampling. The selection were 16 persons that were consisted of 13 family business executives and 3 leading business consultants in Nakhon Sawan province. The research instruments were unstructured interviews and structured interviews. The result of this study was to conduct 9 experts by focus group discussion to summarize the leadership model of business executives in Nakhon Sawan province.

The research found that

1. Strategic Leadership's Administrators Model of Family Business Organization in Nakhon Sawan Province consists of Vision and Challenge, A Variety of Skills, Proper Resource Management, Support and Empower Subordinates, Creation, Inspiration, Stimulation of Intelligence and Personal Relationship, Commitment to Work, Understanding and Accepting Weaknesses of Followers, Give the Opportunities to Experiment and Learn, Diagnose Problems and Find the Right Solution, Self-Awareness, Justice, Ethics, and Transparency.

2. Strategic Leadership's Administrators Model of Family Business Organization in Nakhon Sawan Province were consisted of ,the first, the Leadership Transformation has 8 components, the second, the Leadership in Work has 4 components, and ,the third, True Leadership has 4 components respectively. Business organizations can apply the Strategic Leadership's Administrators Model of Family Business Organization in Nakhon Sawan Province to apply their business context in order to achieve sustainable success.

Keywords : Strategic Leadership, Administrators of Family Business

บทนำ

ภาวะผู้นำมีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจเช่นเดียวกับองค์การประเภทอื่น ๆ เมื่อมีการกล่าวถึงความสำเร็จและความเจริญเติบโตขององค์กรในแต่ละแห่ง การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ๆ การริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ การบุกเบิกตลาดใหม่ แนวทางในการบริหารให้องค์กรประสบความสำเร็จ ก็พบว่าปัจจัยหนึ่งที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จคือ บทบาทของภาวะผู้นำและความสามารถในการจัดการของผู้บริหารองค์กรเหล่านั้น ซึ่งองค์การธุรกิจถือเป็นองค์การที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและต่อการพัฒนาการเรียนรู้ในเรื่องของการพัฒนาภาวะผู้นำอีกองค์การหนึ่ง เพราะผู้บริหารองค์กรทั้งหลายจะต้องใช้ภาวะผู้นำในการบริหารและพัฒนาองค์กร เพื่อให้ทันต่อโลกของการแข่งขันในยุคโลกาภิวัตน์ เงื่อนไขทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป กลยุทธ์ที่ผู้นำจะนำมาใช้ในการบริหารองค์กรที่ธุรกิจจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยที่ภาวะผู้นำกลยุทธ์นั้นจะมีความสำคัญในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่โลกเจริญอย่างรวดเร็ว โดยผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำกลยุทธ์จะสามารถวางแผนกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้ความคิดเชิงกลยุทธ์ มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ มีกลยุทธ์ในการสร้างแรงจูงใจและสร้างมนุษยสัมพันธ์เพื่อให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่เต็มกำลังความสามารถ รวมถึงมีความสามารถในการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ เน้นการมีส่วนร่วม วางแผนปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและในปัจจุบัน

ถือว่าภาวะผู้นำกลยุทธ์เป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาองค์การ เพราะภาวะผู้นำกลยุทธ์ช่วยสนับสนุนมุมมองของผู้นำในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการ สร้างความเชื่อมั่นแก่บุคลากร และพัฒนาความสามารถของบุคลากรในองค์การ ภาวะผู้นำกลยุทธ์เป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาองค์การ ปฏิรูปองค์การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์การไปสู่ความทันสมัย ความสำเร็จของผู้นำนับว่ามีบทบาทสำคัญในระบบการบริหารองค์การ โดยเฉพาะองค์การธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูง ซึ่งในการส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาองค์การให้ประสบผลสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมาย สร้างความเข้าใจและยอมรับโดยใช้หลักการวิเคราะห์ ประเมินสภาพแวดล้อมขององค์การเพื่อนำแผนไปปฏิบัติต่อไป

จากความสำคัญของภาวะผู้นำกลยุทธ์ดังกล่าว นับว่าเป็นสิ่งสำคัญควรศึกษาให้แพร่หลายยิ่งขึ้น โดยเฉพาะปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาภาวะผู้นำกลยุทธ์ ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านบริหารจัดการ ตลอดจนจนประสบการณ์ในการบริหารของผู้บริหารจะช่วยให้ผู้นำเกิดความรอบคอบในการตัดสินใจเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์และสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ อย่างชาญฉลาด ช่วยทำให้ผู้นำสามารถวางแผนการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การติดตามและประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญขององค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งมีจำนวนมากและเป็นฐานรากของการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดและประเทศประกอบกับเป็นหัวเมืองด้านยุทธศาสตร์ในเขตภาคเหนือ ซึ่งจะมีการเชื่อมโยงการพัฒนาด้านต่าง ๆ หลายด้าน จึงเป็นจุดที่น่าสนใจศึกษาเพื่อพัฒนาองค์การธุรกิจให้ยั่งยืนในการพัฒนา ประกอบกับในการนี้มีการส่งเสริมองค์การธุรกิจในเขตนี้ให้มีความเข้มแข็งทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะเกี่ยวกับกลยุทธ์ การทำธุรกิจและการบริหารองค์การ ซึ่งจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ที่ชัดเจนสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลที่เปิดโลกเศรษฐกิจดิจิทัลโดยเน้นเศรษฐกิจ ที่เป็นรูปธรรม ผู้บริหารองค์การธุรกิจจังหวัดนครสวรรค์โดยเฉพาะธุรกิจครอบครัว จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาองค์การธุรกิจของตนเองให้เข้มแข็ง เพื่อเตรียมเข้าสู่การเป็นไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งการแข่งขันจะสูงมากกว่าเดิมในอดีต ผู้วิจัยจึงทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาโมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อนำผลวิจัยมากำหนดเป็นโมเดลแบบอย่างของการพัฒนาภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อสร้างโมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ที่เปิดกิจการธุรกิจตามรายการจดทะเบียนในเขตจังหวัดนครสวรรค์และที่ปรึกษาองค์การธุรกิจที่มีชื่อเสียงขนาดใหญ่

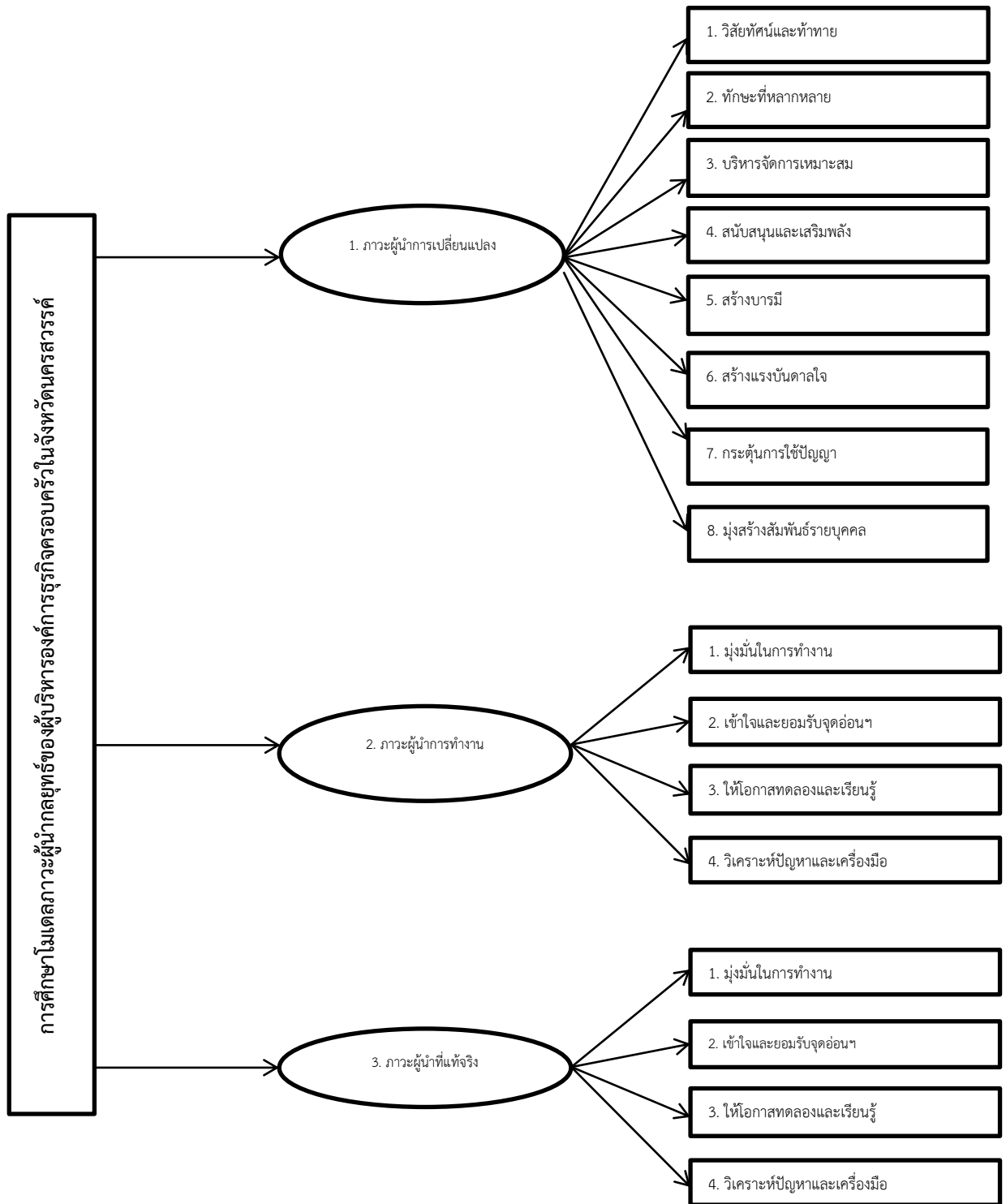
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยใช้วิธีเจาะจง โดยเลือกผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์และที่ปรึกษาองค์การธุรกิจ จำนวนรวมทั้งหมด 16 คน แบ่งเป็นผู้บริหารธุรกิจครอบครัว จำนวน 13 และที่ปรึกษา จำนวน 3 คน ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ จากนั้นนำผลการสัมภาษณ์มาดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อยของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน เพื่อนำเสนอผลการสัมภาษณ์และสรุปผลการวิจัยเป็นโมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจจังหวัดนครสวรรค์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์

การสรุปผล

1. ภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ มีวิสัยทัศน์และความท้าทาย มีทักษะที่หลากหลาย มีการบริหารจัดการทรัพยากรที่เหมาะสม มีการสนับสนุนและเสริมพลังอำนาจให้ผู้ใต้บังคับบัญชา มีการสร้างบารมี มีการสร้างแรงบันดาลใจ มีการกระตุ้นการใช้ปัญญา และมีการมุ่งสร้างสัมพันธ์รายบุคคล มีความมุ่งมั่นในการทำงาน มีความเข้าใจและยอมรับจุดอ่อนของผู้ตาม มีการให้โอกาสคนได้ทดลองและเรียนรู้ มีวิเคราะห์ปัญหาและหาเครื่องมือในการแก้ปัญหาที่เหมาะสม มีความตระหนักรู้ในตนเอง มีความยุติธรรม มีจริยธรรมและมีความโปร่งใส

2. โมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษาพบว่า โมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์ โดยสรุปดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาโมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์” ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และความท้าทาย มีทักษะที่หลากหลาย มีการบริหารจัดการทรัพยากรที่เหมาะสม มีการสนับสนุนและเสริมพลังอำนาจให้ผู้ใต้บังคับบัญชา มีการสร้างบารมี มีการสร้างแรงบันดาลใจ มีการกระตุ้นการใช้ปัญญา และมีการมุ่งสร้างสัมพันธ์รายบุคคล ซึ่งมีความสำคัญเป็นอันดับที่หนึ่ง โดยผู้บริหารมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีความสำคัญต่อผู้นำในองค์การธุรกิจโดยทั่วไปและเป็นปัจจัยที่ก้าวสู่ความสำเร็จของการบริหารธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดก็ตาม จะเห็นได้ว่าในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีงานวิจัยได้ทำการศึกษาเรื่องภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นแนวคิดสมัยใหม่ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานในปัจจุบัน และงานวิจัยเน้นให้เห็นความสำคัญของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยหลักในการนำพาองค์การสู่ความสำเร็จ ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวที่สนับสนุนมีดังนี้ พัชรินทร์ พิรุณเนตร (2551 : 59) การรับรู้ว่าหัวหน้างานมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลและด้านการกระตุ้นทางปัญญา อยู่ในระดับสูง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลของหัวหน้างานรวมถึงกระตุ้นให้หัวหน้างานมีความคิดสร้างสรรค์ และแสดงพฤติกรรมผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์การ ซึ่งอุดม พินธุรัช (2553 : 106) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้การบริหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารจะต้องพัฒนาตนเองเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่าง ๆ ของสังคมโลก ซึ่งส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องปรับเปลี่ยนวิธีการในการทำงาน และใช้ทรัพยากรทางการบริหาร ไม่ว่าจะเป็เงิน วัสดุ อุปกรณ์ และการจัดการ ซึ่งองค์การใด ๆ ก็ตามถ้าเริ่มต้นด้วยการมีบุคลากรที่ดี มีความรู้ และมีความเหมาะสมกับงานก็จะส่งผลโดยตรงกับประสิทธิภาพในการบริหารงานและส่งผลให้ปัจจัยด้านอื่น ๆ ขององค์การประสบความสำเร็จ เช่นเดียวกับสุจิตรา นภาคณาพร (2554 : 223) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งภาวะผู้นำสามารถกำหนดพฤติกรรมของผู้ใต้บังคับบัญชา และทำให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น มีประสิทธิภาพ และส่งผลต่อความสำเร็จขององค์การ ทั้งในด้านระดับรายได้และความมั่นคงในการประกอบธุรกิจ ซึ่งชาญชัย โดสงวน (2553 : 53) การรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลของหัวหน้างาน ทั้งในด้านปริมาณงาน คุณภาพของงาน การลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ความพึงพอใจของลูกค้า ความปลอดภัย การสนองต่อนโยบายและวัตถุประสงค์ของบริษัทและการตัดสินใจ สอดคล้องกับพงษ์ศักดิ์ ทองพันธ์ (2552 : 118-119) องค์ประกอบของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการมีอิทธิพลอย่างอุดมการณ์ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และด้านการกระตุ้นทางปัญญา ส่งผลต่อประสิทธิผลด้านงานภายใต้ภารกิจที่รับผิดชอบ ด้านความพึงพอใจในงาน และด้านการเติบโตขององค์การ นอกจากนี้ เจสัน (Jason : 2015) กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่นำมาซึ่งความสำเร็จของการเป็นผู้นำนั้นผู้นำต้องมีภาวะผู้นำ 3 ประการ คือ 1) การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชาโดยตรง ด้วยการประชุมทุกสัปดาห์ เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้นำใส่ใจและติดตามความคืบหน้าของงาน รวมถึงการพูดคุยเพื่อระดมความคิดเห็นก่อนเริ่มงานหรือโครงการที่สำคัญ 2) การปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดี (Role Model) เช่น การเคารพเวลาขององค์การ การผิดเวลาเพียงไม่กี่นาทีอาจมองดูเป็นความผิดเล็กน้อย แต่ในฐานะผู้นำ การไม่ตรงต่อเวลาจะเกิดผลเสีย เนื่องจากพนักงานจะยึดถือทัศนคติและพฤติกรรมของผู้นำเป็นตัวอย่าง ดังนั้นผู้นำต้องเป็นตัวอย่างที่ดี และ 3) มีความโปร่งใส ซึ่งเกิดจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ใต้บังคับบัญชาและการสื่อสารถึงทิศทางการดำเนินงานของบริษัทให้

มากที่สุด ให้ข้อมูลในด้านเป้าหมายของแต่ละหน่วยงาน ข้อมูลคู่แข่งรายใหม่ ซึ่งการสื่อสารด้วยการสนทนาเหล่านี้ จะช่วยให้ผู้นำสามารถเชื่อมโยงผู้นำกับพนักงานทั้งบริษัท ไม่ใช่แค่ผู้ใต้บังคับบัญชาโดยตรงเท่านั้น ซึ่งองค์ประกอบหลัก 3 ประการจะนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กร

นอกจากนี้กล่าวกันว่ากรอบแนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง : เปลี่ยนความท้าทายก้าวสู่ความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืน กล่าวคือ เมื่อองค์กรต้องเผชิญกับผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในด้านการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก การขยายตัวของตลาดทั่วโลกกลายเป็นตลาดสากลมีความซับซ้อนมีการแข่งขันกันรุนแรงเนื่องจากระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีที่รวดเร็วและสมบูรณ์แบบ คู่แข่งขันใหม่ ๆ ที่เข้าสู่ธุรกิจก่อให้เกิดการแข่งขันสูง นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางสังคม พฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน เช่น การลดขนาดบุคลากร การจัดการความรู้ที่ถือเป็นทรัพย์สินขององค์กรที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันโดยใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร (Paton and McCalman, 2008 : 8) สิ่งสำคัญประการแรก ผู้นำต้องเป็นผู้ที่หาเส้นทางหรือหาทางเลือกที่ดีที่สุด (Leading Change and Path Finding) ที่จะนำองค์กรให้เจอ เพื่อที่จะก้าวไปสู่เป้าหมายสูงสุดขององค์กร ดังนั้นผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์ มีมุมมองที่ท้าทายเกี่ยวกับอนาคตขององค์กร และกำหนดภารกิจ ที่แสดงถึงค่านิยมหลักและความมุ่งหมายหลักขององค์กร รวมถึงกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กรที่ชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ทุกคนเดินไปในทิศทางเดียวกัน โดยการจัดสรรทรัพยากรในองค์กรเพื่อนำไปสู่กิจกรรมที่สามารถรองรับการแข่งขันและช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ ประการที่สอง ผู้นำต้องมีทักษะที่จำเป็นในการบริหาร 4 ประการ คือ 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ความมั่นใจในการที่จะเอาชนะอุปสรรค และมุ่งสู่เป้าหมาย สร้างความเชื่อมั่นและเป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงาน รวมถึงการสร้างควมไว้วางใจให้กับผู้ร่วมงาน 2) การสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ร่วมงานมีกำลังใจและตั้งใจปฏิบัติงาน ที่ดีและคิดเชิงบวก เพื่อเห็นภาพที่ดีขององค์กร ส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานมีความสามัคคีในการปฏิบัติงาน เสียสละผลประโยชน์ส่วนตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวม 3) การกระตุ้นทางปัญญา ส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานรู้จักวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้เหตุผลและข้อมูลสนับสนุน และเห็นแนวทางใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหา รวมถึงการให้อิสระทางความคิดและสนับสนุนวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหา เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีขึ้นกว่าเดิม และ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจและพัฒนาจุดด้อยของตนเองอยู่เสมอ โดยมอบหมายงานตรงกับความรู้ความสามารถของผู้ร่วมงาน ติดตามผลการปฏิบัติงานของผู้ร่วมงานเป็นรายบุคคลเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่เหมาะสม (Bass and Avolio, 1994) ประการที่สาม ผู้นำต้องมีหน้าที่ในการปรับเปลี่ยน จัดวางและใช้ทรัพยากรในองค์กรได้เหมาะสม (Alignment) ทั้งในเรื่องโครงสร้าง กระบวนการในการทำงาน การแจกจ่ายข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ แผน และกิจกรรมต่าง ๆ ให้บุคลากรอย่างเหมาะสมทันต่อความต้องการ การสร้างแรงจูงใจและแรงดลใจเพื่อให้เกิดความร่วมมือรวมถึงการให้รางวัลเพื่อเป็นแรงจูงใจแก่ผู้ปฏิบัติงานที่แสดงความสามารถได้อย่างโดดเด่น และการแก้ปัญหาและการตัดสินใจที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ขององค์กร การจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อผลสำเร็จของงานอย่างมีประสิทธิภาพ การตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการต่าง ๆ ที่จะพัฒนาความร่วมมือและสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านต่าง ๆ ที่สนับสนุนเป้าหมายสูงสุดขององค์กร ประการที่สี่ การสร้างเสริมพลังอำนาจให้ผู้ใต้บังคับบัญชา (Empowerment) ด้วยการสร้างกระบวนการวิธีที่ทำให้บุคลากรในองค์กรได้ดึงเอาความสามารถของตนเองออกมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น โดยเน้นไปที่พลังอำนาจที่ใช้ในการบริหารจัดการงานในหน่วยงานหรือองค์กรเป็นหลัก เมื่อผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีคุณสมบัติเป็นแบบอย่างที่ดีตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้นก็จะนำองค์กร

ก้าวข้ามการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ความมุ่งหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความผาสุกในองค์การ ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จขององค์การอย่างยั่งยืน

2. ผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์มีภาวะผู้นำในการทำงาน ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้บริหารมีความมุ่งมั่นในการทำงาน มีความเข้าใจและยอมรับจุดอ่อนของผู้ตาม มีการให้โอกาสคนได้ทดลองและเรียนรู้ มีวิเคราะห์ปัญหาและหาเครื่องมือในการแก้ปัญหาที่เหมาะสม ซึ่งมีความสำคัญเป็นอันดับที่สอง โดยที่ในการทำงานนั้นผู้นำมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมาก หากสะท้อนภาพในมุมมองด้านการบริหารจัดการในธุรกิจตามหลักการของภาวะผู้นำเรื่องต้องมีความมุ่งมั่นในการทำงาน อันประกอบด้วย ความมุ่งมั่น-ความใฝ่รู้-ความสามารถในการสร้างสรรค์ ในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผู้นำหรือคนที่สวมบทบาทของผู้นำอย่างหัวหน้างานจำเป็นที่จะต้องมีความรับผิดชอบเสียก่อน จากงานวิจัยโดย Johnson (2009 : 238-241) ที่ศึกษาเรื่องของภาวะผู้นำกับกลุ่มนักบริหารในธุรกิจค้าส่ง พบว่า เมื่อองค์กรมีผู้นำที่มีความมุ่งมั่นที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ สิ่งที่จะเกิดตามมา คือ ความเชื่อมั่น (trust) จากลูกน้องในทีม ซึ่งความเชื่อมั่นนี้เอง เป็นจุดสำคัญเริ่มต้นที่จะทำให้ทีมเดินไปในทิศทางเดียวกันและประสบความสำเร็จได้ นอกจากนั้น งานวิจัยดังกล่าวยังพบว่า ในเรื่องภาวะผู้นำนั้นอาจเป็นเรื่องที่ดูเหมือนว่าเป็นนามธรรม (abstract) จับต้องไม่ได้ ลูกน้องไม่สามารถวัดระดับภาวะผู้นำของหัวหน้าได้ แต่สิ่งที่ลูกน้องวัดได้ก็คือ การแสดงออกถึงความมุ่งมั่นที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ หรือบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ต่างหาก จะเป็นสิ่งที่ลูกน้องวัดความเป็นผู้นำของหัวหน้า ซึ่งคนที่เป็นหัวหน้าถูกจ้างมาแพงกว่าคนที่เป็นลูกน้อง เรียกได้ว่ามีแรงจูงใจในการทำงานมากกว่า เป็นหัวหน้าอาจมีเหนื่อยบ้างท้อบ้าง แต่ความมุ่งมั่นเป็นเป้าหมายสำคัญในการที่จะทำภารกิจที่อาจคิดว่ายากแสนยากให้สำเร็จลงได้ ส่วนมีความเข้าใจและยอมรับจุดอ่อนของผู้ตามนั้น จากงานวิจัยด้านภาวะผู้นำหลายท่าน เช่น Moccaby (2000) จาก Said Business School, Oxford, Mayer และ Caruso (2002) จาก Richard Ivey School of Business พบว่า ในการที่คน ๆ หนึ่งจะเป็นผู้นำ (Leader) นั้นต่างกับคนที่จะเป็นผู้จัดการ (Manager) ตรงคนที่จะเป็นผู้นำต้องหัดที่จะรู้จักคนอื่น โดยเฉพาะลูกน้องในทีมของตัวเอง รู้จักนั้นไม่ใช่แค่เรียนรู้ได้ว่าลูกน้องมีความสามารถ (Competency) ผู้นำจะต้องเรียนรู้ที่จะเข้าใจ (Understanding) และยอมรับจุดแข็งและจุดอ่อนด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อคนที่เป็นผู้นำเองจะได้เลือกวิธีการที่เหมาะสมที่จะใช้ในการพัฒนาความสามารถของลูกน้องในทีมของตน เพราะบางคนจุดอ่อนอาจเป็นเพียงเพราะว่าไม่มีความรู้ในเนื้องานดีพอ แต่มีจุดแข็งที่มีความตั้งใจที่จะเรียนรู้ ผู้นำจะต้องสวมบทบาทที่เรียกว่า Coach เหมือนโค้ชทีมฟุตบอล ช่วยพัฒนาศักยภาพในการทำงานเพื่อชดเชยประสบการณ์ที่ยังอ่อนด้อยของลูกทีม หรือในกรณีที่มีความรู้ แต่ยังไม่มีประสบการณ์ ผู้นำอาจสวมบทบาทที่เรียกว่า Supporter ให้คำแนะนำและเปิดโอกาสให้ลูกทีมได้ลองทำงานและเรียนรู้ (Petison and Lalit, 2008) ดังนั้น การเป็นผู้นำที่ดีได้จำเป็นต้องเปิดใจของตัวเอง ยอมรับในความสามารถของผู้ตาม คงไม่มีใครอยากเกิดมาแย่ เกิดมาไม่เก่ง เกิดมาเป็นเหมือนคนขี้แพ้อย่างเดียว ดังนั้น คนที่เป็นหัวหน้าเองจำเป็นจะต้องมองให้เห็นจุดอ่อนแล้วมองไปข้างหน้า เพื่อป้องกันและทำหน้าที่ช่วยพัฒนากำจัดจุดอ่อน และสร้างเสริมจุดแข็งให้กับลูกน้องได้ สำหรับการให้โอกาสคนได้ทดลองและเรียนรู้นั้น สำหรับผู้นำในการทำธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจครอบครัวในภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจอันส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับองค์กรนั้น ผู้นำเองจำเป็นต้องให้โอกาสกับลูกน้อง เนื่องจากในช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลง การให้โอกาสคนก็เหมือนกับการให้โอกาสกับองค์กรด้วย เนื่องจากแต่ละคนในองค์การมีมุมมองที่ไม่เหมือนกันกับสถานการณ์ต่าง ๆ มุมมองที่แตกต่างกันของลูกน้องอาจนำไปสู่กลยุทธ์ที่สร้างความสามารถทางการแข่งขันให้กับองค์กรได้นอกจากนั้นเมื่อพูดถึงการให้โอกาสกับลูกน้องในการทำงาน Heifetz and Laurie (2001) ได้ให้แนวคิดที่น่าสนใจไว้ว่า คนที่จะเป็นผู้นำ เมื่อให้โอกาสแล้วยังมีข้อควรระวังด้วย คือ แม้จะให้โอกาสลูกน้องได้ทำ แต่คนเป็นหัวหน้า เป็น

นายอาจจะต้องมองข้ามไปเพื่ออนาคตและวางแผนรองรับสิ่งที่จะเกิดขึ้น เพื่อหาทางป้องกันและมองข้ามในอีกส่วนที่หมายถึง แนวทางในการพัฒนาลูกน้องในขั้นต่อ ๆ ไปอีกด้วย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการให้โอกาสนี้เป็นเรื่องสำคัญมากที่ผู้นำจะหยิบยื่นให้ลูกน้องได้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพของผู้ตาม และประการสุดท้ายคือการวิเคราะห์ปัญหาและหาเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม พบว่า ทุก ๆ ครั้งที่เกิดปัญหาขึ้น ผู้นำจะไม่กระโดดเข้าไปแก้ปัญหาที่ผู้บังคับบัญชานำมาให้ในทันทีทันใด แต่จะรับฟังเรื่องราวที่เกิดขึ้นก่อน หลังจากนั้นจึงเลือกเครื่องมือจากกระเป่าพิเศษต่าง ๆ มาใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ นอกจากนั้นผู้นำจะแสดงให้เห็นผู้ตามดูก่อนว่าเครื่องมือใช้อย่างไร หลาย ๆ ครั้งคนที่เป็ผู้นำในองค์กรล้มไปว่า การเป็นผู้นำก็ต้องทำหน้าที่เหมือนครูที่จะสอนผู้ตามด้วย บางครั้งในบทบาทผู้นำเองไม่แม้แต่จะให้ทั้งเครื่องมือและคำแนะนำอะไรกับลูกน้องในการแก้ไขปัญหาเลย ผู้นำรู้ว่าลูกน้องไม่มีประสบการณ์ ความสามารถอยู่ในระดับน้อย ความอยากและความมุ่งมั่นที่ผู้นำมีอย่างเดียวนั้นเพียงพอในการที่จะใช้แก้ไขปัญหาได้ ดังนั้น ผู้นำจึงต้องทำหน้าที่ทั้งในบทบาทของครู และบทบาทของพี่เลี้ยงไปด้วยในตัว

จากลักษณะความเป็นผู้นำในเรื่องของการวิเคราะห์ปัญหานี้ สอดคล้องกับแนวคิดทางวิชาการของ Heifetz and Laurie (2001) ที่เขียนบทความเรื่อง "The Work of Leadership" ลงในวารสาร Harvard Business Review ว่าสิ่งหนึ่งที่ผู้นำควรกระทำ เรียกว่า "Direction" ซึ่ง Heifetz และ Laurie มองว่า ผู้นำหรือหัวหน้าในยุคก่อน ๆ จะเป็นคนที่วิเคราะห์ปัญหาและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น แต่บทบาทของผู้นำ หรือหัวหน้าในยุคใหม่ ในยุค Knowledge Management นั้น ผู้นำจะต้องรู้จักที่จะใช้โอกาสเมื่อเกิดปัญหาและปรับเปลี่ยนให้กลายเป็นการสร้างองค์ความรู้ให้กับคนในองค์กร หน้าที่ของผู้นำ คือ ช่วยในการวิเคราะห์ ช่วยตั้งคำถามที่จะใช้เป็นแนวคิดในการแก้ไขปัญหาให้ลูกน้องได้ลองคิดวิเคราะห์ นอกจากนั้นผู้นำต้องสามารถที่จะปรับเปลี่ยนบทบาทของตัวเองได้หลากหลาย และเหมาะสมในสถานการณ์ที่มีปัญหาเกิดขึ้นกับองค์กร ดังนั้น ผู้นำในองค์กรหรือบริษัทต่าง ๆ ไม่ควรที่จะโดดลงไปแก้ไขปัญหาอย่างเดียว ผู้นำต้องไม่ลืมที่จะให้คำแนะนำ รวมไปถึงเครื่องมือหรือแนวคิดต่าง ๆ ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกน้อง หากทำได้อย่างนี้ก็จะเป็นการใช้ปัญหาเป็นโจทย์ให้เป็นโอกาส คือ เป็นโอกาสที่จะพัฒนาศักยภาพของลูกน้องให้เก่งขึ้นไปอีกได้

3. ผู้บริหารธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์มีภาวะผู้นำที่แท้จริง ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้บริหารแสดงพฤติกรรมในความเป็นผู้นำที่นำผู้อื่น ทำตัวให้เป็นแบบอย่าง เสริมสร้างบรรยากาศในการทำงานที่มีจริยธรรม มีความโปร่งใส ยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม มีความตระหนักในตนเองสูง ยึดผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก ดำเนินงานด้วยความบริสุทธิ์และยุติธรรม โดยมี 4 ประการ คือ ความตระหนักรู้ในตนเอง มีความยุติธรรม มีจริยธรรมและความโปร่งใส ซึ่งมีความสำคัญเป็นอันดับที่สาม ต่อจากภาวะผู้นำในการทำงาน กล่าวคือ ผู้บริหารมีความตระหนักรู้ในตนเอง คือ ผู้บริหารมีพฤติกรรมแสดงออกถึงการรับรู้และเข้าใจความรู้สึกและความคิดอารมณ์ และความต้องการของตนเองได้ว่าสาเหตุใดที่ทำให้เกิดอารมณ์ต่าง ๆ และสามารถประเมินจุดเด่น จุดด้อยของตนเองได้ เข้าใจความรู้สึกของตนเองว่ามาจากสาเหตุใด มีสติรู้เท่าทันความคิดความรู้สึกของตนเอง ความสามารถในการแยกแยะผลดีและผลเสียในการปฏิบัติงานรู้ความสามารถที่เป็นจุดเด่น จุดด้อยของตนเอง และมีความมั่นใจในคุณค่าและความสามารถของตน ประกอบกับ ผู้บริหารมีความยุติธรรม โดยพฤติกรรมแสดงออกของผู้บริหารในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ไม่เอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ไม่ปฏิเสธบิดเบือนข้อมูล มีความตรงไปตรงมา ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ก่อนการตัดสินใจอีกประการคือ ผู้บริหารมีความโปร่งใส กล่าวคือ ผู้บริหารแสดงพฤติกรรมในการสร้างความสัมพันธ์อันดี รวมทั้งการสื่อสารกันอย่างเปิดเผยจริงใจ เปิดกว้างรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ทั้งด้านอารมณ์ ความคิด มุมมอง และความรู้สึก และประการสุดท้าย

ผู้บริหารแสดงพฤติกรรม เชิงจริยธรรม โดยมีทัศนคติ แนวคิด ความเชื่อ ค่านิยมอันดีงามในสังคม สามารถตัดสินใจในการกระทำด้วยตนเอง รู้จักควบคุมตนเอง เชื่อมั่นในความสามารถของตน และแสดงออกในการเป็นแบบอย่างที่ดีทางจริยธรรม ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Walumbwa et al. (2008 : 95-96) กล่าวว่าผู้บริหารองค์การธุรกิจที่มีภาวะผู้นำที่แท้จริงประกอบด้วย 4 มิติ คือ การตระหนักตน ความโปร่งใสเชิงสัมพันธ์ การประมวลผลที่สมดุลและมีมุมมองจริยธรรมภายในตน

ดังนั้นหากผู้บริหารองค์การต่าง ๆ สามารถดำเนินธุรกิจโดยมีภาวะผู้นำทั้ง 3 ประกอบการ ก็จะสามารถนำพาองค์การธุรกิจของตนเองไปสู่ความสำเร็จได้อย่างสร้างสรรค์ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่าผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์มีภาวะผู้นำที่สามารถสร้างสรรค์ให้ธุรกิจของตนเองประสบความสำเร็จได้ด้วย การมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ภาวะผู้นำการทำงานและภาวะผู้นำที่แท้จริง ดังนั้นจึงควรนำเสนอแนวทางดังกล่าวเพื่อส่งเสริมผู้บริหารองค์การธุรกิจให้มีภาวะผู้นำในเรื่องดังกล่าว โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย มีวิสัยทัศน์และความท้าทาย มีทักษะที่หลากหลาย มีการบริหารจัดการทรัพยากรที่เหมาะสม มีการสนับสนุนและเสริมพลังอำนาจให้ผู้ใต้บังคับบัญชา มีการสร้างบารมี มีการสร้างแรงบันดาลใจ มีการกระตุ้นการใช้ปัญญาและมีการมุ่งสร้างสัมพันธ์รายบุคคล 2) ภาวะผู้นำในการทำงาน ประกอบด้วย มีความมุ่งมั่นในการทำงาน มีความเข้าใจและยอมรับจุดอ่อนของผู้ตาม มีการให้โอกาสคนได้ทดลองและเรียนรู้ มีวิเคราะห์ปัญหาและหาเครื่องมือในการแก้ปัญหาที่เหมาะสม และ 3) ภาวะผู้นำที่แท้จริง ประกอบด้วย มีความตระหนักในตนเอง มีความยุติธรรม มีจริยธรรมและความโปร่งใส ซึ่งจะได้นำไปประยุกต์ใช้ในองค์การธุรกิจของตนเองและจะได้นำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จด้วยการมีภาวะผู้นำในเรื่องดังกล่าวต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์
- 2.2 ศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำในการทำงานของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์
- 2.3 ศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำที่แท้จริงของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์
- 2.4 การศึกษาถึงการประยุกต์ใช้โมเดลภาวะผู้นำกลยุทธ์ของผู้บริหารองค์การธุรกิจครอบครัวในจังหวัดนครสวรรค์

บรรณานุกรม

- ชาญชัย โตสงวน (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการคิดสร้างสรรค์ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และ ประสิทธิภาพของหัวหน้างานตามการรับรู้ของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษา : บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์. มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- พัชรินทร์ พิรุณเนตร (2551). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการคิดสร้างสรรค์ของหัวหน้างาน ภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลง กับประสิทธิภาพของหัวหน้างานในโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่งจังหวัดสมุทรสาคร วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- พงษ์ศักดิ์ ทองพินซัง (2552). *รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของอธิการบดี ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของมหาวิทยาลัยราชภัฏ. คุุณิพนธ์สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- สุจิตรา นภาคณาพร. (2554). *กระบวนการจัดการภาวะผู้นำและทักษะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย. ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- อุดม พินธุรัช (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา กับประสิทธิภาพ การบริหารบุคคลโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*
- Bass, B.M. and Avolio, B.J. (1994). *Improving Organization Effectiveness Through Transformational Leadership.* (Thousand Oak : Sage)
- Heifetz, R.A. and Laurie, D.L. (2001). "The work of Leadership" *Harvard Business Review*, December, pp.5-15.
- Jason, A. (2015). Centric Digital. เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2560 แหล่งที่มา : <http://www.centricdigital.com>
- Johnson, R. (2009). *Curiosit-Creativity-Commitment-The Three C's of Leadership.* Retrieved from <http://ezinearticles.com/?Curiosit-Creativity-Commitment-The-Three-Cs-of-Leadership&id=169238>.
- Maccoby, M. (2000). Understanding the Difference between and Leadership. *Research Technology Management*, 43 (1). pp.57-59.
- Mayer, J.D. and Caruso, d. (2002). The Effective Leader : Understanding and Applying Emotional Intelligence, *Ivey Business Journal*, *Ivey Business Journal*, November/December, pp.1-6.
- Paton, R.A., and McCalman, J., (2008). *Chang Management : A Guide to Effective Implementation.* 3rd edition. Chennai, India : C&M Digital Ltd. Under Sage Publications India Ltd.
- Petison, P. and Lalit, M.J. (2008). Managing Local Employees : Expatriate Roles in a Subsidiary, *Management Decision*, 6 (5), pp.743-760.

Walumbwa, F.O., Avolio, B.J., Gardner, W.L., Wernsing, T.S., and Peterson, S.J. (2008). Authentic Leadership : Development and validation of a theory-based measure. *Journal of Management*, 34 (1), 89-126.

**พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการ
สถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
BEHAVIORS AND MARKETING MIX FACTORS ON CONSUMERS' SERVICES
OF THEIR FITNESS CENTERS IN CHIANGRAI MUNICIPALITY**

จิระพงษ์ ชื่นเชื่อน*
สุธีรา อะทะวงษา**
ณัฐกิตติ์ เองตระกูล***

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภค 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภค และ 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสเพราะต้องการรักษาสุขภาพ เข้าใช้บริการฟิตเนสในหนึ่งสัปดาห์จำนวน 1 - 2 วัน เข้าใช้บริการฟิตเนสต่อครั้งเป็นระยะเวลา 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมงโดยจะเข้าใช้บริการฟิตเนสในวันที่สะดวกและเป็นสมาชิกฟิตเนสประเภทรายเดือน มีค่าสมาชิกในการใช้บริการฟิตเนส เดือนละ 500 - 800 บาท โดยเลือกฟิตเนสที่ตั้งใกล้ที่พัก และทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการฟิตเนสจากอินเทอร์เน็ต

สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนส พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านการจัดจำหน่ายและด้านกระบวนการ เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมพบว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: พฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สถานประกอบการฟิตเนส

Abstract

The purposes of this study were (1) to investigate behaviors on the consumers' services of their fitness centers in Chiangrai municipality; (2) to investigate marketing mix factors on the consumers' services of their fitness centers in Chiangrai municipality, as well as (3) to compare

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
** บธ.ด.บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำโปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ (การจัดการ) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
*** บธ.ม.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต รองศาสตราจารย์ประจำโปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ (การตลาด) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

marketing mix factors on the consumers' services of their fitness centers in Chiangrai municipality with their sexuality, age, educational backgrounds, marital status, occupation, and monthly income. The findings of the study revealed that the health cares were mostly required for their fitness services; moreover, their fitness services were all spent for 1-2 days per week, and 30 minutes to one hour per time. Not only were the consumers' monthly membership with their length of leisure times mostly needed for their one month-typed fitness services, but also 500-800 baht were mostly paid for their fitness service fees. Also, the consumers' final decision-making on their selection of fitness centers near their accommodations were mostly facilitated, and information services on fitness centers in Chiangrai municipality zones via the internet were mostly served for their fitness services. On the other hand, marketing mix factors on the consumers' services were mostly found in terms of the sales distribution followed by the process. As compared the marketing mix factors on the consumers' services of their fitness centers in Chiangrai municipality, it was stated that the consumers' different educational backgrounds, with its significant difference of 0.05, were all signified with their different marketing mix factors, meanwhile marketing mix factors on the consumers' services of their fitness centers compared with their different sexuality, age, marital status, occupation, and monthly income remained indifferent.

Keywords: Behaviors, Marketing Mix Factors, Fitness Centers

บทนำ

การออกกำลังกาย หมายถึง กิจกรรมที่กระทำแล้วทำให้ร่างกายมีสุขภาพที่ดี เพราะการออกกำลังกายจะทำให้กล้ามเนื้อหัวใจและหลอดเลือดแข็งแรง สามารถป้องกันโรคหัวใจ โรคกระดูกพรุน ป้องกันโรคอ้วน ทำให้ร่างกายสดชื่น เพื่อรูปร่างและทรวดทรงที่สวยงามและยังช่วยลดความเครียดได้อีกด้วย ซึ่งการออกกำลังกายเพื่อให้สุขภาพดีนั้นไม่จำเป็นต้องใช้เวลามากมาย รวมถึงไม่จำเป็นต้องใช้พื้นที่กว้างขวางก็สามารถออกกำลังกายได้ เมื่อพิจารณาความสำคัญของการออกกำลังกาย พบว่า ร่างกายมนุษย์มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลาเพื่อความเจริญเติบโตและรักษาสภาพการทำงานที่ดีเอาไว้ ทั้งนี้ การที่ไม่ค่อยได้ออกกำลังกายไม่เพียงแต่จะทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของสมรรถภาพทางกายหรือสุขภาพ แต่ยังเป็นสาเหตุของความผิดปกติของร่างกายและโรคร้ายหลายชนิดที่ป้องกันได้ ซึ่งเป็นโรคที่เป็นปัญหาทางการแพทย์ที่พบมากในปัจจุบัน ดังนั้น ในทางการแพทย์การออกกำลังกายอาจเปรียบได้กับยาสารพัดประโยชน์ (สุขภาพพอทคอม, 2557) ดังจะเห็นได้จากประโยชน์ของการออกกำลังกายที่จะช่วยป้องกันโรคต่างๆ เช่น โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง และโรคมะเร็ง จากความสำคัญและประโยชน์ของการออกกำลังกายที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้เกิดกระแสนิยมการรักษาสุขภาพและการออกกำลังกายมากขึ้น โดยหนึ่งในรูปแบบการออกกำลังกายที่กำลังได้รับความนิยม คือ การออกกำลังกายในศูนย์ออกกำลังกายหรือที่เรียกกันว่า "ฟิตเนส" เนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนและมีพื้นที่ในการออกกำลังกายค่อนข้างจำกัดบวกกับการจราจรที่ติดขัด หากเปรียบเทียบกับต่างประเทศจะพบว่า ประเทศไทยยังมีพื้นที่ที่จัดสรรสำหรับการออกกำลังกายค่อนข้างน้อย ซึ่งธุรกิจให้บริการสถานที่ออกกำลังกายในประเทศไทยมีมานานแล้ว แต่ในอดีตยังเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากมีราคาที่สูงและเป็นการออกกำลังกายที่ไม่ดึงดูดทั้งในแง่ของวิธีการออกกำลังกายที่ยังไม่หลากหลายและในแง่ของเวลา โดยแต่เดิมกลุ่มลูกค้าในฟิตเนสจะเป็นลูกค้าวัยทำงานที่มีกำลังซื้อสูงและเป็นกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมรักษาสุขภาพหรือต้องการสร้างกล้ามเนื้อเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ซึ่งลูกค้ากลุ่มดังกล่าวจะใช้เวลาอยู่ในฟิต

เนสประมาณ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง จึงไม่น่าแปลกใจที่คนส่วนใหญ่ในอดีตจะไม่นิยมเข้าฟิตเนสเท่าใดนักเนื่องจากใช้เวลาค่อนข้างมาก โดยจากผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าเหตุผลที่คนไทยส่วนใหญ่ไม่ออกกำลังกายคือไม่มีเวลา (กริวพล พันธุ์เพ็ง, 2558 :1-2) แตกต่างจากปัจจุบันที่ตลาดฟิตเนสในประเทศไทยมีการเติบโตมากยิ่งขึ้นจากการที่คนไทยหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้นและมีการเปิดบริการออกกำลังกายแนวใหม่มากขึ้น ทำให้ตลาดฟิตเนสมีการเติบโตเฉลี่ยถึงร้อยละ 10 ต่อปี (Positioning, 2559)

พื้นที่เทศบาลนครเชียงรายมีพื้นที่ขนาดใหญ่ โดยเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงราย และมีผู้นอนอาศัยอยู่จำนวนมากจึงทำให้มีสถานที่ให้บริการออกกำลังกายเพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมากเช่นกัน ซึ่งการที่มีธุรกิจฟิตเนสที่ให้บริการเกี่ยวกับสถานออกกำลังกายเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจที่จะใช้บริการมากขึ้นตามไปด้วย ทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาด โดยปัจจัยสำคัญหลายประการที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจเลือกบริการนั้น ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ ความพอเพียงของอุปกรณ์ที่ใช้ออกกำลังกาย ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ที่ตั้งของสถานที่ให้บริการ ความสะดวกของการเดินทาง ดังที่ วิชนันท์ กาญจนนะ (2555 : 61-62) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายด้านสถานที่ คือ การเดินทางสะดวก

จากความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย เพื่อให้ทราบพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนส ทั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลปรับปรุงการให้บริการของสถานประกอบการฟิตเนสให้ตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงรายที่เข้าไปใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครเชียงรายที่จดทะเบียนการค้ากับพาณิชย์จังหวัดเชียงรายจำนวน 384 ราย จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีโควตา (Quota Sampling) กับสถานประกอบการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครเชียงรายจำนวน 8 แห่ง ได้แห่งละ 48 ราย จากนั้นทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check-list) และแบบประมาณค่า 5 ตัวเลือก (Rating Scale) วิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายและรองลงมาเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี และรองลงมา คือ มีอายุต่ำกว่า 21 ปี กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี หรือ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และรองลงมา คือ มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีสถานภาพโสด และรองลงมา คือ มีสถานภาพสมรส เป็นนักเรียน / นักศึกษา และรองลงมา คือ มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท และรองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,001 บาท

2. พฤติกรรมในการใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสเพราะต้องการรักษาสุขภาพ เข้าใช้บริการฟิตเนสในหนึ่งสัปดาห์จำนวน 1 - 2 วัน เข้าใช้บริการฟิตเนส ต่อครั้งเป็นระยะ เวลา 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง เข้าใช้บริการฟิตเนสในวันที่สะดวก เป็นสมาชิกฟิตเนส ประเภทราย 1 เดือน และมีค่าสมาชิกในการใช้บริการฟิตเนสเดือนละ 500-800 บาท ซึ่งตัวท่านเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนส โดยเลือกฟิตเนสที่ตั้งใกล้ที่พัก และทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครเชียงรายจากอินเทอร์เน็ต

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ และด้านที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ อุปกรณ์ออกกำลังกายมีจำนวนเพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการ รองลงมา คือ ความหลากหลายของกิจกรรมที่ให้บริการในศูนย์ฟิตเนส เช่น โยคะ แอโรบิก แคนซิ่ง มวย ว่ายน้ำ และรายการที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ เป็นฟิตเนสที่มีชื่อเสียง

3.2 ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของค่าสมัครสมาชิก รองลงมา คือ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งของผู้ที่ไม่เป็นสมาชิก และรายการที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ สามารถจ่ายค่าสมาชิกด้วยบัตรเครดิต

3.3 ด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งอยู่บนถนนที่มีการคมนาคมสะดวก และรายการที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ เวลาเปิด-ปิดของฟิตเนสมีความเหมาะสม

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยรายการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีการเพิ่มระยะเวลาในการเข้าใช้บริการให้แก่ผู้ที่มีการต่ออายุสมาชิก รองลงมา คือ มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่าที่ต้องการต่ออายุสมาชิก และรายการที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ มีการแจกคู่มือให้ทดลองใช้บริการกิจกรรมต่างๆ ฟรี

3.5 ด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยรายการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ พนักงานให้คำปรึกษา แนะนำเกี่ยวกับอุปกรณ์ได้อย่างครบถ้วน รองลงมา คือ พนักงานสามารถตอบคำถามและช่วยแก้ไขปัญหาได้ และรายการที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ ครูฝึกให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน

3.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยรายการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ พัดลมสกรว้างขวาง มีอากาศถ่ายเทดี รองลงมา คือ อุณหภูมิภายในห้องออกกำลังกายมีความเหมาะสม และรายการที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ แสงสว่างภายในห้องออกกำลังกายมีความเหมาะสม

3.7 ด้านกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีการสอนใช้งานอุปกรณ์ออกกำลังกายอย่างมีระบบ และมีความปลอดภัย รองลงมา คือ การรับชำระค่าใช้บริการมีความสะดวก และรายการที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ การแจ้งเตือนวันหมดอายุสมาชิกและการต่ออายุสมาชิก

4. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานของการศึกษา ที่ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความแตกต่างกัน

อภิปรายผล

พฤติกรรมการใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสเพราะต้องการรักษาสุขภาพ ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัญญา แพนเลิศ (2555 : 60-61) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกาย พบว่า ผู้บริโภคที่เคยออกกำลังกาย และสนใจออกกำลังกายเพราะเชื่อว่ารูปร่างที่ดีมาจากการออกกำลังกายและเชื่อว่าสุขภาพที่แข็งแรงจะต้องมาจากการออกกำลังกาย สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย ผลการศึกษาพบว่าด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดมี 2 ด้าน ได้แก่ 1) *ด้านการจัดจำหน่าย* โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งที่ต้องมีทำเลใกล้กับที่พักมากที่สุดเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นผู้มีงานทำโดยหากสถานบริการฟิตเนสมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักก็จะทำให้ได้รับความสะดวกในการเดินทาง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เกศมณี ใจจันทร์ (2551 : 105) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการฟิตเนสบริเวณที่ตั้งใกล้บ้านและที่พักรวมและเมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับที่ตั้งของสถานบริการฟิตเนสอยู่ใกล้กับสถานที่ทำงานและที่บ้าน เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ พนิดา อภิชาติ, อรพินทร์ เขียวรัตน์ และอัญชลี พงศ์เจริญพิทย์ (2552 : 98-102) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกาย (Fitness) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า เหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายเรียงตามลำดับความสำคัญ คือ มีความใกล้ที่

พักและมีการเดินทางสะดวก 2) ด้านกระบวนการ โดยรายการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีการสอนใช้งาน อุปกรณ์ออกกำลังกายอย่างมีระบบและมีความปลอดภัย ทั้งนี้เพราะความปลอดภัยคือสิ่งสำคัญต่อชีวิตทุกคน ดังนั้น ผู้ที่เข้ามาใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสจึงให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศมณี ใจจันทร์ (2551: 105) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสด้านกระบวนการประกอบด้วย กระบวนการสอนมีความปลอดภัย ไม่มีอันตราย และมีการสอนการใช้งาน อุปกรณ์เครื่องออกกำลังกาย

สำหรับการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชนันท์ กาญจนะ (2555 : 61-62) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการฟิตเนส และผู้ที่สนใจจะเปิดธุรกิจฟิตเนส สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจฟิตเนสในอนาคตต่อไป โดยผู้ศึกษาได้นำผลการศึกษาดังกล่าวมาใช้ในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการฟิตเนสของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงราย ประเด็นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาเป็นข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการสถานประกอบการฟิตเนสควรเพิ่มจำนวนอุปกรณ์ออกกำลังกายให้มีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนสมาชิกผู้บริโภค และควรเพิ่มกิจกรรมในฟิตเนสให้มีความหลากหลาย เช่น โยคะ เต้นแอโรบิก การชกมวย วายน้ำ เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ให้เลือกเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น
2. ด้านราคา ผู้ประกอบการสถานประกอบการฟิตเนสควรกำหนดค่าสมัครสมาชิก และค่าใช้บริการในแต่ละครั้งของผู้ที่ไม่เป็นสมาชิกให้มีความเหมาะสม เพื่อรักษาความพึงพอใจของลูกค้ารายเดิมให้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และเพื่อให้ลูกค้ารายใหม่ตัดสินใจเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น
3. ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการสถานประกอบการฟิตเนสควรเลือกทำเลที่ตั้งสถานประกอบการฟิตเนสให้อยู่ในชุมชน ใกล้ที่พักของกลุ่มเป้าหมาย และอยู่บนถนนที่มีการคมนาคมสะดวก เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการสถานประกอบการฟิตเนสควรเพิ่มระยะเวลาในการเข้าใช้บริการให้แก่ผู้ที่มีการต่ออายุสมาชิกนานมากยิ่งขึ้น และควรลดราคาสำหรับสมาชิกเก่าที่ต้องการต่ออายุสมาชิก เพื่อให้สมาชิกเก่าเกิดความพึงพอใจต่อสถานประกอบการฟิตเนสมากที่สุด
5. ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการสถานประกอบการฟิตเนสควรจัดให้มีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการตอบคำถาม คอยให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำเกี่ยวกับอุปกรณ์ และช่วยแก้ไขปัญหาค่าใช้จ่ายให้ผู้มาใช้บริการได้
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการสถานประกอบการฟิตเนสควรสร้างฟิตเนส ให้มีความกว้างขวาง มีอากาศถ่ายเทดี และปรับอุณหภูมิภายในห้องออกกำลังกายให้พอดีมีความเหมาะสมต่อการออกกำลังกาย
7. ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการสถานประกอบการฟิตเนสควรจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญประจำเพื่อสอนการใช้งานอุปกรณ์ออกกำลังกายอย่างมีระบบและมีความปลอดภัย รวมถึงจัดให้มีพนักงานประจำคอยรับชำระค่าบริการ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการมีความสะดวกในการชำระเงิน

เอกสารอ้างอิง

- กวีพล พันธุ์เพ็ง. (2558). **กระแสนิยมการออกกำลังกายกับโอกาสของธุรกิจฟิตเนสไทยที่ไม่ควรมองข้าม**. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).
- เกศมณี ใจจันทร์. (2551). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- ธนัญญา แผล่เสีต. (2555). **ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกาย**. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร. พิษณุโลก.
- พนิดา อภิชาติ, อรพินทร์ เยาวรัตน์ และอัญชลี พงศ์เจริญพิทย์. (2552). **การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกาย (Fitness) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร**. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร. พิษณุโลก.
- วิชรัตน์ กาญจนะ. (2555). **ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน**. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุขภาพดอทคอม. (2557). **การออกกำลังกายอย่างไร. สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2559**, จาก <http://sukkapab.com/.html>
- Positioning. (2559). **ตลาดฟิตเนสมูลค่าหมื่นล้าน บูมจัดแบรนด์นอก-แบรนด์ไทย เร่งเปิดสาขา**. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2562, จาก <https://positioningmag.com/1101261>

ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมการชมฟุตบอลของ
สโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด

THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING STRATEGY AND FOOTBALL MATCH
WATCHING BEHAVIOR OF CHIANG RAI UNITED FOOTBALL CLUB

เอกวิทย์ อิ่มอนงค์*

สุธีรา อะทะวงษา**

ณัฐกิตต์ เสงตระกุล***

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ด ศึกษาตัวอย่างที่เป็นผู้เข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ด จำนวน 400 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญและทำการเก็บข้อมูลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ฤดูกาล 2017 โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าความเชื่อมั่น และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติ Chi-Square ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนเท่ากับ 10,000 – 20,000 บาท จากพฤติกรรมการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบสโมสร เชียงราย ยูไนเต็ด และมีการเลือกซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขันแบบบุคคลทั่วไป โดยมีเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเข้าชม มีระยะเวลาการเข้าชมอยู่ที่ 1 – 3 ปี ซึ่งเมื่อมีการแข่งขันจะเลือกซื้อบัตรเข้าชมที่สนามในวันที่มีการแข่งขัน คิดเป็นค่าเฉลี่ยในการเข้าชมอยู่ที่ 5.58 ครั้ง ต่อการแข่งขันในบ้าน 1 ฤดูกาล มีค่าใช้จ่ายในการเข้าชมแต่ละครั้งอยู่ที่ 201 – 400 บาท และจะชวนบุคคลในครอบครัวมาเข้าชมด้วย มีการทราบข่าวสารเกี่ยวกับการแข่งขันจากเพื่อน ส่วนผลิตภัณฑ์ของสโมสรที่เคยซื้อมากที่สุด คือ เครื่องนุ่งห่ม

การศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเข้าชมกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด พบว่าพฤติกรรมการเลือกซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

คำสำคัญ: พฤติกรรม สโมสรฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ด กลยุทธ์ทางการตลาด

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

** บธ.ด.บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำโปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการ) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

***บธ.ม.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต รองศาสตราจารย์ประจำโปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Abstract

This independent study had an objective to study the marketing mix factors affecting the football match watching behavior of Chiang Rai United Football Club. The samples of this study comprised 400 football match watchers at Chiang Rai United Football Club. A sample of 400 cases were drawn from Thai Premier League 1 Season 2017, using accidental sampling method. Data collection was questionnaires then analyzed by descriptive statistics using frequency, percentage, reliability and relationship analysis using Chi-square statistics. The study results were as follows:

Most respondents were males aging between 21-30 years old. Most of them were pupils or students who earned 10,000 – 20,000 baht a month. Regarding the football match watching behavior of Chiang Rai United Football Club, it was found that most respondents were enthusiastic about Chiang Rai United Football Club and bought tickets to the football match watching in the pattern of general people. The persons influencing in the football match watching were friends. The duration of the football match watching was 1-3 years. Whenever there was a football match, tickets would be purchased at the stadium on the day of the match, with an average of the football match watching of 5.58 times per season.

The cost of each football match watching was 201-400 baht. It was revealed that the family members were invited to watch the football match and were informed about the match from friends. The products of Chiang Rai United Football Club that were purchased the most were clothes.

Regarding the study of the relationship between the football match watching behavior and the marketing mix strategy were correlated with the marketing mix strategy.

Keywords: Chiang Rai United Football Club, Behavior, Marketing Mix Strategies

บทนำ

กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่เป็นที่ชื่นชอบของคนทั่วโลก แต่ถือกำเนิดขึ้นเมื่อใดและประเทศใดนั้นยังไม่มีหลักฐานแน่ชัด แต่หากยึดหลักฐานที่สามารถอ้างอิงได้ ซึ่งพบว่าประเทศอังกฤษเป็นประเทศแรกที่มีการก่อตั้งสมาคมฟุตบอลขึ้นในปี พ.ศ. 2406 และมีการก่อตั้งกีฬาฟุตบอลอาชีพของอังกฤษในปี พ.ศ. 2431 กีฬาฟุตบอลได้แพร่หลายไปยังส่วนต่างๆ ของโลกอย่างรวดเร็วโดยผ่านทางทหารบกและทหารเรือของประเทศอังกฤษ เนื่องจากในยุคนั้นเป็นยุคแห่งการล่าอาณานิคมและประเทศอังกฤษมีอาณานิคมอยู่แทบทุกแห่งทั่วโลก ส่งผลทำให้กีฬาประเภทนี้มีการเล่นแพร่หลายไปทั่วโลก ทำให้มีการก่อตั้งสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (FIFA) ขึ้น โดยมีประเทศที่ร่วมกันก่อตั้งสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ 7 ประเทศ ได้แก่ ประเทศฝรั่งเศส เบลเยียม เดนมาร์ก เนเธอร์แลนด์ สเปน สวีเดนและ สวิตเซอร์แลนด์ โดยทำการก่อตั้งขึ้นที่ประเทศฝรั่งเศสและมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ปัจจุบันมีประเทศต่างๆ เข้าร่วมเป็นสมาชิกสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติเกือบ 200 ประเทศ มีการจัดแข่งขันฟุตบอลโลกทุกๆ 4 ปี โดยเริ่มการแข่งขันครั้งแรกในปี ค.ศ. 1930 และมีการแข่งขันเรื่อยมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน (rickspressroom, 2560)

กีฬาฟุตบอลในประเทศไทย เกิดขึ้นครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 6 ซึ่งทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ก่อตั้งสโมสรคณะฟุตบอลสยามขึ้นในวันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2458 ต่อมาจึงเป็นจุดเริ่มต้นของการก่อตั้ง "สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์" ในปีถัดมา ต่อมาใน พ.ศ. 2459 ได้ก่อตั้ง "สมาคมฟุตบอลแห่ง

ประเทศสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์” มีการจัดการแข่งขันฟุตบอลถ้วยใหญ่ (ถ้วยพระราชทาน ก) และฟุตบอลถ้วยน้อย (ถ้วยพระราชทาน ข) ขึ้นเป็นครั้งแรก และได้สมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ หรือ “ฟีฟ่า” นับเป็นชาติแรกของทวีปเอเชียที่เข้าร่วมองค์กรลูกหนึ่งโลกและเป็นลำดับที่ 37 ของโลกใน พ.ศ. 2468 ต่อมาในปี พ.ศ. 2481 ได้มีการเปลี่ยนชื่อจากสมาคมฟุตบอลแห่งชาติสยามเป็นสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อฟุตบอลทีมชาติสยามเป็นฟุตบอลทีมชาติไทยมาจนถึงปัจจุบัน (สมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2560) จากกระแสความนิยมของกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยจึงมีการจัดการแข่งขันกีฬามวยปล้ำฟุตบอลภายในประเทศขึ้นมากมาย ซึ่งในอดีตประเทศไทยเคยจัดแข่งขันฟุตบอลระบบลีกมาก่อนแต่ไม่ได้รับความนิยมจึงต้องยกเลิกไป เหตุผลเนื่องจากในระยะแรกสโมสรฟุตบอลในลีกและการแข่งขันส่วนมากอยู่ในกรุงเทพมหานคร ส่งผลให้ในต่างจังหวัดไม่มีโอกาสรับชมการแข่งขัน และเมื่อปี พ.ศ. 2542 การกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) จึงร่วมกับสมาคมฟุตบอลฯ ได้แก้ปัญหาโดยจัดแข่งขันฟุตบอลอาชีพระบบลีกในส่วนภูมิภาค โดยให้ชื่อว่าโปรวินเชียลลีก (Provincial League) โดยในปี พ.ศ.2550 มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือ การยุบโปรวินเชียลลีกเข้าแข่งขันในไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ต่อมาในปี พ.ศ. 2552 สมาพันธ์ฟุตบอลเอเชียออกกระเป๋ยว่าด้วยความเป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพอย่างสมบูรณ์แบบ เป็นผลให้สมาคมฯ ต้องดำเนินการจัดตั้งนิติบุคคลเพื่อบริหารลีกและจัดการแข่งขันแทนที่สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ โดยได้มีการจัดตั้ง บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด และออกกระเป๋ยให้ผู้บริหารสโมสรฟุตบอลอาชีพ ต้องจัดตั้งในรูปแบบนิติบุคคล (บริษัท) เพื่อดำเนินการบริหารสโมสร ส่งผลให้มีการแข่งขันเชิงรูปแบบการบริหารจัดการให้เป็นที่มืออาชีพยิ่งขึ้น ซึ่งหากสโมสรใดไม่ปฏิบัติตามก็ไม่สามารถทำการแข่งขันได้ จึงทำให้ความนิยมของการแข่งขันฟุตบอลอาชีพแพร่หลายออกไปยังส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ โดยการแข่งขันฟุตบอลอาชีพโดยปัจจุบันอยู่ในการกำกับดูแลของบริษัท ไทยลีก จำกัด

สโมสรฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ด เป็นสโมสรฟุตบอลในจังหวัดก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2552 เป็นสโมสรที่อยู่ในระดับลีกสูงสุด (T1) ของการแข่งขันฟุตบอลอาชีพของไทย มีสนามฟุตบอลในนาม “สิงห์ สเตเดียม” และมีสินค้าและของที่ระลึกจำหน่ายในนามของสโมสร ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่สโมสรนอกเหนือจากการได้รับเงินสนับสนุนจากนักลงทุนและรายรับจากการโฆษณา สำหรับรายได้ของสโมสรจากการจำหน่ายบัตรเข้าชมและการขายสินค้าที่ระลึกพบว่า สโมสรฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ดมีรายได้ในปี พ.ศ. 2559 อยู่ในลำดับที่ 9 ขณะที่สโมสรที่มีรายได้สูงสุดอยู่ในลำดับที่ 1 คือ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด (บริษัทไทยลีก จำกัด, 2557) ถือได้ว่ามีรายได้้น้อยกว่าสโมสรลำดับที่ 1 ประมาณ 7 เท่า ซึ่งที่มาของรายได้เหล่านี้เกิดจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่สโมสรฟุตบอลทุกสโมสรได้ทำการจัดการและวางแผนเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด โดยที่ผ่านมาพบว่าบางสโมสรไม่สามารถแบกรับค่าใช้จ่ายในการทำทีมและไม่สามารถทำการแข่งขันได้ต่อในระดับลีกสูงสุดของประเทศได้ เนื่องจากเงินรายได้จากการสนับสนุนของแฟนบอลมีไม่มากพอที่จะบริหารทีมต่อได้ ดังนั้นสโมสรฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ด ต้องปรับกลยุทธ์การดำเนินงานโดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อสร้างยอดขายและรายได้ให้เพิ่มสูงขึ้น อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาการบริหารจัดการให้สโมสรสามารถเติบโตและยั่งยืนและคงอยู่ในลีกระดับสูงสุดได้

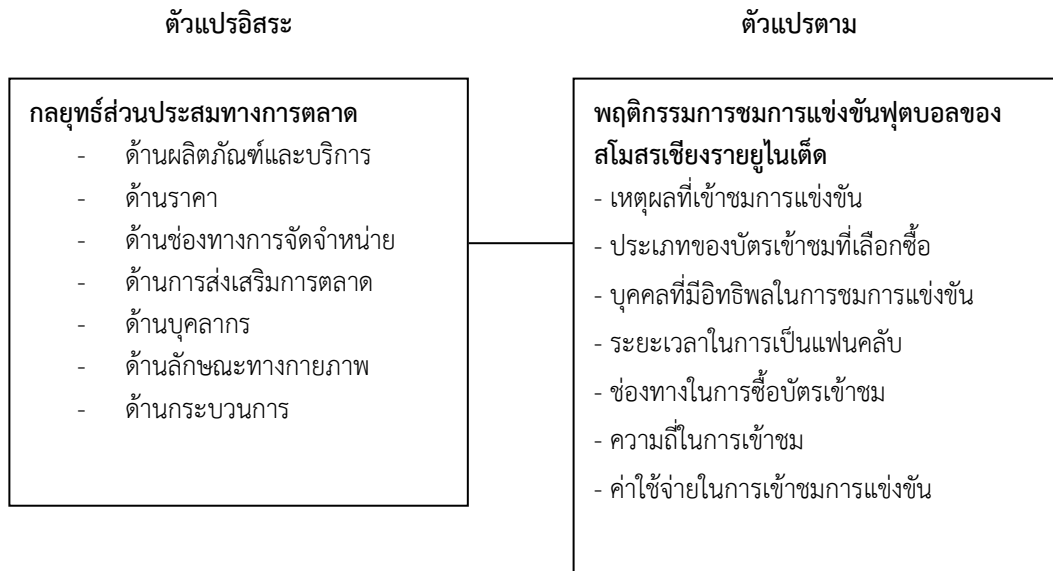
ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาดกับการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ด ตลอดจนศึกษาพฤติกรรมกรรมการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล โดยข้อมูลดังกล่าวจะทำให้สโมสรทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความสำคัญ มีข้อมูลพฤติกรรมของผู้เข้าชมการแข่งขันและสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้าชมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเชียงราย ยูไนเต็ดกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

กรอบแนวคิดการวิจัย

ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมกรรมการชมฟุตบอลของ สโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด สามารถแสดงกรอบแนวคิดการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระตัวแปรตาม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ด ณ สนามฟุตบอล สิงห์ สเตเดียม จังหวัดเชียงราย

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่มาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรได้ ผู้ศึกษาจึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบใช้สูตรไม่ทราบจำนวน ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกจำนวน 15 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง จากนั้นทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยมีค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) มากกว่า 0.70 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มากกว่า 0.80 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ผลการศึกษา

ผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

1. จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี โดยเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนเท่ากับ 10,000 - 20,000 บาท ผลการศึกษา

พฤติกรรมกรรมการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบสโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด และมีการเลือกซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขันแบบบุคคลทั่วไป บุคคลที่มีอิทธิพลในการเข้าชมคือเพื่อน และมีระยะเวลาการเข้าชมอยู่ที่ 1 – 3 ปี เมื่อมีการแข่งขันจะเลือกซื้อบัตรเข้าชมที่สนาม ณ วันที่มีการแข่งขัน โดยส่วนมากจะเข้าชมไม่ครบทุกนัดที่มีการแข่งขันในบ้าน โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยในการเข้าชม อยู่ที่ 5.58 ครั้งต่อการแข่งขันในบ้าน 1 ฤดูกาล มีค่าใช้จ่ายในการเข้าชมแต่ละครั้งอยู่ที่ 201 – 400 บาท ในการชมการแข่งขันฟุตบอลนั้นจะชวนบุคคลในครอบครัว มีการทราบข่าวสารเกี่ยวกับการแข่งขันจากเพื่อน และจะมีการเข้าชมในครั้งถัดไปอย่างแน่นอน ส่วนผลิตภัณฑ์ของสโมสรที่เคยซื้อมากที่สุด คือ เครื่องนุ่มห่ม

2. ผลการศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือด้านราคา

รายละเอียดการสรุปผลแต่ละด้าน มีดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ นักฟุตบอลของสโมสรมีความสามารถเหมาะสมกับการเล่นแชมป์ รองลงมาคือ หัวหน้าผู้ฝึกสอนมีความสามารถในการทำให้สโมสรประสบความสำเร็จ

2) ด้านราคา ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการตัดป้ายราคาชัดเจนและจำหน่ายตามราคาที่ติดประกาศไว้ รองลงมาคือ ราคาบัตรเข้าชมมีราคาใกล้เคียงกับสโมสรอื่นในไทยลีก (T1)

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ สโมสรได้มีช่องทางในการจำหน่ายบัตรเข้าชมการแข่งขันหลายช่องทาง รองลงมาคือ ช่องทางในการจำหน่ายบัตรเข้าชมที่ร้านค้าสโมสรสามารถเข้าถึงได้สะดวกรวดเร็ว

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีการลดราคาพิเศษ เช่น นักเรียน นักศึกษา รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยได้ร่วมกิจกรรมและใกล้ชิดกับนักฟุตบอล

5) ด้านบุคลากร ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ของสโมสรแต่งกายอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย รองลงมาคือ ผู้บริหารสโมสรมีการบริหารงานเป็นไปตามความต้องการของผู้เข้าชม

6) ด้านลักษณะทางกายภาพ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การรักษาความปลอดภัยบริเวณสนามแข่งขันมีความเป็นมาตรฐาน และมีช่องทางในการเดินเข้า-ออกสนาม อย่างสะดวกสบาย รองลงมาคือ สนามแข่งขันของสโมสร สามารถรองรับผู้เข้าชมที่เข้าชมการแข่งขันได้อย่างเพียงพอ

7) ด้านกระบวนการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การจัดจำหน่ายบัตรเข้าชมในวันที่มีการแข่งขันเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว รองลงมาคือ มีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอสำหรับให้บริการผู้เข้าชมการแข่งขัน

3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการชมฟุตบอลสโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด พบว่า พฤติกรรมการชมฟุตบอลมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด โดยมีความสัมพันธ์กันในทุกด้าน ได้แก่ เหตุผลที่เข้าชมการแข่งขัน ประเภทของบัตรเข้าชมที่เลือกซื้อ บุคคลที่มีอิทธิพลในการชมการแข่งขัน ระยะเวลาในการเป็นแฟนคลับ ช่องทางในการซื้อบัตรเข้าชม ความถี่ในการเข้าชม และค่าใช้จ่ายในการเข้าชมการแข่งขัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมกรรมการชมฟุตบอลสโมสรฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ด มีประเด็นอภิปรายดังนี้

1. ผลการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่นั้นจะเป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี โดยเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนเท่ากับ 10,000 – 20,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุพจน์ ไพบุลย์พิพัฒน์, 2554 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงอายุอยู่ระหว่าง 21-25 ปี มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรเชียงราย ยูไนเต็ทของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลหลักในการเข้าชมฟุตบอลเพราะชื่นชอบสโมสรฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ท และมีการเลือกซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขันแบบบุคคลทั่วไป บุคคลที่มีอิทธิพลในการเข้าชมคือเพื่อน และมีระยะเวลาการเข้าชมอยู่ที่ 1 – 3 ปี เมื่อมีการแข่งขันจะเลือกซื้อบัตรเข้าชมที่สนาม ณ วันที่มีการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุรชาติ ดาเอี่ยม, 2555 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า พบว่าเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อตั๋วคือ ต้องการสนับสนุนทีมฟุตบอล สถานที่ซื้อที่นิยมคือการจำหน่ายบริเวณหน้าสนาม ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าโดยส่วนมากจะเข้าชมไม่ครบทุกนัดที่มีการแข่งขันในบ้าน โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยในการเข้าชมอยู่ที่ 5.58 ครั้ง ต่อการแข่งขันในบ้าน 1 ฤดูกาล มีค่าใช้จ่ายในการเข้าชมแต่ละครั้งอยู่ที่ 201 – 400 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุพจน์ ไพบุลย์พิฒิพงศ์, 2554 : บทคัดย่อ) ที่พบว่าผู้ชมมีความถี่ในการรับชมการแข่งขัน 6-10 ครั้งต่อฤดูกาล มีค่าใช้จ่ายในการรับชมการแข่งขัน 201-300 บาทต่อครั้ง สำหรับการชมการแข่งขันฟุตบอลนั้นมักจะชวนบุคคลในครอบครัว และทราบข่าวสารเกี่ยวกับการแข่งขันจากเพื่อน ส่วนผลิตภัณฑ์ของสโมสรที่เคยซื้อมากที่สุด คือ เครื่องนุ่มห่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของ (กิตติคุณ บุญเกต, 2556 : บทคัดย่อ) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั้งผู้ที่แฟนบอลและไม่เป็นแฟนบอลจะซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่มห่ม บัตรเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล หรือการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่สโมสรจัดขึ้น และถ้ามีการแข่งขันในครั้งต่อไปจะมีการเข้าชมการแข่งขันอย่างแน่นอน

3. ผลการศึกษาผลการศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด มีประเด็นอภิปรายดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ปรัชญพงศ์ นาคบุตร, 2557 : บทคัดย่อ) ซึ่งพบว่า ในภาพรวมปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสโมสรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในอันดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ธนิส ไตรรักษ์, 2554 : บทคัดย่อ) ได้ทำการปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์แมนยู ซุปของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าในระดับมาก

4. ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการชมฟุตบอลมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด โดยมีความสัมพันธ์กันในทุกด้าน ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ด้านเหตุผลที่เข้าชมการแข่งขัน มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดได้ ได้แก่ การชื่นชอบสโมสรฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ท ชื่นชอบนักฟุตบอล การรับชมเพื่อความบันเทิง โดยพบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดส่งผลให้สโมสรเป็นที่นิยมและเกิดความชื่นชอบของผู้เข้าชม รวมไปถึงการที่นักฟุตบอลที่เป็นที่นิยมและมีรูปแบบการเล่นของทีมที่น่าติดตาม ทำให้เกิดความบันเทิงขณะรับชมการแข่งขัน

ด้านประเภทของบัตรเข้าชมที่เลือกซื้อที่มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด โดยสโมสรฟุตบอลเชียงราย ยูไนเต็ท มีรูปแบบของบัตรเข้าชมแต่ละประเภทที่มีความแตกต่างกัน ในการเลือกซื้อบัตรเข้าชม ผู้เข้าชมอาจจะพิจารณาตามความความต้องการและความคุ้มค่าและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับการเลือกซื้อบัตรเข้าชมแต่ละประเภท ซึ่งหากบัตรเข้าชมแต่ละประเภทนั้นมีความคุ้มค่าที่ไม่ต่างกันมากนัก ผู้เข้าชมก็อาจจะเลือกบัตรเข้าชมประเภทที่มีการจำหน่ายราคาที่ถูกกว่านั่นเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุรชาติ ดาเอี่ยม, 2555: 140) ได้ทำการศึกษาลูกค้าสัมพันธ์และพฤติกรรมของผู้เข้าชมในการซื้อตั๋วเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก พบว่า ตั๋วรายปีมีสิทธิประโยชน์ที่คุ้มค่ากว่าบัตรธรรมดา แต่ยังไม่มีการโปรโมชันที่ทำให้ตั๋วรายปีมีประโยชน์เพิ่มเติมพิเศษที่สามารถดึงดูดใจผู้ซื้อได้มากพอ

ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการชมการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ในการเข้าชมการแข่งขันหากเป็นผู้ที่ยังไม่เคยเข้าชมการแข่งขันจะมาจากถูกชักชวนโดยบุคคลต่างๆ ซึ่งถ้าเกิดความประทับใจในการเข้าชมก็จะอยากเข้าชมอีกในครั้งต่อไป และอาจจะชักชวนผู้เข้าชมกลุ่มใหม่ๆ มาอีกด้วย โดยสโมสรจะวางกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าชมเพื่อให้เกิดความประทับใจในการเข้าชม

ด้านระยะเวลาในการเป็นแฟนคลับมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เนื่องจากสโมสรมีการวางกลยุทธ์การตลาดให้ตรงต่อความพึงพอใจของกลุ่มแฟนคลับที่ติดตาม แฟนคลับเหล่านี้ก็จะสนับสนุนและเกิดความจงรักภักดีในระยะยาวต่อสโมสร

ด้านช่องทางในการซื้อบัตรเข้าชมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การเลือกซื้อบัตรเข้าชมนั้นเป็นไปตามความสะดวกของผู้เข้าชม และหากสโมสรมีช่องทางจำหน่ายบัตรเข้าชมมากขึ้นก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อบัตรเข้าชมที่มีความหลากหลายและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้เข้าชมได้มากยิ่งขึ้น

ด้านความถี่ในการเข้าชมมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด อาจจะขึ้นอยู่กับความสะดวกในการเดินทางและความสนใจในการเข้าชมการแข่งขันกับทีมสโมสรที่มีความต้องการชมที่ต่างกันออกไป จึงทำให้การเข้าชมแข่งขันแต่ละนัดมีความถี่ในการเข้าชมแตกต่างกัน

ด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าชมการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด โดยมีความเป็นไปได้ว่าผู้เข้าชมจะมีพฤติกรรมในการใช้จ่ายที่แตกต่างกัน โดยสโมสรมีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดได้ตรงกับความต้องการและให้ความคุ้มค่าของผู้เข้าชมมากที่สุด จึงทำให้ผู้เข้าชมนั้นมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันในการซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของสโมสร

โดยพฤติกรรมในการเข้าชมที่กล่าวมานั้นจะมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของสโมสรซึ่งสอดคล้องกับ (กิตติคุณ บุญเกิด, 2556 : 70) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จากปัจจัยด้านสโมสรฟุตบอลโดยตรง การที่สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด พัฒนาฝีมือจนเป็นที่ยอมรับของทั้งคนไทยและต่างชาติ มีการสร้างผลงานที่ดียิ่งขึ้นทำให้มีชื่อเสียงเพิ่มมากขึ้น และมีนักเตะที่มีฝีมือการเล่นที่ดีทำให้ส่งผลต่อการดำเนินงานและการบริหารงานของสมาคมที่ดี โดยการที่สโมสรมีชื่อเสียงและมีผลงานที่ดีจะทำให้ผู้บริโภคจดจำภาพลักษณ์ของสโมสรได้ดี เกิดความชื่นชอบ เกิดการสนับสนุน และติดตามผลงานการแข่งขันหรือการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นของสโมสร ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงต้องมีการออกแบบให้สวยงาม มีความหลากหลาย ทันสมัยและตรงต่อความต้องการซื้อของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมชมฟุตบอลสโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด มีข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษาไปใช้ดังนี้

1. จากการศึกษากิจกรรมผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด ส่วนใหญ่แล้วจะมีเหตุผลในการเข้าชมการแข่งขันคือชื่นชอบสโมสรอยู่แล้ว และจะเลือกซื้อบัตรเข้าชมแบบทั่วไป ทั้งนี้ทางสโมสรควรมีการวางแผนรองรับจัดที่นั่งของบัตรเข้าชมประเภทนี้ให้เพียงพอและเหมาะสมต่อความต้องการของผู้เข้าชม

2. พฤติกรรมในการซื้อบัตรเข้าชมส่วนใหญ่จะซื้อบัตรเข้าชมที่สนามในวันแข่งขัน ทางสโมสรควรมีการจัดจุดจำหน่ายให้รองรับและให้บริการผู้เข้าชมให้ได้รับความสะดวกและรวดเร็ว

3. สโมสรควรให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดกิจกรรมการส่งเสริมทางการตลาดในเรื่องของสินค้าของที่ระลึก เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่สโมสรมากยิ่งขึ้น โดยจะเห็นจากกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 201 - 400 บาท และมีค่าเฉลี่ยของการเข้าชมการแข่งขันเท่ากับ 5.58 ครั้งต่อหนึ่งฤดูกาล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทางสโมสรสามารถมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้าอื่นๆ ได้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการเข้าชมบ่อยขึ้นเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่สโมสร

4. ผู้เข้าชมส่วนมากทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารของสโมสรจากเพจสโมสร ดังนั้นสโมสรควรใช้ประโยชน์ในกระจายแหล่งข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ ให้แก่ผู้เข้าชมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

5. จากการศึกษาร่วมประสมการตลาดที่มีผลกับการเข้าชมการแข่งขันพบว่า มีผลมาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้นสโมสรควรให้ความสำคัญกับผลงานในการแข่งขันซึ่งจะทำให้สโมสรมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ สโมสรควรมีการเล่นที่น่าติดตามเพื่อเป็นการเพิ่มฐานแฟนบอลของสโมสรให้มากยิ่งขึ้น และมีนักเตะและผู้ฝึกสอนที่มีชื่อเสียงช่วยทำการตลาด

6. ด้านส่งเสริมทางการตลาด สโมสรควรให้ความสำคัญกับการแข่งขันในแมตช์ (การแข่งขันที่อยู่ในระดับที่ผู้คนไม่เป็นที่สนใจมากนัก) เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเข้าชมให้มากยิ่งขึ้น
7. ด้านบุคลากร ผู้บริหารควรจะนำพาและพัฒนาสโมสรไปในทางที่ดี ซึ่งปัจจุบันผู้เข้าชมและแฟนบอลได้ให้การยอมรับเป็นอย่างดี
8. ด้านกระบวนการการให้บริการ สโมสรควรให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดความสบายในการเข้าชม ทั้งนี้รวมถึงความปลอดภัยของผู้เข้าชม เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ชมที่ยังไม่เคยเข้าชมภายในสนามแข่งขัน
9. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สนามการแข่งขันควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมเพื่อให้สามารถรองรับคนจำนวนมากได้และได้รับความสะอาดสบายมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติคุณ บุญเกตุ. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ของผู้บริโภคในจังหวัดบุรีรัมย์*. วิทยาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บริษัท ไทยลีก จำกัด. (2557). *ประวัติการแข่งขันไทยลีก*. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaileague.co.th>
- ปรัชญ์พงศ์ นาคบุตร. (2557). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของแฟนคลับในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรชลบุรี เอฟซี.งานนิพนธ์ (รป.ม.)*, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุพจน์ ไพบูลย์พิพิงค์. (2554). *อิทธิพลของการเป็นผู้สนับสนุนด้านกีฬา (sports sponsorship) ในการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกที่มีผลต่อการจดจำตราสินค้าของผู้เข้าชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2560). *ประวัติฟุตบอลไทย*. เข้าถึงได้จาก <http://fathailand.org>
- สโมสรฟุตบอลสิงห์เชียงราย ยูไนเต็ด. (2560). *ประวัติสโมสรฟุตบอล สิงห์เชียงราย ยูไนเต็ด*. เข้าถึงได้จาก <http://singhachiangraiunited.com>
- สุรชาติ ดาเอี่ยม. (2555). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และพฤติกรรมของผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก*. วิทยานิพนธ์(วท.ม.), สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ธนิช ไตรรักษ์. (2554). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แมนยู ซุปเปอร์ลีกในเขตกรุงเทพมหานคร*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- Rickspressroom. (2560). *ประวัติความเป็นมาของกีฬาฟุตบอล*. เข้าถึงได้จาก <http://rickspressroom.net> /ประวัติความเป็นมาของกีฬาฟุตบอล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการ
สถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่
MARKETING MIX FACTORS AFFECTING CUSTOMERS' REPURCHASING BEHAVIOR OF
MR. PETROLEUM GAS STATION IN HOD DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE

นพดล โภภูคำลือ^{1*}
ประราสี เอนก^{2*}

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบทราบบจำนวนประชากรเป็นผู้ที่เลือกใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม ตั้งแต่สองครั้งขึ้นไป เฉลี่ยเดือนละ 3,000 คน ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 353 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมีรูปแบบในการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) รูปแบบการวิจัยเป็นแบบเชิงสำรวจ (survey method) แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะคำถามปลายเปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวมีจำนวน 6 ข้อ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม จำนวน 4 ข้อ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการ จำนวน 7 ปัจจัย ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าความเห็น 5 ระดับ (interval rating scale) และตอนที่ 4 พฤติกรรมการกลับมาใช้บริการ สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H1 – H7) ก็ต่อเมื่อ r มีค่าน้อยกว่า .05

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีระดับความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อซ้ำสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อซ้ำ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง เรียงลำดับจากความสัมพันธ์มากไปน้อย ดังนี้ พบว่าความสัมพันธ์ระดับปานกลางประกอบด้วย ด้านสถานที่ตั้ง ($r = .453, sig = .000$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($r = .422^{**}, sig = .000$) ด้านบุคลากร ($r = .321^{**}, sig = .000$) และลักษณะทางกายภาพ ($r = .247^{**}, .000$) รองลงมา ความสัมพันธ์ในระดับต่ำประกอบด้วย ด้านราคา ($r = .241^{**}, .000$) และ ด้านกระบวนการ ($r = .238^{**}, .010$) ตามลำดับ และพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ($r = .074, .164$) ซึ่งไม่มีความแตกต่างทางสถิติ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม ในเขต อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .338^{**}, sig = .000$) จากสมมติฐานการวิจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม สรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคคือ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, พฤติกรรมการซื้อซ้ำ, ผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน

¹สังกัด (สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)

²สังกัด (ภาควิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)

Abstract

This research aimed to study and analyze marketing mix factors affecting customers' repurchasing behavior of Mr. Petroleum Gas Station in Hod District, Chiang Mai Province. Finite Population Sampling was implemented. Who came to use the service of Mr Petroleum Gas Station for 2 times up about 3,000 people a month in average. The sample size was 353 people. The research tool was the questionnaire which was the quantitative research and the research method was Survey Method. The questionnaire was divided into 4 parts including Part 1: the questionnaire asking about the respondent's personal factor which was the Close end questionnaire to be selected only 1 item for 6 items, Part 2: the questionnaire asking about customers' repurchasing behavior of Mr. Petroleum Gas Station for 4 items, Part 3: the questionnaire asking about Marketing Mix factors relating with customers' repurchasing for 7 factors which was the interval rating scale questionnaire and Part 4: the questionnaire asking about customers' repurchasing behavior. Pearson Product Moment Correlation Coefficient was implemented with statistical significance as .05 which refused the main hypothesis (H1-H7) when r was less than .05.

The findings were that the factor relating with the customers' making decision in repurchasing of Mr. Petroleum had the relation at medium level ordering from much to less. It was found that the relation at medium level included Location ($r=.453$, $sig=.000$), Product ($r=.422^{**}$, $sig=.000$), Personnel ($r=.321^{**}$, $sig=.000$), and Physical characteristic ($r=.247^{**}$, $.000$), then the relation at low level included Price ($r=.241^{**}$, $.000$), Process ($r=.238^{**}$, $.010$) respectively. Also, it was found that the Marketing factor had the relation at low level ($r=.074$, $.164$) with no statistical significance in affecting customers' repurchasing behavior of Mr. Petroleum Gas Station in Hod District, Chiang Mai Province. Also, it was found that there was the relation at medium level of Marketing Mix factor (7 P's) ($r=.338^{**}$, $sig=.000$) toward customer's repurchasing behavior of Mr. Petroleum Gas Station. It was concluded that the relation of customers' decision making in repurchasing of Mr. Petroleum Gas Station included location, product, personnel and physical characteristic.

Keywords: Marketing Mix, Repurchasing Behavior, Customers of Gas Station

บทนำ

จากภาวะการณ์ปัจจุบันราคาน้ำมันมีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่จำนวนสถานบริการน้ำมันที่มีอยู่มากกว่าความต้องการใช้จึงก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจน้ำมันทุกบริษัทน้ำมันต่างต้องยอมรับสภาพการณ์ และพยายามปรับตัวเพื่อตั้งรับการแข่งขันโดยมีการตื่นตัว และมีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ และต้องมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ (สุรัชณี พันธุ์เมธากุล, 2539) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้ำมันของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ ความสะดวก และยี่ห้อน้ำมัน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น ทำเล สถานที่จอดรถ และด้านการบริการ ทั้งนี้ถ้าจากการจำหน่ายน้ำมันอาจจะไม่ใช่รายได้หลักของธุรกิจสถานบริการน้ำมันอีกต่อไป (ภาณุพงศ์ คงคาน้อย, 2552) กล่าวว่าการค่าน้ำมันเชื้อเพลิงของไทยในปัจจุบันเป็นไปตาม

ระบบการค้าซึ่งราคาน้ำมันจะเคลื่อนไหวขึ้นลงเป็นไปตามกลไกของตลาดน้ำมันของโลก ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น อัตราการใช้ น้ำมัน สถานการณ์ของโลก สังเกตเห็นว่า ราคาน้ำมันสำเร็จรูป ณ สถานบริการน้ำมันยี่ห้อต่างๆ เคลื่อนไหวขึ้นลงไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องตามราคาน้ำมันในตลาดโลก (ทองนที อุปละกุล และคณะ, 2558)

การใช้บริการสถาน บริการน้ำมันของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปี สังเกตได้จากข้อมูลยอดขายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ อี -20 และ อี-85 ซึ่งบางจากที่ได้นำเข้าสู่ปั้มน้ำมันในภาคเหนือ โดยจังหวัดเชียงใหม่เป็นแห่งแรกที่มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพื่อรองรับรถยนต์รุ่นใหม่ที่กำลังออกสู่ตลาด (บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) รายงานประจำปี , 2553 : ออนไลน์) และการแข่งขันของสถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ถือได้ว่าการแข่งขันที่รุนแรง สังเกตได้จาก จำนวนของสถานีบริการน้ำมันที่มีมากถึง 7 แห่ง เฉพาะในเขตอำเภอฮอดเท่านั้น (ธุรกิจร้านค้า จังหวัดเชียงใหม่ : ออนไลน์) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการสถาน บริการน้ำมันในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ยังมีความต้องการใช้บริการน้ำมันหรือเติมน้ำมันอยู่ในปริมาณสูง เนื่องจากความต้องการใช้รถในปริมาณมาก จะเห็นได้จากยอดจดทะเบียนรถของจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2554 ที่มียอดจดทะเบียนต่อเดือนประมาณ 3,000 คน จากปกติมีเพียงแค่ 1,000 คนต่อเดือน (สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ กรมการขนส่งทางบก, 2555 : ออนไลน์) นอกจากนี้ใน เขตอำเภอเมือง ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของจังหวัดและภูมิภาคก็มีคนวัยทำงานที่มีศักยภาพในการซื้อรถยนต์หรือยานพาหนะส่วนบุคคลอาศัยอยู่จำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งเป็นแนวโน้มแสดงถึงความต้องการน้ำมันที่มากขึ้น เมื่อความต้องการเพิ่มมากขึ้นก็มีการแข่งขันทางธุรกิจสถานบริการน้ำมันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลต่อผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมันที่สามารถเลือกสถานบริการน้ำมันที่เหมาะสมกับตนเอง (สุโขทัยธรรมาธิราช : 2548) รายงานจากวารสารการตลาด และการสื่อสาร ปี ที่1 ฉบับที่2 (เมษายน – มิถุนายน 2556) ว่า ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภคมีการจำแนกตามวิธีการตัดสินใจ 3 วิธี 1) ทฤษฎีการตัดสินใจโดยการคาดการณ์ มีการใช้เทคนิคการคาดการณ์และการพยากรณ์เข้ามาประกอบการตัดสินใจ 2) ทฤษฎีการตัดสินใจโดยการพรรณนาเป็นการใช้กระบวนการวิจัยเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ และ 3) ทฤษฎีการตัดสินใจโดยกำหนดความเป็นทฤษฎีที่คำนึงถึงว่าแนวทางการตัดสินใจ ควรจะเป็นหรือน่าจะเป็นอย่างไรจึงบรรลุเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้ ซึ่งในการแสวงหาทางเลือก (search for alternative) ความตั้งใจให้ได้รับการตอบสนองความต้องการผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมันจะค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการที่สะสมไว้ปริมาณของข้อมูลขึ้นอยู่กับความต้องการที่บุคคลเผชิญอยู่ในระดับมากหรือน้อย และระยะเวลาที่ใช้ในการเลือกราคาสินค้า และระดับความเสี่ยงที่พึงมีในการตัดสินใจ สถานบริการน้ำมันทั้ง 7 แห่งในเขตอำเภอฮอดก็จะมีจุดเด่นในการแข่งขันทางการตลาดที่แตกต่างกันไป ดังนี้ (1) สถานบริการน้ำมัน ปตท. ฮอด เป็นสถานบริการน้ำมันที่มีชื่อเสียงระดับประเทศจะพบเห็นอยู่ทั่วไป แบรินมีความน่าเชื่อถือทางด้านคุณภาพน้ำมันที่มีมาตรฐาน ให้บริการน้ำมันหลายชนิด คือแก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 และดีเซล มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อการเข้าใช้บริการ มีสถานที่จอดรถและหัวจ่ายที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ มีความสะดวกรวดเร็วต่อการเข้ารับบริการแต่ละครั้งและยังเป็นทางผ่านในการเดินทางไป อำเภออมก๋อย แม่แจ่ม และจังหวัดแม่ฮ่องสอนอีกด้วย (2) สถานบริการน้ำมัน บางจาก ฮอดเป็นสถานบริการน้ำมันที่มีชื่อเสียงระดับประเทศจะพบเห็นอยู่ทั่วไป แบรินมีความน่าเชื่อถือทางด้านความสะอาดของน้ำมัน ให้บริการน้ำมันหลายชนิด คือแก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 และดีเซล มีการสะสมแต้มเพื่อใช้เป็นส่วนลดในครั้งต่อไป มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อการเข้าใช้บริการ มีสถานที่จอดรถและหัวจ่ายที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ (3) สถานบริการน้ำมัน เซลล์ ฮอด เป็นสถานบริการน้ำมันที่มีชื่อเสียงระดับประเทศจะพบเห็นอยู่ทั่วไป ให้บริการน้ำมันหลายชนิด คือแก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 และดีเซล แบรินมีความน่าเชื่อถือทางด้านคุณภาพน้ำมันที่มีมาตรฐานซึ่งมีหลายระดับให้เลือกราคาก็จะแตกต่างกันไปตามคุณภาพของน้ำมันคือมีเพิ่มขึ้นมาเป็น ดีเซลพรีเมียม มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อการเข้าใช้บริการ มีสถานที่จอดรถและหัวจ่ายที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ มีความสะดวกรวดเร็วต่อการเข้ารับบริการแต่ละครั้ง (4) สถานบริการน้ำมัน ไม่มีชื่อ ให้บริการน้ำมันดีเซลอย่างเดียว ตั้งอยู่ไม่ห่างจากตัวเมืองฮอด ทางไปแม่ฮ่องสอน มีราคาที่ถูกกว่า ปั้มน ปตท. บางจาก และ เซลล์ อยู่ประมาณ 10 สตางค์ต่อลิตร ผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่

จะเป็นรถบรรทุก (5) สถานบริการน้ำมัน ไม่มีชื่อ ให้บริการน้ำมันดีเซลอย่างเดียว ตั้งอยู่ไม่ห่างจากตัวเมืองฮอด ทางไปเมืองเชียงใหม่ มีราคาที่ถูกกว่า ปัมปตท. บางจาก และ เซลล์ อยู่ประมาณ 10 สตางค์ต่อลิตร ผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นรถโดยสารประจำทาง (6) สถานบริการน้ำมัน ไม่มีชื่อ ให้บริการน้ำมันดีเซลอย่างเดียว ตั้งอยู่ไม่ห่างจากตัวเมืองฮอด ทางไปอำเภอฮอด มีราคาที่ถูกกว่า ปัมปตท. บางจาก และ เซลล์ อยู่ประมาณ 10 สตางค์ต่อลิตร ผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ใช้บริการทั่วไป (7) สถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม เป็นสถานบริการน้ำมันที่มีป้ายร้านที่ชัดเจนดูมีความน่าเชื่อถือ น้ำมันมีคุณภาพส่งจาก ปตท. จะเห็นได้จากรถส่งน้ำมันที่เป็นรถของปตท.เลย และการตรวจคุณภาพน้ำมันจากกรมพลังงาน ให้บริการน้ำมันหลายชนิด คือแก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 และ ดีเซล มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อการเข้าใช้บริการ มีสถานที่จอดรถและห่วยจ่ายที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ มีความสะดวกรวดเร็วต่อการเข้ารับบริการแต่ละครั้งยังเป็นย่านเกษตรกรที่ใช้น้ำมัน และเป็นทางผ่านจากจังหวัดเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอนไปกรุงเทพฯ

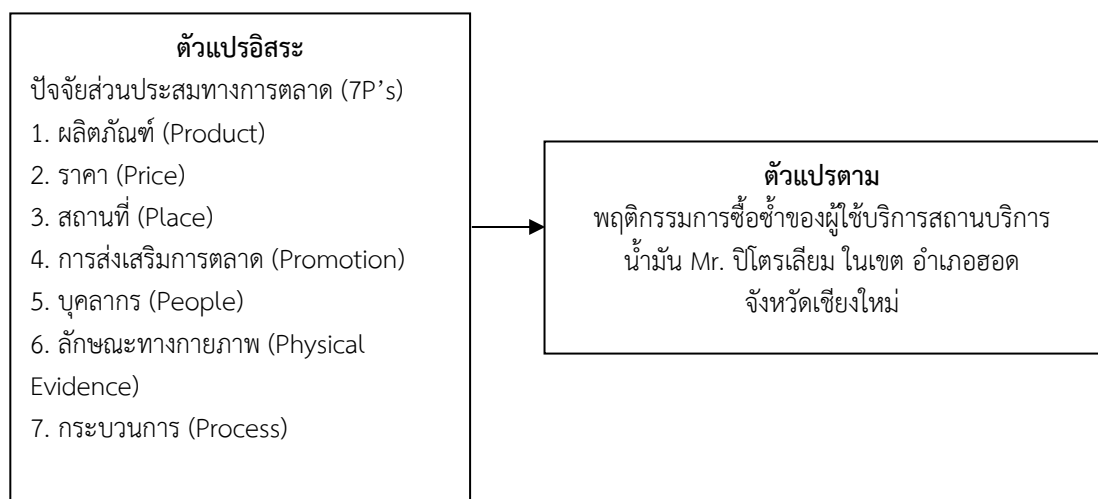
ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียมในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจสถานบริการน้ำมันมีความจำเป็นที่สถานบริการน้ำมันต้องปรับปรุง การให้บริการโดยรวมให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมันในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียมในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียมในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียมในเขตอำเภอหาด จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ เป็นแบบทราบบจำนวน ประชากรเป็นผู้ที่เลือกใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม ตั้งแต่สองครั้งขึ้นไปเฉลี่ยเดือนละ 3,000 คน สุ่ม กลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane', 1973 : 727-728) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างการวิจัย จำนวน 353 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมีรูปแบบในการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) รูปแบบการวิจัยเป็นแบบเชิงสำรวจ (survey method) แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามปลายปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว มีจำนวน 6 ข้อ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม จำนวน 4 ข้อ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการ จำนวน 7 ปัจจัย ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าความเห็น 5 ระดับ (interval rating scale) และตอนที่ 4 พฤติกรรมการกลับมาใช้บริการ สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H1 - H7) ก็ต่อเมื่อ r มีค่าน้อยกว่า .05

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการสถานบริการ น้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม ในเขตอำเภอหาด จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่สองครั้งขึ้นไป เฉลี่ยด้วยจำนวนผู้ใช้บริการที่เข้ามา ใช้บริการสถานน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียมในเขตอำเภอหาด จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่สองครั้งขึ้นไป แบบทราบบจำนวน ประชากรเฉลี่ยเดือนละ 3,000 คน

กลุ่มตัวอย่าง ใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (Taro Yamane', 1973 : 727-728) ดังนี้

สูตรของ Taro Yamane วิธีคิดคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ของทาโรยามาเน่

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

โดย n = ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้

N = จำนวนประชากรที่ทราบค่า (ในที่นี้ = 3,000 คน)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ของกลุ่มตัวอย่าง

ถ้ากำหนดระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะใช้ค่า 0.05

เมื่อ N = 3000

e = 0.05

เมื่อแทนค่า จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{3000}{1+3000(0.05)^2} \\ &= 353 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 353 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามปลายปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวมีจำนวน 6 ข้อ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr.ปีโตรเลียม จำนวน 4 ข้อ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการ จำนวน 7 ปัจจัย ซึ่งเป็นคำถามแบบ มาตราส่วนประเมินค่าความเห็น 5 ระดับ (interval rating scale) และตอนที่ 4 พฤติกรรมการกลับมาใช้บริการ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ ประกอบด้วยเครื่องมือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะคำถามปลายปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวมีจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อซ้ำ ของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะคำถามปลายปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวมีจำนวน 1 ข้อ คือ ใช้การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (ordinal scale) คำถามมีลักษณะปลายปิด แบบหลายตัวเลือก (multiple question) มีจำนวน 4 ข้อใหญ่ ดังนี้ ท่านเข้ามาใช้บริการน้ำมันชนิดใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) เหตุผลที่มาใช้บริการมากกว่าสองครั้ง จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการต่อเดือน และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการน้ำมันมีจำนวน 7 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าความเห็น 5 ระดับ (interval rating scale) ของ ไคเคิร์ต (Likert's five rating scale) และตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำเป็นการรับรู้ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค 3 ข้อ ประกอบด้วย ทุกครั้งที่ท่านใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม ท่านรู้สึกอย่างไร ในอนาคตท่านจะกลับมาใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียมต่อไปหรือไม่ และ ในอนาคตท่านจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักให้มาใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม หรือไม่ และข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือผู้วิจัยได้กำหนดการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามใน 2 ด้าน คือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยการหาค่า (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- +1 หมายถึง แน่ใจว่าคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์หรือไม่
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าคำถามนั้น ไม่มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์

2. การหาความความน่าเชื่อถือได้ (reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวจริงที่เข้าใช้บริการสถานบริการน้ำมัน ไม่มีชื่อ ให้บริการน้ำมันดีเซลอย่างเดียว ตั้งอยู่ไม่ห่างจากตัวเมืองฮอด ทางไปอำเภอฮอดเต่า มีราคาที่ถูกกว่า ปัม ปตท. บางจาก และ เซล อยู่ประมาณ 10 สตางค์ต่อลิตร ผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ใช้บริการทั่วไป จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธี Cronbach's Alpha Method กำหนดระดับความน่าเชื่อถือคำถามต้องได้ Alpha ไม่ต่ำกว่า .7 ในแต่ละกลุ่มตัวแปรในข้อคำถาม ได้ผลค่า Cronbach's Alpha เฉลี่ยรวมเท่ากับ .945

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติผู้วิจัยได้กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ 1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics analysis) เป็นสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลของแบบสอบถามในส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และ 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียมในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียมในเขตอำเภอฮอด ใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H1 – H7) ก็ต่อเมื่อ r มีค่าน้อยกว่า .05

โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (คูศรี วงศ์รัตน์, 2544:316) กำหนดดังนี้

ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.91 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.71 - 0.90 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
 ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.31 - 0.70 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
 ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.01 - 0.30 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
 ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชายจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 68.60 และเป็นเพศหญิงจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 ส่วนใหญ่ มีอายุตั้งแต่ 36-45 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา มีอายุตั้งแต่ 26-35 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 อายุ 16-25 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 อายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ ส่วนใหญ่เป็น แม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 อาชีพอื่นๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 49.60 รองลงมา น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และ รายได้ มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ ส่วนใหญ่ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 55.20 รองลงมา โสด จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 และ หย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาส่วนใหญ่ วุฒิมัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 71.40 รองลงมา ปริญญาตรีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 และสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

2. พฤติกรรมการซื้อซ้ำของสถานบริการน้ำมัน Mr ปีโตรเลียมในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 353 คน พบว่า ส่วนใหญ่ นิยมผู้เข้ามาใช้บริการเข้ามาใช้บริการน้ำมันชนิดน้ำมันดีเซล จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 78.2 เหตุผลที่เข้ามาใช้บริการมากกว่าสองครั้ง ส่วนใหญ่ อยู่ใกล้บ้าน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการต่อเดือน ส่วนใหญ่ ใช้บริการ มากกว่า 8 ครั้ง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 และผู้มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ ตัดสินใจด้วยตนเองจำนวน 287คน คิดเป็นร้อยละ 81.3

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการคุณภาพการสถานบริการน้ำมัน Mr ปีโตรเลียม

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการคุณภาพการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม มีระดับความสัมพันธ์รวมในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51

3.2 ด้านราคา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการคุณภาพการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความสัมพันธ์รวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62

3.3 สถานที่ (Place) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการคุณภาพการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความสัมพันธ์รวมในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48

3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการคุณภาพการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความสัมพันธ์รวมในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84

3.5 บุคลากร (People) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการคุณภาพการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความสัมพันธ์รวมในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.42

3.6 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการคุณภาพการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความสัมพันธ์รวมในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.45

3.7 กระบวนการ (Process) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการคุณภาพการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความสัมพันธ์รวมในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67

ระดับความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการคุณภาพการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 7 ปัจจัยพบว่า ระดับความสัมพันธ์มากที่สุดรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84

4. การวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม การวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการ สถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม พบว่า ระดับความสัมพันธ์มากที่สุดรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	พฤติกรรมผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. พิโตรเลียม			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ผลการพิสูจน์สมมติฐาน
ตัวแปรต้น				
1.ด้านผลิตภัณฑ์	.422**	.000	ระดับปานกลาง	ยอมรับ
2.ด้านราคา	.241**	.000	ระดับต่ำ	ยอมรับ
3. สถานที่ตั้ง	.453**	.000	ระดับปานกลาง	ยอมรับ
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	.074	.164	ระดับต่ำ	ไม่ยอมรับ
5 .ด้านบุคลากร	.321**	.000	ระดับปานกลาง	ยอมรับ
6. ลักษณะทางกายภาพ	.247**	.000	ระดับต่ำ	ยอมรับ
7.กระบวนการ	.238*	.010	ระดับต่ำ	ยอมรับ
ตัวแปรตาม				
การตัดสินใจซื้อซ้ำสถานบริการน้ำมัน	.338**	.000	ระดับปานกลาง	ยอมรับ

Mr. ปีเตอร์เลียม

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

จากตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation) ที่ระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละปัจจัย โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (pearson product moment correlation coefficient) ตัวแปรอิสระ ที่ส่งผลกระทบต่อระดับความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ พฤติกรรม การตัดสินใจซื้อซ้ำสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีเตอร์เลียม ในการบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์ จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากค่าสหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง (Hinkle D.E. 1998) โดยค่า r แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาจากตัวแปรอิสระที่ส่งผลกระทบต่อระดับความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ พฤติกรรม การตัดสินใจซื้อซ้ำสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีเตอร์เลียม พบว่าตัวแปรอิสระที่มีระดับความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อซ้ำสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีเตอร์เลียม ที่มีความสัมพันธ์สูงสุดคือ ความสัมพันธ์ระดับปานกลาง คือ ด้านสถานที่ตั้ง ($r=.453^{**}$, $sig=.000$) รองลงมาคือ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($r=.422^{**}$, $sig=.000$) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง คือ ด้านบุคลากร ($r=.321^{**}$, $sig=.000$) มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ คือ ลักษณะทางกายภาพ ($r=.247^{**}$, $.000$) มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ คือ ลักษณะทางกายภาพ ($r=.247^{**}$, $.000$) มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ คือ ด้านราคา ($r=.241^{**}$, $.000$) และ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ คือ กระบวนการ ($r=.238^{**}$, $.010$) ตามลำดับและยังพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ($r=.074$, $.164$) ซึ่งไม่มีความแตกต่างทางสถิติ

ส่งผลกระทบต่อตัวแปรตาม ในการตัดสินใจซื้อซ้ำสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีเตอร์เลียม ที่มีความสัมพันธ์สูงสุดคือมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r=.338^{**}$, $sig=.000$)

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีเตอร์เลียมในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างตาม ลักษณะคำถามปลายเปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวมีจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้, สถานภาพและการศึกษา ลักษณะเป็นการเลือกตอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชายจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 68.60 และเป็นเพศหญิงจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 อายุ พบว่าส่วนใหญ่ มีอายุตั้งแต่ 36-45 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 ส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพ แม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 49.60 สถานภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 55.20 และระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 71.40

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ในการตัดสินใจของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตในครอบครัว อาชีพ การศึกษา รูปแบบในการดำรงชีวิต ในการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการ สถานบริการน้ำมัน Mr. ปีเตอร์เลียมในเขตอำเภอฮอด นั้นสามารถอธิบายได้ว่ารูปแบบการใช้บริการเพิ่มเติมน้ำมันสอดคล้องกับรูปแบบการดำรงชีวิต ของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลก็ขึ้นอยู่กับแบบการดำรงชีวิต ตัวอย่างแบบในการดำรงชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้าที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค (Kotler, 1997) และ ยังสอดคล้องกับ (Kotler and Armstrong. 1996 อ้างถึงใน ฐิตาภา พรหมสวัสดิ์, 2555) กล่าวว่า โอกาสทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคลจะมีผลกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อประกอบด้วย รายได้ การออกทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) รูปแบบการดำเนินชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล

การเลือกผลิตภัณฑ์ของแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับแบบแผนการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสินค้า พฤติกรรมการซื้อซ้ำของสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีเตอร์เลียมในเขตอำเภอหาด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ นิยมผู้เข้ามาใช้บริการเข้ามาใช้บริการน้ำมันชนิดน้ำมันดีเซล จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 78.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่อำเภอหาด และเดินทางสะดวกเป็นทางผ่านสามารถแวะเติมน้ำมันที่เลือกเติมมากที่สุดคือน้ำมันดีเซลเนื่องจากพาหนะคนในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นรถขนาดใหญ่ เช่น รถกระบะ รถบรรทุก รถไฟ เรือ ตัวน้ำมันดีเซลจะมีความชื้นหนืดกว่าน้ำมันเบนซิน และคนในพื้นที่ส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรใช้ในการขนส่งสินค้าออกไปจำหน่ายข้างนอกซึ่ง เหมาะกับการใช้งานเหตุผลที่มาใช้บริการมากกว่าสองครั้งส่วนใหญ่ อยู่ใกล้บ้านจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการต่อเดือน ส่วนใหญ่ ใช้บริการ มากกว่า 8 ครั้ง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 และผู้มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ ตัดสินใจด้วยตนเองจำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 ซึ่งการตัดสินใจใช้บริการเติมน้ำมันซ้ำอาจมีสาเหตุมาจาก ความเคยชิน และทำเป็นนิสัยที่ทำให้ผู้รับบริการตัดสินใจง่ายขึ้น และทำให้ผู้ประกอบการกับแรงผลักดันของชีวิตได้ดีขึ้นนิสัยในการซื้อแตกต่างกันไปตามระดับของการเกี่ยวข้องและทุ่มเทความพยายามกับสินค้า จึงจำเป็นต้องเปรียบเทียบนิสัยการซื้อที่ขึ้นอยู่กับความซื่อสัตย์ต่อตราหือหรือความสอดคล้องกับความต้องการใช้งานเป็นหลัก สอดคล้องกับ วจนะ ภูพานี (2555) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคือการเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่นๆ จากทางเลือกที่มีอยู่ซึ่งระดับของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีอยู่ 3 ระดับการตัดสินใจตามความเคยชิน การตัดสินใจที่จำกัด และการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีเตอร์เลียม หรือจังหวัดอื่นๆ เพราะอิทธิพล สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันอาจส่งผลต่อพฤติกรรมผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมันต่างกัน เพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

- กรมขนส่งทางบก. สถิติรถจักรยานยนต์ 2555. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2561, จากเว็บไซต์ : http://apps.dlt.go.th/statistics_web/brandcar.html
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544. การวิจัยเพื่อการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : ทิพย์ลิเคชั่น.
- ฐิตาภา พรหมสวัสดิ์. (2555). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงสมองและความจำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน). รายงานประจำปี 2553. (Online). เข้าถึงได้จาก https://www.bangchak.co.th/media/annual_report_lang../18/AR-2553-report.pdf (วันที่เข้าถึง 25 พฤศจิกายน 2561).
- ธุรกิจร้านค้า จังหวัดเชียงใหม่ . รวมหมวดหมู่ธุรกิจร้านค้า และสถานที่ราชการในฮอต : สืบค้นออนไลน์จากออนไลน์ <https://www.edtguide.com/place/> (วันที่ 7 มิถุนายน 2561)
- ทองนที อุปละกุล อ้นยานี โปธิสาร และวรัท วิณีจ. (2558). พฤติกรรมตามแนวความคิดการบริโภคที่ยั่งยืนของคณวิทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อการเลือกสถานีบริการน้ำมัน. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม – กันยายน).
- ภานุพงศ์ คงคาน้อย. (2552). การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตพื้นที่จังหวัดจากร กรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- วจนะ ภูพานี .(2555). Consumer's decision making. สืบค้นออนไลน์จาก
<http://www.slideshare.net/kingkongzaa/-11>. (วันที่ 7 มิถุนายน 2560)
- สุรัชณี พันธุ์เมธากุล .(2539). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานี
บริการน้ำมันของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- สุโขทัยธรรมาราช . (2548). รายงานจากวารสารการตลาด และการสื่อสาร ปี ที่1 ฉบับที่2
(เมษายน – มิถุนายน).
- สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ กรมการขนส่งทางบก. (2555). ข้อมูลหมายเลขทะเบียนรถ. (Online).
เข้าถึงได้จาก <https://www.dlt.go.th/site/chiangmai/m-news/4148>
(วันที่เข้าถึง 25 พฤศจิกายน 2561).
- Champ Biz Shop, 2553, เครื่องกำเนิดไฟฟ้าแบบแม่เหล็กถาวร [Online], Available :
http://www.thaihealth.or.th/partner/books_rec/26424. [20 ตุลาคม 2561]
- Hinkle, D.E. (1998). Applied Statistics for the Behavioral Sciences. Boston :
Houghton Mifflin.
- Kotler, P. (1997). Marketing management: analysis, planning implementation and control.
(9th ed). New Jersey: Asimmon &Schuster.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (1996). Principles of Marketing (8th ed). Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip. (2000). Marketing Management. The millennium. Edition. Mew Jersey:
Prentice-Hall.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (1996). Principles of Marketing (8th ed). Prentice-Hall, Inc.
- Yamane, Taro.1973. Statistics: An Introductory Analysis. Third editio. Newyork : Harper and
Row Publication.

ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดเชียงใหม่
เพื่อการแข่งขันในอาเซียน
POTENTIAL AND GUIDELINES FOR DEVELOP IN MARKETING OF
CHIANG MAI AGRICULTURAL COMMUNITIES TO COMPETE IN ASEAN

รัชนิกร ปัญญา

บทคัดย่อ

การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและสนับสนุนด้วยการวิเคราะห์เชิงปริมาณ จากข้อมูลปฐมภูมิของกลุ่มเกษตรกรจำนวน 9 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ SWOT analysis และประเมินผลโดยแบบจำลอง Diamond Model พบว่า ชุมชนเกษตรมีศักยภาพในการพัฒนาตลาดได้ในระดับดีทั้ง 6 ด้าน ปัจจัยการดำเนินงาน เงื่อนไขความต้องการของตลาดการตลาด อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง กลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน รัฐบาล และเหตุสุดวิสัยหรือโอกาส แนวทางในการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน 5 ประเด็น ตามลำดับดังนี้ 1) การตลาดสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกร เป็น การเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยการแลกเปลี่ยนซื้อ-ขายสินค้าเกษตรของกลุ่ม 2) การหาช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเกษตร การส่งมอบสินค้า หรือการบริการสู่กลุ่มลูกค้า 3) การกำหนดราคาสินค้าเกษตร จะเป็นไปตามกลไกราคาท้องตลาดหรือผู้บริโภคซึ่งเน้นคุณภาพและปริมาณ 4) บรรจุภัณฑ์ของสินค้าเกษตรให้เหมาะสมกับราคาสินค้า 5) การจัดวางสินค้าและสถานที่ในการขายสินค้าเกษตร ควรเน้นความสะอาด จัดกลุ่มสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เดียวกัน เพื่อสร้างความน่าสนใจในการดึงดูดลูกค้า

คำสำคัญ : ศักยภาพ,การพัฒนาตลาด,สินค้าเกษตรชุมชน

Abstract

To study and develop the potentiality in marketing of Chiang Mai agricultural communities to compete in ASEAN. It is the qualitative research and supported by quantitative analysis from the primary data of 9 groups of agriculturists. Participatory action research, SWOT analysis and Michael E Porter's diamond model were used in this study.

As a result, the potentiality in marketing of Chiang Mai agricultural communities to compete in ASEAN with good efficiency in 1) Factor condition 2) Demand condition 3) Related and supporting industries 4) Firm strategies, structure and Rivalry 5) Government 6) Chance and 5 items of guidelines were created to develop the marketing of agricultural products so that they can compete in ASEAN. 1) They can move products from producers to consumers by buying and selling which can make profits for them as well as attain the goal's groups. 2) Agriculturists should look for channel of distribution, delivery products and give service for consumers. 3) Agriculturists should make satisfaction for consumers by emphasizing on setting appropriated price 4) packaging of products based on quality, quantity. 5) That placement of products and

place of distribution should be clean with orderliness as well as orderly arrange groups of products in order to attract customers.

Key word: Potential, develop, marketing of agricultural communities

บทนำ

ภายใต้การเข้าร่วมในประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ประเทศไทยได้กำหนดให้ยุทธศาสตร์ประเทศ (Country strategy) ยุทธศาสตร์ที่ 1 ซึ่งให้ความสำคัญ กับการซึ่งไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมแต่จะทำอย่างไรที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเพื่อหลุดพ้นจากประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Growth & competitiveness) ให้ได้และมีวิธีการอย่างไร รัฐบาลได้กำหนดเป้าหมายดังกล่าวคือ นโยบายการส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียนให้เกิดประโยชน์ต่อการเปิดตลาดการค้าเสรี หรือการสร้างตลาดสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพจึงเป็นการเพิ่มมูลค่าการผลิตทางการเกษตรโดยการตอบสนองในด้านรูปร่าง ระยะเวลา และการขนส่งที่ตรงเวลา แต่ในทางปฏิบัติแล้วการตลาดที่ดีมักจะพิจารณาจากความแตกต่างในด้านความรับผิดชอบและรสนิยมของผู้บริโภคเป็นหลักสำคัญ การผลิตแบบอุตสาหกรรมก่อให้เกิดตลาดที่ดี ความหลากหลายของสินค้าเกิดจากความแตกต่างของความชอบและรสนิยมของผู้บริโภค ถ้าหากการกล่าวอ้างนี้เป็นจริง อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าก็ควรทำการผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นและมีการยอมรับต่อการตอบสนองสินค้าที่ผลิต (ไพบุลย์ อรรถนารถ, 2555)

หากมองถึงนโยบายการวิจัยที่ต้องลงสู่ชุมชนท้องถิ่นภายใต้กรอบประชาคมอาเซียนด้านการพัฒนาเศรษฐกิจการเกษตรนั้น จังหวัดเชียงใหม่ ถือว่าได้รับการยอมรับว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการเกษตรในลำดับต้น ๆ ของประเทศไทย ผลของการเปิดอาเซียนก่อให้เกิดปรากฏการณ์ย้ายถิ่นฐานแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานภาคเกษตรในเชียงใหม่อย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่เป็นแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านของไทย ต่อไปในอนาคตเชียงใหม่จะเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจเมื่อมีการเชื่อมโยง North-South Corridor จากทางตอนใต้ของจีน รวมถึง East-West Corridor จากสหภาพเมียนมาร์ ซึ่งเชื่อมต่อกันทางถนน และรถไฟความเร็วสูง นอกจากนั้นเชียงใหม่ยังเป็นศูนย์กลางทางการบิน ในอนุภูมิภาคด้วย การขยายตัวของจังหวัดเชียงใหม่เองที่มีการสร้างเครือข่ายสาธารณูปโภค เช่น ถนนวงแหวน และศูนย์กลางการประชุมนานาชาติ เชียงใหม่จึงมีความพร้อมในการพัฒนาภาคการเกษตรเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้สูงการกระจายตัวของเศรษฐกิจภาคเกษตรจะเกิดประสิทธิภาพในทุก ๆ ด้าน อีกทั้งสำนักงานพาณิชย์เชียงใหม่ สนองนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ เดินหน้าส่งเสริมและพัฒนาตลาดอินทรีย์เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการผลิต การค้าและการบริโภคสินค้าอินทรีย์ในภูมิภาคอาเซียน ด้วยการจัดมหกรรมฟาร์มสุขแฟร์พร้อมกับการเปิดตัวเว็บไซต์เกษตรอินทรีย์เพื่อเจาะตลาดออนไลน์ ส่งผลให้มูลค่าตลาดเกษตรอินทรีย์โลกในปี 58 อยู่ที่ 2.85 ล้านล้านบาท มูลค่าตลาดเกษตรอินทรีย์ของไทยอยู่ที่ 2,332 ล้านบาท มีอัตราการเติบโต 10% ต่อปี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560)

เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกร/ผู้ประกอบการ ยกกระดับความสามารถในการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น อันจะทำให้ประเทศเกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน จังหวัดเชียงใหม่ได้การเปิดตัวเว็บไซต์ www.kasetin-c.com ภายใต้โครงการเกษตรเพื่ออาหารสุขภาพดีวิถีล้านนา โดยมีการลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) ระหว่าง สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ กับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA) และมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อสร้างความร่วมมือด้านเครือข่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านตลาดดิจิทัล ทั้งนี้กระทรวงพาณิชย์ให้ความสำคัญและมั่นนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดอินทรีย์ เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการผลิต การค้าและการบริโภคสินค้าอินทรีย์ในภูมิภาคอาเซียน โดยจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดอินทรีย์ปี 2560-2564 ไว้ 4 ด้าน คือ 1.การสร้างการรับรู้ของผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน 2.ผลักดันมาตรฐานและระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์ 3.พัฒนาและขยายตลาดสินค้าและบริการอินทรีย์ 4.พัฒนาสร้างมูลค่าและบริการอินทรีย์

และกำหนดแผนผลักดันให้มูลค่าตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นแบบเท่าตัว หรือเฉลี่ยเติบโตปีละ 20% เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกร/ผู้ประกอบการ ยกกระดับความสามารถในการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น อันจะทำให้ประเทศเกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้ คณะนักวิจัยจึงได้จัดทำโครงการวิจัยเพื่อทบทวนและวิเคราะห์สถานการณ์ และทิศทางการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ต่อภาคเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ต่อการปรับตัวในอาเซียน โดยจัดทำเป็นโครงการก่อนการวิจัยจริง (Pre-research) เป็นการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนแผนกลยุทธ์ท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ ด้านเศรษฐกิจเกษตร วิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันในอาเซียนต่อภาคเกษตร ปัญหา และอุปสรรคเพื่อให้ได้โจทย์วิจัย การวิจัยครั้งนี้ได้รับความอนุเคราะห์จากที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แทนจากหน่วยงานภาคเกษตรและเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ที่สำคัญคือ กรมส่งเสริมการเกษตร เกษตรอำเภอ และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร รวมถึงกรมพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้การประชุมเชิงปฏิบัติการสามารถสรุปปัญหาที่เกิดขึ้นกับภาคเกษตรของท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่สำคัญ คือ ปัญหาด้านการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ให้มีศักยภาพ เพื่อการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเพื่อเสนอยุทธศาสตร์ในการพัฒนาศักยภาพภาคการเกษตรชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ อันจะนำไปพัฒนาในเชิงนโยบายต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของชุมชนเกษตรในการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรของจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน

วิธีการศึกษา

1. ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง/ผู้เข้าร่วมการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความต้องการเข้าร่วมโครงการ ใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified sampling) จากอำเภอต่าง ๆ ที่สนใจจะเข้าร่วมโครงการทั้งหมด 25 อำเภอ

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีสุ่มแบบเจาะจงตามวัตถุประสงค์ (purposive sampling) มีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 20 ชุมชน คัดเลือกให้เหลือ 9 ชุมชน ที่มีศักยภาพด้านการตลาดสินค้าเกษตร 9 กลุ่ม ดังนี้

ลำดับ	อำเภอ	ตำบล	กลุ่มเกษตรกร
1	สารภี	ทต.หนองแฝก	กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ผู้ปลูกลำไย
2	สารภี	ทต.ชมพู	กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมพู
3	แมริม	อบต.ห้วยทราย	เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์
4	หางดง	ทต.แม่ท่าช้าง	เกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนอินทรีย์
5	สันป่าตอง	ทต.ยุหว่า	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดก๊วยแลหลวง (P.J. ฟาร์ม)
6	สันป่าตอง	อบต.บ้านกลาง	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเกิด
7	สันป่าตอง	อบต.น้ำบ่อหลวง	กลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย
8	แม่ฮ่าย	อบต.บ้านหลวง	กลุ่มเกษตรกรปู้หมื่นลาหู่โฮมสเตย์
9	สันทราย	ทต.หนองหาร	เกษตรกรผู้ปลูกผักไฮโดรโปนิคส์

2. ข้อมูลและเครื่องมือในการวิจัย

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสำรวจ สอบถามและสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกร ทั้ง 9 กลุ่ม
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสาร งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาศักยภาพชุมชนเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ ในประเด็นการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันใน

อาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการเสนอยุทธศาสตร์ในการพัฒนาศักยภาพภาคการเกษตรชุมชน จังหวัดเชียงใหม่

3) ชนิดเครื่องมือการประเมิน แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต และแบบประเมิน ดังนี้

3.1) แบบฟอร์มแสดงความประสงค์เข้าร่วมโครงการ

3.2) แบบฟอร์มเพื่อประเมินคัดกรองผู้เข้าร่วมโครงการ

3.3) แบบฟอร์มวิเคราะห์และประเมินผลในส่วนของผลผลิตใช้แบบสำรวจ Diamond

Model ของ Michael E. Porter

3.4) แบบฟอร์มการประเมิน Focus Group 3 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ภาครัฐ

ภาคเอกชน และภาคชุมชน

3. การวิเคราะห์และประเมินผล

1) ใช้การวิเคราะห์และประเมินผลเชิงระบบ System analysis ประกอบด้วย Input ปัจจัยนำเข้าได้แก่ กลุ่มเป้าหมายของโครงการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการ ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน รวมถึงนักวิจัยที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด Process ได้แก่ กระบวนการต่าง ๆ ในแต่ละกิจกรรม Output ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ด้านการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน ตามตัวชี้วัดของแบบจำลอง Diamond Model ของ Michael E. Porter

2) ขั้นตอนการประเมินผล ในการประเมินผลครั้งนี้จะแบ่งการประเมินผลเป็นสองรูปแบบ คือ การประเมินผลในเชิงปริมาณ และการประเมินผลเชิงคุณภาพ

2.1) การประเมินผลเชิงปริมาณ จะแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ การหาข้อมูลสถิติจากค่าเฉลี่ยการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงในลักษณะของสถิติเชิงพรรณนา และการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาของโครงการประกอบด้วยมิติต่าง ๆ 6 มิติ ได้แก่ (1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition) (2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition) (3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries) (4) กลยุทธ์ขององค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) (5) รัฐบาล (Government) (6) เหตุสุติวิสัย หรือโอกาส (Chance)

2.2) การประเมินผลเชิงคุณภาพ ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพมาประมวล เพื่อยืนยันหรือเสริมข้อมูลเชิงปริมาณให้มีความสมบูรณ์เพิ่มขึ้น

ผลการศึกษา

1. ศักยภาพของชุมชนเกษตรในการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรของจังหวัดเชียงใหม่ การวิเคราะห์และประเมินผล ตามตัวชี้วัดของแบบจำลอง Diamond Model ของ Michael E. Porter ดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์และประเมินผลศักยภาพชุมชนเกษตรในการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร

กลุ่มเกษตรกร	ปัจจัยในการดำเนินงาน	เงื่อนไขความต้องการของตลาด	อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	กลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขัน	รัฐบาล	เหตุสุดวิสัยหรือโอกาส
1.กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ผู้ปลูกลำไย ตำบลหนองแฝก อำเภอสарภี	สมาชิก 47 ครัวเรือน ที่มีพื้นที่ชนิดพันธุ์ความรู้เชี่ยวชาญในการผลิต การเงิน บัญชี	ขายส่งพ่อค้าคนกลางในระดับชุมชน ตามความต้องการของผู้ซื้อมาตรฐาน และคุณภาพ	ไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมของผู้ผลิตและในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	กลุ่มต้องการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการตลาดมาตรฐานสินค้า และไม่ได้รับผลกระทบจากการแข่งขันในประเทศ	ได้รับความช่วยเหลือจากกรมพัฒนาชุมชนและมหาวิทยาลัยแม่โจ้	ผลกระทบจากภัยธรรมชาติ ภัยแล้ง น้ำท่วม ทำให้ได้ผลผลิตที่ลดลง
2.กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่น ตำบลชมพู อำเภอสарภี	สมาชิก 40 ครัวเรือนเป็นการผลิตแบบธรรมชาติ อิงแหล่งน้ำ ผู้ผลิต 12 รายเป็นผู้ผลิตที่ได้รับมาตรฐานการปฏิบัติทางการประมงที่ดี (GAP) และ มี 20 รายที่มีความสามารถในการแปรรูปปลาแดดเดียว	เป็นสินค้าเกษตร (ปลานิล ปลานิลส้ม) ที่มีความปลอดภัยสูง รสชาติดี บรรจุภัณฑ์สุญญากาศ และเป็นการขายล่วงหน้า และขายส่งให้กับมหาวิทยาลัยแม่โจ้ทั้งหมด	ไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมของผู้ผลิตและในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมีตลาดเฉพาะ	กลุ่มต้องการพัฒนาตัวสินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาด รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้า	ได้รับความช่วยเหลือจากกรมวิชาการเกษตร สำนักงานประมงจังหวัดและเทศบาลชุมภู	ไม่มี
3.กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอมะริม	ธุรกิจเกษตรแบบครอบครัว 5 คน บนเนื้อที่ 9 ไร่ อินทรีย์ มีแหล่งน้ำ มีพันธ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่ดี มีความเชี่ยวชาญในการปลูก และเงินทุนเพียงพอ	ผลิตเพื่อบริโภค 1 ส่วนและขายปลีก 4 ส่วน เป็นสินค้าที่มีคุณภาพและการแพ็คสุญญากาศ ขายสินค้าแบบ pre-order ขายสินค้าในชุมชนและมีลูกค้าประจำ	ไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมของผู้ผลิตและในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องยังเป็นธุรกิจขนาดเล็กเน้นคุณภาพสำคัญ	มีความมุ่งหวังพัฒนาสินค้าเกษตรให้ได้คุณภาพสูงไม่ได้รับผลกระทบในการแข่งขันในระดับประเทศ	ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐบาล	ผลกระทบเรื่องภัยแล้งในบางฤดูกาล

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์และประเมินผลศักยภาพชุมชนเกษตรในการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร (ต่อ)

กลุ่มเกษตรกร	ปัจจัยในการดำเนินงาน	เงื่อนไขความต้องการของตลาด	อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	กลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขัน	รัฐบาล	เหตุผลวิสัยหรือโอกาส
4.กลุ่มผู้ปลูกเมล่อนอินทรีย์ ตำบลแม่ท่าช้าง อำเภอบางบาล	ธุรกิจครัวเรือน 4 คน มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปลูกด้วยระบบไฮโดรโปนิกส์ ด้วยระบบน้ำ อุดหนุน และมีประสบการณ์ในการตลาด ประชาสัมพันธ์ สื่อ IT การเงินและการบัญชี	สินค้าจะขายปลีกทั้งหมด ทางอินเทอร์เน็ต และหน้าฟาร์ม 50:50 และทำเป็นน้ำเมล่อน สกัดเย็น เงื่อนไขการขาย ตามคาดการณ์ล่วงหน้า และผู้ซื้อจะต้องโอนเงินค่าสินค้าก่อนรับสินค้าทำการจัดส่งสินค้าโดยบริษัท เคอรี่	มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง 1. สถานที่ตั้งฟาร์มในเมือง 2. สายพันธ์เมล่อนเป็นสายพันธ์ญี่ปุ่นแท้ 3. การผลิตที่เน้นคุณภาพ	ต้องการพัฒนาพื้นที่ฟาร์มสู่การท่องเที่ยว การเกษตรด้านคู่แข่งมีมากขึ้นและแข่งขันในด้านราคาที่ถูกกว่า	ไม่ได้รับความช่วยเหลือ	ไม่ได้รับผลกระทบ
5.กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตเห็ดแก้วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง	มีจำนวนสมาชิกกลุ่ม 7 คน ที่มีทักษะและความชำนาญทั้งด้านการผลิต บริหารจัดการ ตลาด การบัญชี มีองค์ความรู้และงานวิจัยเชิงวิชาการรองรับ	สินค้าเกษตรจะขายส่งร้อยละ 60 ขายปลีก ร้อยละ 40 มีเงื่อนไขในการซื้อขายมีการจ่ายมัดจำล่วงหน้าและขายเงินสด และทำสินค้าแปรรูปเห็ด ที่ได้มาตรฐาน GAP และ ออ.	ไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิตและในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าประจำ	ต้องการทำสินค้าภายใต้ตราสินค้าของตนเองออกสู่ตลาดอย่างยั่งยืน มีรายได้ที่เมื่อนอนและแข่งขันคุณภาพสินค้าได้	ได้รับการพัฒนาความรู้จากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กรมพัฒนาชุมชน	มีคำสั่งซื้อสินค้าจากราย MK และสิงคโปร์ แต่ไม่มีกำลังการผลิตที่มากพอ
6.กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเกิด	มีสมาชิก 67 คน สมาชิกผู้นำ 5 คน มีความเชี่ยวชาญในทักษะทางด้านการผลิต การควบคุมมาตรฐาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด	สินค้าแปรรูปจะขายส่งร้อยละ 100 มีลูกค้าประจำที่โรงแรม ร้อยละ 70 ขายในท้องตลาด ร้อยละ 20 ขายทั่วไปร้อยละ 10 การซื้อขายเป็นเงินสด	มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากมีตลาดหลักในการขายสินค้าของตนเอง	ความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก มีคู่แข่งใน ตลาดมาก	ได้รับความช่วยเหลือด้านความรู้ จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ องค์การอาหารและยา สาธารณสุข เชียงใหม่ สหกรณ์จังหวัดและสำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่	ไม่มี

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์และประเมินผลศักยภาพชุมชนเกษตรกรในการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร (ต่อ)

กลุ่มเกษตรกร	ปัจจัยในการดำเนินงาน	เงื่อนไขความต้องการของตลาด	อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	กลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขัน	รัฐบาล	เหตุผลวิสัยหรือโอกาส
7.กลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัยตำบลน้ำป่อหลวง อำเภอสันป่าตอง	มีสมาชิก 20 คน ที่มีความเชี่ยวชาญในการการผลิต ลำไยพันธุ์อีดอ ตั้งแต่การปลูก การดูแล ให้อปุ๋ย ตัดแต่งกิ่ง และเก็บเกี่ยว ผลผลิต	สินค้าเกษตรของกลุ่มจะขายส่ง โรงงานรับซื้อ ลำไยทั้งหมด เงื่อนไขการซื้อ ขายเป็นแบบวันต่อวัน ราคาของสินค้าขึ้นกับกลไกตลาด	ไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมและผู้ผลิตและในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมีตลาดเฉพาะของกลุ่ม	ไม่มีการแข่งขันในตลาดสินค้าในระดับชุมชนและประเทศ	ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล	ราคาสินค้าตกต่ำจากกลไกตลาดและสภาพอากาศที่ในฤดูการผลิตลำไย
8.กลุ่มเกษตรกรปูหมื่นลำหู่โฮมสเตย์	สมาชิกกลุ่ม 250 คน เป็นชาวเขาเผ่าลาหู่ ที่มีความรู้เชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการปลูกชา เก็บชา และแปรรูปชา พื้นที่มีความเหมาะสมในพื้นที่สูง มีแหล่งน้ำสภาพอากาศที่ดี	สินค้าของกลุ่มขายปลีกทั้งหมด ซึ่งจะขายที่โรงแรมภูมณี และ กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ เป็นหลัก	ไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมและผู้ผลิตและในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมีตลาดเฉพาะของกลุ่ม	การพัฒนาสินค้าควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไม่ได้รับผลกระทบในประเด็นการแข่งขันในประเทศ	ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ	ปัญหาการสื่อสารเนื่องจากเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไม่สามารถพูดภาษาไทยและอังกฤษ และคนรุ่นใหม่ออกไปทำงานนอกพื้นที่
9.เกษตรกรผู้ปลูกผักไฮโดรโปนิคส์	เป็นธุรกิจในครัวเรือน จำนวนสมาชิก 5 คน มีความชำนาญในการปลูกและระบบการดูแล มีความชำนาญในการขาย ตลาดสินค้าการบัญชี	สินค้าเกษตรจะขายส่งให้กับผู้ซื้อ รายใหญ่ร้อยละ 80 และขายปลีกให้ผู้ซื้อรายย่อย ร้อยละ 20	ไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมและผู้ผลิตและในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมีตลาดเฉพาะของกลุ่ม	ต้องการผลิตผักไฮโดรโปนิคส์ให้เป็นอาชีพหลัก และมีตลาดรองรับสินค้าที่ยั่งยืน ไม่ได้รับผลกระทบการแข่งขัน	ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย	สภาพอากาศและความชื้นที่เป็นปัญหาต่อผลผลิต

การวิเคราะห์ศักยภาพที่เป็นจุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและจุดอ่อนของกลุ่มเกษตรกร ในการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรวิเคราะห์ในภาพรวมของทั้ง 9 กลุ่ม พบว่า

ประเด็นศักยภาพด้านจุดแข็งของกลุ่มเกษตรกร พบว่า ประเด็น จุดแข็งที่สำคัญที่สุดของกลุ่มเกษตรกรทั้งหมด 9 กลุ่มเกษตรกร ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญในการการผลิต การตลาด การจัดการบัญชี และการประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมา คือ การตลาดสินค้าของกลุ่มมีการใช้เทคโนโลยี (ระบบอินเทอร์เน็ต, เว็บไซต์ และไลน์) และใช้ในการบริหารจัดการของกลุ่มด้วย มีจำนวน 5 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 17.86 สินค้าได้รับการรับรองมาตรฐานชั้นปลอดภัย มีจำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 14.29 ผู้นำและเกษตรกรมีความเข้มแข็ง มีความสามัคคีกันภายในกลุ่ม มีจำนวน 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 10.71 สินค้า

เกษตรกรมีคุณภาพ มีความปลอดภัยสูง โดยจะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพทุกครั้งก่อนนำไปจำหน่าย มีจำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.41 การทำเกษตรในระบบอินทรีย์แบบครบวงจร กลุ่มมีการจัดการขั้นตอนในการผลิตสินค้าเกษตรที่ดีและครบวงจร สินค้ามีความได้เปรียบในเรื่องของสายพันธุ์ที่ใช้การเพราะปลูกการผลิตสินค้าเน้นคุณภาพและความสะอาดของฟาร์ม เกษตรกรสามารถควบคุมขนาดของผลผลิตให้มีขนาดที่ใกล้เคียงกัน และพื้นที่เกษตรมีความโดดเด่นด้านความสมบูรณ์ของธรรมชาติ ประวัติความเป็นมาของสินค้าที่น่าสนใจ และผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มเกษตรกรมีคุณภาพ รสชาติที่หลากหลาย และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่ม มีจำนวนกลุ่มเกษตรกรเท่ากัน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 3.57

ประเด็นศักยภาพด้านโอกาสของกลุ่มเกษตรกร พบว่า ประเด็นโอกาสที่สำคัญที่สุดของกลุ่มเกษตรกรจากทั้งหมด 9 กลุ่มเกษตรกร ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรมีหน่วยงานที่คอยให้ความช่วยเหลือทั้งด้านความรู้และเงินทุน มีจำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมา คือ สินค้าเกษตรของกลุ่มมีตลาดรองรับในการจัดส่ง และมีตลาดที่หลากหลาย และสินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการทั้งในระดับประเทศและกลุ่มลูกค้าประจำ มีจำนวนกลุ่มเกษตรกรเท่ากัน 5 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 27.78

ประเด็นจุดอ่อนของกลุ่มเกษตรกร พบว่า ประเด็นจุดอ่อนที่สำคัญที่สุดของกลุ่มเกษตรกรทั้งหมด 9 กลุ่มเกษตรกร ได้แก่ กลุ่มยังไม่มีความสามารถในการควบคุมปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ มีจำนวน 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมา คือ เกษตรกรยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่อง การจัดการฟาร์ม สินค้าของกลุ่มมีข้อจำกัดในความหลากหลายของตัวสินค้าให้เข้ากับแต่ละกลุ่มลูกค้า พื้นที่ทำการเกษตรเหมาะแก่การปลูกพืชแต่ปริมาณน้ำยังมีไม่เพียงพอ และเกษตรกรยังขาดการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ มีจำนวนกลุ่มเกษตรกรเท่ากัน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 9.09

ประเด็นอุปสรรคของกลุ่มเกษตรกร พบว่า ประเด็นอุปสรรค ที่สำคัญที่สุดของกลุ่มเกษตรกรทั้งหมด 9 กลุ่มเกษตรกร ได้แก่ สินค้าเกษตรของกลุ่ม มีความต้องการในระดับชุมชน และตลาดสินค้ายังไม่กว้าง และการตลาดมีการแข่งขันกันในพื้นที่สูง ทั้งด้านราคาและปริมาณ และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น มีจำนวนเกษตรกรเท่ากันจำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ เกษตรกรขาดอำนาจในการต่อรองราคาจากพ่อค้าคนกลาง มีจำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 25.00

2. แนวทางการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนทั้ง 9 กลุ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียนโดยใช้แบบจำลอง Diamond Model ของ Michael E. Porter เพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน มีทั้งหมด 5 ประเด็น ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1) การตลาดสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยการแลกเปลี่ยนซื้อ-ขายสินค้าเกษตรของกลุ่มผ่านเครื่องมือทางการตลาดที่จะทำให้สินค้าเกษตรนั้นไปถึงมือของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภคและกลุ่มเกษตรกรยังคงต้องมีเป้าหมายของกลุ่มเพื่อสร้างกำไรและในขณะเดียวกันก็ต้องสามารถทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มนั้นด้วย ทั้งนี้กลุ่มเกษตรกรต้องมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่เหมือนกันโดยสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ ระดมความคิด การหาแนวทางการแก้ปัญหา ร่วมกัน เพื่อร่วมมือกันสร้างความแข็งแกร่งโดยเฉพาะการต่อรองราคากับผู้ซื้อ มีจำนวนกลุ่มเกษตรกรทั้งหมด 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 26.92

2) รองลงมา คือ การหาช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเกษตร การส่งมอบสินค้า หรือ การบริการสู่กลุ่มลูกค้า โดยกลุ่มเกษตรกรจำเป็นต้องศึกษาหาช่องทางการตลาดให้มากขึ้น เช่น ขายปลีก ขายส่ง ขายออนไลน์ สร้างเว็บเพจ และ เฟสบุ๊ค และการออกร้านงานต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และเพิ่มยอดขายสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรในช่องทางที่หลากหลายยิ่งขึ้น มีจำนวนกลุ่มเกษตรกรทั้งหมด 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 23.08

3) การกำหนดราคาสินค้าเกษตร จะเป็นไปตามกลไกราคาท้องตลาดหรือตามความพึงพอใจของผู้ซื้อ โดยผู้ซื้อจะเห็นว่าราคาสินค้ามีราคาเหมาะสมและมีคุณภาพ ดังนั้นกลุ่มเกษตรกรต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคซึ่งเน้นคุณภาพและปริมาณและบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเกษตรให้เหมาะสมกับราคาสินค้านั้น ๆ และผลิตภัณฑ์สินค้า

เกษตรกรควรมีบรรพบุรุษที่สวຍงามเหมาะสมกับตัวสินค้า การแปรรูป ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าเกษตรและยังสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการได้อีกด้วย มีจำนวนเท่ากับ 5 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 19.23

5) การจัดวางสินค้าเกษตรและสถานที่ในการขายสินค้าเกษตร ควรเน้นความสะดวกเป็นระเบียบเรียบร้อย จัดกลุ่มสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เดียวกัน เพื่อสร้างความน่าสนใจในการดึงดูดลูกค้า มีจำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 11.54

อภิปรายผล

การวิจัยศักยภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน อาศัยแนวคิดกระบวนการวิเคราะห์ SWOT ของนันทิยา หุตานุกูวตรและคณะ (2546) ในการวิเคราะห์จุดแข็ง โอกาส จุดอ่อน และอุปสรรคของกลุ่มเกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 9 กลุ่มเกษตรกร ซึ่งการวิจัยพบว่า จุดแข็งของกลุ่มเกษตรกรที่สำคัญ คือ กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต การตลาด การจัดการบัญชี และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ (กาญจนา สุระ ,2551 และกมลทิพย์ คำใจ,2551) เห็นว่าคนในชุมชนที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถใช้กระบวนการจัดการเรียนรู้ (LM) และมีการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องจะช่วยเพิ่มศักยภาพและยกระดับการพัฒนาชุมชนทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมในชุมชนตนได้ ด้านโอกาสที่สำคัญ คือ กลุ่มเกษตรกรมีหน่วยงานที่คอยให้ความช่วยเหลือทั้งด้านความรู้และเงินทุน ดังงานของวีระศักดิ์ สมยานะ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง การจัดการการเรียนรู้เพื่อสร้างและพัฒนา นักวิจัย ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักวิจัยท้องถิ่นประจำตำบลจะประจำที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งจะคอยให้ความช่วยเหลือ และวิจัยงานต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้จริงในพื้นที่ แต่กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมยังมีจุดอ่อนที่สำคัญ คือ กลุ่มยังไม่มีความสามารถในการควบคุมปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ และมีอุปสรรคที่สำคัญ คือ สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับชุมชน และตลาดสินค้ายังไม่กว้าง และการตลาดมีการแข่งขันกันสูงในพื้นที่ ทั้งด้านราคาและปริมาณ และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

จากการวิเคราะห์และประเมินผลปัจจัยในการดำเนินงานและปัจจัยทางการตลาด พบว่า เกษตรกรสามารถผลิต สินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับภูมิภาคอาเซียนได้ การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรควรมุ่งเน้นไปที่การให้ความรู้และการจัดการการเกษตรที่มีมาตรฐานและคุณภาพในระดับสากลมากขึ้นและเน้นนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ แต่จุดอ่อนที่สำคัญคือ เกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในวัยที่สูงอายุ อีกทั้งยังขาดแคลนแรงงานและผู้สืบทอดอาชีพเกษตรกร การสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่จึงมีความสำคัญและจำเป็นอยู่มาก รวมทั้งงานของ ดวงกมล บุรณสมภพ (2557) ที่กล่าวถึงประเทศไทยมีทั้งพันธุ์พืช สัตว์ที่หลากหลาย ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมโดยใช้หลักความสมดุลตามธรรมชาติภายใต้การเกษตรตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับการบริหารจัดการระบบการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดผลผลิตที่ปลอดภัยต่อสุขอนามัยของทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม ทั้งยังเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตที่มีคุณภาพแก่ผู้บริโภคภายในประเทศและการผลิตเพื่อการส่งออกให้มีประสิทธิภาพได้ดี กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2556) ซึ่งจะส่งผลไปยังเงื่อนไขทางการตลาด ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าเกษตรไทยในประชาคมอาเซียน ยังมีแนวโน้มที่ดีเนื่องจากสินค้า เกษตร สามารถพัฒนาให้เป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพและมาตรฐานได้ เช่น ข้าว ลำไย กาแฟ ในขณะที่มีบางสินค้าสามารถพัฒนาไปสู่การแข่งขัน ในระดับอาเซียนได้เช่นกัน สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยการผลิตยังคงมีราคาสูง ปัญหาผลผลิตต่อไร่ต่ำ ค่าจ้าง แรงงานที่สูง เกษตรกรและผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้น ด้วยการลดต้นทุนการผลิต การใช้ปัจจัยการผลิตอย่างเหมาะสม เช่น การใช้ปุ๋ยให้เหมาะสมกับสภาพดิน และการใช้เครื่องจักรกลการเกษตร ทดแทนแรงงาน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการนำงานวิจัยและพัฒนาของภาครัฐไปใช้ประโยชน์รวมทั้งต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือเรื่องการตลาดเข้า ด้านการวิเคราะห์และประเมินผลโดยใช้แบบจำลอง Diamond Model ของ Michael E. Porter และแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีปัจจัยส่งเสริมและท้าทายสู่ความเป็นเลิศต่อการพัฒนาทางการตลาดสินค้าเกษตร ประกอบไปด้วย 1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition) 2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition) 3) อุตสาหกรรมที่

เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries) 4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry) 5) รัฐบาล (Government) และ 6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance) ทำให้นักวิจัยเห็นถึงศักยภาพของชุมชนในแต่ละแห่ง และทราบแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน ทั้งหมด 5 ประเด็น ซึ่งประเด็นที่สำคัญที่สุด คือ การตลาดสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรเป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคโดยการแลกเปลี่ยนซื้อ-ขายสินค้าเกษตรของกลุ่มผ่านเครื่องมือทางการตลาดที่จะทำให้สินค้าเกษตรนั้นไปถึงมือของผู้บริโภค และกลุ่มเกษตรกรต้องมีเป้าหมายของกลุ่มเพื่อสร้างกำไร ทั้งนี้กลุ่มเกษตรกรต้องมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่เหมือนกันเพื่อร่วมมือกันสร้างความแข็งแกร่ง โดยการศึกษาของดวงกมล บุณสมภพ (2557) เรื่อง กลยุทธ์ใหม่สำหรับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย กล่าวว่า อีกหนึ่งกลยุทธ์ในการพัฒนาด้านการเกษตรไทยคือ การเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการตลาดของสินค้าเกษตรไทย ทั้งนี้ งานวิจัยของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2556) ที่กล่าวถึงการดันตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยไปยังตลาดโลก ซึ่งความต้องการในสินค้านี้มีมากโดยเฉพาะในสหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา เกษตรกรจึงควรพัฒนาสินค้าเกษตรของตนให้ได้มาตรฐานเพื่อเพิ่มตลาดสินค้าเกษตรของไทยให้กว้างมากยิ่งขึ้น ซึ่งการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ถือเป็นทางเลือกที่สำคัญในการพัฒนาสินค้าและการตลาด

ข้อเสนอแนะ

1. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรในภาพรวมเกษตรกรควรได้รับการพัฒนาและได้รับการส่งเสริมสนับสนุนในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้ 1) สนับสนุนและส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกร เช่น สหกรณ์ การเกษตร เพื่อปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ของผู้ผลิตในประเทศ 2) ให้ความสำคัญต่อการสร้างอัตลักษณ์สินค้าเกษตรไทยที่มีคุณภาพมาตรฐานเพื่อการส่งออก 3) กำหนดตัวชี้วัดศักยภาพในการแข่งขันด้านการเกษตรของไทย 4) เสริมสร้างความเข้มแข็งในการบังคับใช้มาตรฐานกลางสินค้าเกษตรที่มีอยู่แล้วให้มี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 5) บริหารจัดการอุปทานและอุปสงค์สินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการบริโภค ในประเทศและเพื่อการส่งออก 6) ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและช่วยเพิ่มผลิตภาพ การผลิต เช่น Zero Waste 7) สนับสนุนการดำเนินการตามแผนพัฒนาด้านเกษตรอินทรีย์
2. การกำหนดพื้นที่หลังจากนั้นทำการคัดเลือกชุมชนที่มีศักยภาพในการแข่งขันประชาคมอาเซียนด้านการตลาดของสินค้าเกษตร เพื่อนำมาเป็นตัวแทนของชุมชนในการวางแผนการพัฒนาการเกษตรด้านการตลาดสินค้าเกษตร บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในจังหวัดเชียงใหม่ และในระยะต่อไป การวิจัยควรบูรณาการการทำงานกับชุมชนนอกจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายของการขยายผลการวิจัยให้เกิดประโยชน์ของการนำไปใช้ให้มากขึ้น รวมถึงการวางแผนการพัฒนาการตลาดของสินค้าเกษตรร่วมกับชุมชนในประเทศอาเซียนทั้ง 9 ประเทศ เพื่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าเกษตรอย่างยั่งยืนและเกิดประโยชน์ร่วมกันมากที่สุด
3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาผลกระทบของประชาคมอาเซียนที่มีต่อกลุ่มเกษตรกรชุมชนท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการตลาดสินค้าเกษตรของทุกชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่

เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ คำใจ. (2552). รายงานการวิจัยการจัดการการเรียนรู้เพื่อสร้างแผนชุมชนในการยกระดับการพัฒนาท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ จารากหญ้าสุรากแก้ว. โครงการ วิจัยงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2558
- กาญจนา สุระ. (2551). การจัดการเรียนรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ต่อการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมของภาคชนบทและชุมชนเมืองจังหวัดเชียงใหม่. โครงการ วิจัยงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2558

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2556). “ยุทธพงศ์” ขุนโยบายพัฒนาเกษตรกรสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานตามความต้องการของผู้บริโภค. ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์: กรุงเทพมหานคร.
- ดวงกมล บุรณสมภพ (2557). กลยุทธ์ใหม่สำหรับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (ออนไลน์). แหล่งที่มา <http://th.aectourismthai.com/content1/2442>
- นันทิยา หุตานวัตร. (2546). SWOT การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน: คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา. (ออนไลน์). แหล่งที่มา <http://www.jit-jai-d.blogspot.com/2007/08/swot.html>
- วีระศักดิ์ สมยานะ (2551). การจัดการการเรียนรู้เพื่อสร้างและพัฒนานักวิจัยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- ไพบุลย์ อรัญนารถ. (2555). การตลาดที่ดีตามอุดมคติ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา www.paiboonrayong.com/articles/385785/igetweb
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2559). นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8. (ออนไลน์). แหล่งที่มา <https://www.kmutt.ac.th/rippc/nrct59/14a3.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). ฮับเกษตรอินทรีย์ย่านอาเซียน. (ออนไลน์). แหล่งที่มา <https://www.organic.moc.go.th>
- Bryson, John M. (1995). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organization: A Guide to Strengthening Organization Achievement*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง
ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
CONSUMER BEHAVIORS AND FACTORS AFFECTING BUYING SECOND-HAND
MOTORCYCLES OF CONSUMERS IN MAE KHAM SUB-DISTRICT MUNICIPALITY,
MAE CHAN DISTRICT, CHIANG RAI PROVINCE

วนันญา ตะสุข¹
ณัฐกิตติ์ เสงตรระกุล²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย และ (4) ศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ ค่าสถิติทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความแตกต่างรายคู่

ผลการศึกษา พฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองที่มีคุณสมบัติประสิทธิภาพดี ขับเคลื่อนเร็ว โดยซื้อเพื่อวัตถุประสงค์ใช้เป็นยานพาหนะในครอบครัว ซึ่งผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อคือครอบครัว/ญาติพี่น้อง และจะซื้อในโอกาสเมื่อมีความจำเป็นต้องใช้งาน โดยซื้อจากร้านจำหน่ายทั่วไป ด้วยเงินสด สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภค พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับคือ ด้านบุคลิกภาพมีอรรถยาศัยดีและพูดจาสุภาพ ด้านผลิตภัณฑ์มีสภาพดีและเครื่องยนต์ดี ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวกและร้านมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ ด้านกระบวนการต้องให้บริการถูกต้องและรวดเร็ว ด้านลักษณะทางกายภาพมีการจัดสินค้าให้เห็นชัดเจน ด้านราคามีราคาให้เลือกหลากหลาย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีการรับประกันสินค้าและมีบริการหลังการขาย

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ควรมีส่วนซ่อมมีมือดีประจำร้าน ควรจัดรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ ควรตรวจสอบสินค้าอย่างละเอียดก่อนจำหน่าย ควรมีการรับประกันสินค้า และมีบริการหลังการขาย

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, รถจักรยานยนต์มือสอง

¹ นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาวิชาการบริหารการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Abstract

The purposes of this study were to (1) study consumers' behaviors in buying second-hand motorcycles in Mae Kham Sub-district Municipality, Mae Chan District, Chiang Rai Province, (2) study the factors affecting consumers' buying decisions of second-hand motorcycles in Mae Kham Sub-district Municipality, Mae Chan District, Chiang Rai Province, (3) study the relationship between personal factors and buying behaviors of second-hand motorcycles of consumers in Mae Kham Sub-district Municipality, Mae Chan District, Chiang Rai Province, and (4) study the differences between personal factors and factors affecting consumers' buying decisions of second-hand motorcycles in Mae Kham Sub-district Municipality, Mae Chan District, Chiang Rai Province. The samples of this study comprised totally 400 people. The instrument used for data collection was questionnaires. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, Chi-square analysis, t-test statistics, one-way analysis of variance, and multiple comparisons. The results of the study were as follows:

According to the study on consumers' behaviors in buying second-hand motorcycles, it was found that most of them wanted to buy second-hand motorcycles because of good performance and speedy. The purpose of buying a second-hand motorcycle was to be used as a family vehicle. The participants in buying decisions were the family / relatives. They will buy on the occasion when it was needed to use and buy from general shops with cash. The factors affecting consumers' buying decisions of second-hand motorcycles, it was indicated that the overall picture was at a high level in all aspects respectively as follows, the staff were friendly and polite. The products were in good conditions and had good engines. The distribution channel was conveniently located, and the shop was famous, credible, and reliable. The process of the services must be accurate and quick. In term of the physical characteristics the products were clearly visible. In term of the price there was a variety of prices. And the marketing promotion had a product warranty and after-sales service.

The respondents also provided additional suggestions that a skilled motorcycle mechanic should be employed regularly in the shop. A very attractive sale promotion should be offered for consumers and the products should be checked thoroughly before selling. And there should be a product warranty and after-sales service.

Keywords: Decision Making, Second-hand Motorcycles

บทนำ

ในชีวิตประจำวันของมนุษย์มักจะต้องมีการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งระยะทางใกล้และไกล ซึ่งสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้มนุษย์สามารถเดินทางไปไหนมาไหนได้อย่างสะดวกและถึงที่หมายได้อย่างรวดเร็ว ก็คือการใช้ยานพาหนะในการเดินทาง ปัจจุบันมนุษย์มียานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางหลากหลายประเภท อาทิเช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถจักรยาน รถไฟ เครื่องบิน เรือ ฯลฯ ซึ่งยานพาหนะแต่ละชนิดก็จะมี การนำไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันตามระยะทางที่ต้องเดินทาง รถจักรยานยนต์ถือเป็นยานพาหนะประเภทหนึ่งที่ มนุษย์นิยมนำมาใช้กันมากในชีวิตประจำวันเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง สำหรับระยะทางที่ไม่ไกลมากนัก

ด้วยเหตุผลเพราะเป็นยานพาหนะที่มีขนาดพอเหมาะ สามารถใช้งานไปในพื้นที่ต่างๆ ได้อย่างคล่องตัว รวมถึงมีราคาที่ไม่แพงมากนัก

เทศบาลตำบลแม่คำ อยู่ในเขตของตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ยกฐานะขึ้นมาจากความเป็นสุขาภิบาล มีหมู่บ้านในเขตเทศบาลจำนวน 6 หมู่บ้าน มีประชากรรวมทั้งสิ้นประมาณ 4,766 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพทำการเกษตร ทำนา และปลูกพืชผักสวนผสม (ข้อมูลทั่วไปเทศบาลตำบลแม่คำ, <http://www.tessabanmaekham.go.th/index.php/detail/menu/1/2,2559>) ด้วยความที่ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือเกษตรกรรม จึงมีรายได้ไม่มากนัก รถจักรยานยนต์จึงถือเป็นยานพาหนะที่ประชากรส่วนใหญ่เลือกใช้งานในชีวิตประจำวัน เป็นตัวเลือกที่เหมาะสมกับผู้บริโภคที่มีรายได้จำกัด ด้วยราคาที่ถูกลงกว่ารถจักรยานยนต์ใหม่ และรถบางรุ่นที่ไม่มีการผลิตเพิ่มขึ้นแล้วก็สามารถหาซื้อได้จากมือสอง จากการสำรวจร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์มือสองภายในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย พบว่า ส่วนใหญ่จำหน่ายรถจักรยานยนต์หลากหลายยี่ห้อ เช่น ฮอนด้า ยามาฮ่า คาวาซากิ ซูซูกิ ฯลฯ ส่วนราคาขายก็มีหลากหลายราคาขึ้นอยู่กับรุ่นแต่ละรุ่น แต่ละยี่ห้อ มีทั้งการขายแบบเงินสดและเงินผ่อน โดยส่วนใหญ่จะตั้งร้านอยู่ติดถนนใหญ่ เพื่อให้ลูกค้าเห็นชัดเจนและเดินทางสะดวก ในส่วนของการส่งเสริมการตลาดก็จะมีโปรโมชั่นทางวิทยุชุมชน มีการแถมหมวกกันน็อค เสื้อแจ็คเก็ต ในส่วนของพนักงานขายก็จะพูดเก่ง ให้ข้อมูลเรื่องรถได้ดี ในส่วนของกระบวนการให้บริการก็จะอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่และรวดเร็ว และในส่วนของสถานที่ให้บริการก็จะมีความสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ

ในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำส่วนใหญ่จะเลือกซื้อรถที่แข็งแรง ทนทานต่อการใช้งาน ใช้งานได้หลายๆ ปี มีราคาไม่สูงมากเกินไป โดยจะเลือกซื้อจากร้านใกล้บ้าน ที่มีรถให้เลือกหลายยี่ห้อ หลายราคา มีการให้ส่วนลด ให้ของแถมต่างๆ รวมถึงชอบพนักงานที่พูดคุยเก่ง อธิบายดี ให้บริการที่รวดเร็ว และร้านสะอาด เป็นระเบียบ นำเข้าไปใช้บริการ

จากความสำคัญข้างต้น ผู้ศึกษาจึงทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภค และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ โดยผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการจำหน่ายรถจักรยานยนต์มือสองนำไปเป็นแนวทางพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับธุรกิจตนเอง และให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย

ระเบียบวิธีการศึกษา

ประชากร ได้แก่ ผู้ซื้อรถจักรยานยนต์มือสองที่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัด เชียงราย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ซื้อรถจักรยานยนต์มือสองที่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัด เชียงราย ซึ่งไม่มีการบันทึกจำนวนไว้อย่างชัดเจน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite Population) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% (กฤษณี เวชสาร, 2546 : 192) จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล จะประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการนำข้อมูลที่ได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) และนำมาคำนวณวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

1. การคำนวณหาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ซึ่งข้อความมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จะใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) โดยสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
2. การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภค ตอนที่ 2 ซึ่งข้อความมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จะใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) โดยสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
3. การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภค ตอนที่ 3 ซึ่งข้อความมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จะใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) (กฤษณี เวชสาร, 2546 : 122)
4. การคำนวณหาข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภค โดยใช้วิธีหาค่า Chi-Square
5. การคำนวณหาข้อมูลความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภค โดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ เพศ ใช้สถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม คือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่

ผลการศึกษา

1. พฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 51 ปีขึ้นไป มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีอาชีพเป็นเกษตรกรและรับจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และส่วนใหญ่มีรถจักรยานยนต์ไว้ในครอบครอง 1 คัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองที่มีคุณสมบัติประสิทธิภาพดี ขับเคลื่อนเร็ว โดยซื้อเพื่อวัตถุประสงค์ใช้เป็นยานพาหนะในครอบครัว ซึ่งผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อคือครอบครัว/ญาติพี่น้อง และจะซื้อในโอกาสเมื่อมีความจำเป็นต้องใช้งาน โดยซื้อจากร้านจำหน่ายทั่วไป ด้วยเงินสด

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย พบว่า ภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านบุคลากร รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถสรุปผลแต่ละด้านดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.94 และ S.D. เท่ากับ 0.874)เมื่อพิจารณารายข้อ ส่วนใหญ่เห็นว่ารถจักรยานยนต์มือสองต้องมีสภาพดี เครื่องยนต์ดี รองลงมาคือใช้งานง่าย ปลอดภัย ประหยัดน้ำมัน และน้อยที่สุดคือรูปปลั๊กซวยงาม ทันสมัย

2.2 ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.80 และ S.D. เท่ากับ 0.854) ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ส่วนใหญ่เห็นว่ารถจักรยานยนต์มือสองต้องมีราคาให้เลือกหลากหลาย รองลงมาคือมีราคาเหมาะสมกับสภาพรถ และน้อยที่สุดคือมีราคาขายต่อดี

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 และ S.D. เท่ากับ 0.795) ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ส่วนใหญ่เห็นว่าร้านต้องมีทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก และร้านมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ รองลงมาคือร้านมีหลายสาขา หาได้ง่าย และมีเวลาเปิด-ปิดร้านเหมาะสม และน้อยที่สุดคือร้านมีที่จอดรถสะดวก เพียงพอ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.73 และ S.D. เท่ากับ 0.941) ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ส่วนใหญ่เห็นว่าต้องมีการรับประกันสินค้า และมีบริการหลังการขาย รองลงมาคือมีพนักงานขายแนะนำ ให้ข้อมูล และน้อยที่สุดคือมีการโฆษณาผ่าน เช่น วิทยุ เป็นต้น

2.5 ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.9 และ S.D. เท่ากับ 0.816) ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ส่วนใหญ่เห็นว่าพนักงานต้องมีอัธยาศัยดี พูดจาสุภาพ รองลงมาคือสนใจ เอาใจใส่ ให้เกียรติลูกค้า และมีความพร้อมให้บริการ และน้อยที่สุดคือพนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญ

2.6 ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 และ S.D. เท่ากับ 0.871) ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ส่วนใหญ่เห็นว่า การให้บริการต้องถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือขั้นตอนการซื้อต้องไม่ซับซ้อน และน้อยที่สุดคือติดตาม ดูแลลูกค้าสม่ำเสมอ

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 และ S.D. เท่ากับ 0.841) ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ส่วนใหญ่เห็นว่าร้านต้องจัดสินค้าให้เห็นอย่างชัดเจน รองลงมาคือมีศูนย์ซ่อมอยู่ใกล้ร้านจำหน่าย และน้อยที่สุดคือร้านมีขนาดใหญ่ กว้างขวาง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย พบว่า

3.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ด้านผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ และวิธีการซื้อ ส่วนด้านคุณสมบัติที่สำคัญในการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ช่วงเวลาในการซื้อ และสถานที่ซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ด้านคุณสมบัติที่สำคัญในการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ส่วนด้านช่วงเวลาในการซื้อ สถานที่ซื้อ และวิธีการซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.3 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ด้านคุณสมบัติที่สำคัญในการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ และวิธีการซื้อ ส่วนด้านผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ช่วงเวลาในการซื้อ และสถานที่ซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.4 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ด้านคุณสมบัติที่สำคัญในการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ช่วงเวลาในการซื้อ และวิธีการซื้อ ส่วนด้านผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ และสถานที่ซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ด้านคุณสมบัติที่สำคัญในการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ สถานที่ซื้อ และวิธีการซื้อ ส่วนด้านผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ และช่วงเวลาในการซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย พบว่า

4.1 เพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 อายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจำหน่าย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4 อาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสอง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองที่มีคุณสมบัติประสิทธิภาพดี ขับเคลื่อนเร็ว โดยซื้อเพื่อวัตถุประสงค์ใช้เป็นยานพาหนะในครอบครัว ซึ่งผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อคือครอบครัว/ญาติพี่น้อง และจะซื้อในโอกาสเมื่อมีความจำเป็นต้องใช้งาน โดยซื้อจากร้านจำหน่ายทั่วไป ด้วยเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุนทรี คณวิวัฒน์กุล (2547 : 119) ที่ศึกษาเรื่องสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ผู้บริโภคซื้อรถจักรยานยนต์ประเภทรถครอบครัวมากที่สุด ซื้อจากร้านตัวแทนจำหน่ายโดยทั่วไป โดยใช้เงินสด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัญจวน วรรณภีระ (2548 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อรถจักรยานยนต์แบบครอบครัว เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ที่ใช้ในปัจจุบันเนื่องจากเห็นว่า เป็นรถที่มีประสิทธิภาพ เช่น อัตราเร่ง การเข้าโค้ง และระบบเบรก เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย นั้นมีเหตุผลไม่ต่างจากผู้บริโภคในพื้นที่อื่นๆ ซึ่งก็คือการซื้อรถจักรยานยนต์แบบครอบครัวเพื่อใช้เป็นยานพาหนะในครอบครัว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรถจักรยานยนต์แบบครอบครัวมีตะกร้าด้านหน้ารถไว้สำหรับใส่สิ่งของ ทั้งยังมีรูปทรงเหมาะสม ขับขี่ง่าย

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแม่คำ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย มีประเด็นอภิปรายดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่องของ รถจักรยานยนต์มีสภาพดี เครื่องยนต์ดี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคต้องการความมั่นใจถึงความปลอดภัยในการขับขี่ใช้งานในชีวิตประจำวัน จึงเห็นความสำคัญในการที่จะเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ว่าจะต้องมีสมรรถนะตัวเครื่องที่ดี อดทนต่อการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุสิภรณ์ ศรีทองกุล (2555 : 55) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของ

ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง สมรรถนะของรถ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพวิวัฒน์ การะเกด (2553 : 68) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยในการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากการประมูผลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยใช้หลักส่วนประสมทางการตลาด (4P's) กรณีศึกษา บริษัท สยามอินเตอร์การประมูล จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง สภาพโดยรวมของตัวรถ

2.2 ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่องของ การมีให้เลือกหลากหลายราคา ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะในการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคนั้น การตั้งราคาจักรยานยนต์ที่หลากหลายและเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้ซื้อ นับว่าเป็นสิ่งจูงใจหนึ่งที่เป็นตัวเร่งให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ขณะเดียวกันหากผู้จำหน่ายมีรถจักรยานยนต์ราคาถูก ก็จะช่วยให้ผู้ที่มีรายได้น้อยสามารถเป็นเจ้าของรถจักรยานยนต์ได้

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่องของ การมีทำเลที่ตั้ง ติดต่อสะดวก และร้านมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายในการเข้าไปเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ หรือเมื่อเกิดการชำรุดหรือเกิดความเสียหายกับตัวรถจักรยานยนต์ สามารถนำรถจักรยานยนต์เข้าไปซ่อมที่ร้านได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ฉัตยาพร เสมอใจ (2547 : 52) ที่อธิบายว่า การจัดจำหน่ายต้องพิจารณาถึง ความสะดวกสบาย (Convenience) ในการรับบริการ การส่งมอบสู่ลูกค้า สถานที่ และเวลาในการส่งมอบ กล่าวคือลูกค้าควรจะเข้าถึงได้ง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ในเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าเกิดความสะดวกที่สุด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สัญญา วรหะสุนทร (2557 : 74) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าเกียร์อัตโนมัติของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง สถานที่จัดจำหน่ายมีมากและหาได้ง่าย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จุลภา กาญจนวิสุทธิ์ (2554 : 106) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่องของ การรับประกันสินค้า และมีบริการหลังการขาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคตระหนักว่าความสมบูรณ์ของรถจักรยานยนต์มีผลต่อความปลอดภัยในการขับขี่ ไม่ว่าจะเป็นระบบเครื่องยนต์ ระบบเบรก หรือระบบไฟฟ้า โดยที่ผู้บริโภคไม่สามารถซ่อมบำรุงเองได้ ดังนั้นผู้บริโภคจึงต้องการมีหลักประกันหลังการขาย หากเกิดการสึกหรอ หรือความเสียหายจากการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุสิทธิ์ ศรีทองกุล (2555 : 55) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง มีการรับประกันหลังการขาย และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เทิดศักดิ์ ชัยวิวัฒน์ตระกูล (2554 : 108) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตจังหวัดยโสธร พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง มีการซ่อมบำรุงหลังการขาย

2.5 ด้านบุคลากร พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่องของ พนักงานอัยาศัยดี พุดจาสุภาพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อผู้บริโภคตัดสินใจเข้าไปใช้บริการแล้ว ย่อมมีความคาดหวังว่าจะได้รับการต้อนรับจากเจ้าของร้านที่เป็นกันเอง และพนักงานให้บริการที่ดี กล่าวทักทายด้วยคำสุภาพ และมีมารยาท ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ รู้สึกเป็นคนสำคัญ และกลับไปใช้บริการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ฉัตยาพร เสมอใจ (2547 : 52) ที่อธิบายว่า บุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เนื่องจากบุคคลจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการมากที่สุด บุคลากรสามารถสร้างความพึงพอใจดึงดูดลูกค้ากลับมา หรือไล่ลูกค้าไปได้จากการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับลูกค้าเพียงครั้งเดียว โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าสูง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จุลภา กาญจนวิสุทธิ์ (2554 : 107) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อ

รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เท็ดศักดิ์ ชัยวิวัฒน์ตระกูล (2554 : 108) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตจังหวัดยโสธร พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม

2.6 ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่องของ การให้บริการที่ถูกต้องรวดเร็ว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคต้องการความสะดวก รวดเร็วในการซื้อ ประกอบกับในภาวะปัจจุบันที่ทุกคนต่างก็มีความจำเป็นเร่งรีบ ดังนั้นการให้บริการที่รวดเร็วจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจเพราะไม่ต้องเสียเวลารอคอย สามารถใช้เวลาได้คุ้มค่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ฉัตยาพร เสมอใจ (2547 : 52) ที่อธิบายว่า กระบวนการบริการที่ดีควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ และงานที่ได้ต้องดีมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญชัย พิมพ์สาลี (2552 : 67) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัด อีฮงมอเตอร์ มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการลูกค้าให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง การให้บริการรวดเร็ว ถูกต้อง เชื่อถือได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปรีชา วชิราศิริศิริกุล (2559 : 58) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคจากตัวแทนจำหน่าย "ฮอนด้า" จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง กระบวนการให้บริการทุกขั้นตอนสะดวก รวดเร็ว

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่องของ การจัดสินค้าให้เห็นอย่างชัดเจน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคต้องการมองเห็นสินค้าจากด้านนอกได้ชัดเจน เพื่อเป็นการประเมินก่อนเข้าไปในร้าน ซึ่งการสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้สะอาด เป็นระเบียบ สวยงาม รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ต่างๆ ที่ใช้ในการให้บริการ จะช่วยดึงดูดให้ลูกค้ามองเห็นภาพลักษณ์หรือคุณค่าของสินค้าและบริการที่ส่งมอบ และเกิดความต้องการซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญชัย พิมพ์สาลี (2552 : 92) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดอีฮงมอเตอร์ มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพลูกค้าให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่อง การจัดตกแต่งภายในเป็นระเบียบ สวยงาม เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนใหญ่ต้องการซื้อรถจักรยานยนต์มือสองเพื่อใช้เป็นยานพาหนะในครอบครัว ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นจัดหารถจักรยานยนต์แบบครอบครัวมาจำหน่าย เน้นใช้ในชีวิตประจำวันเป็นส่วนใหญ่ รูปทรงเรียบง่าย แข็งแรงทนทาน ประหยัดน้ำมัน ราคาไม่สูงมากนัก มีขนาดเหมาะสมคล่องตัว และปลอดภัยในการขับขี่

2. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องรถจักรยานยนต์มีสภาพดี เครื่องยนต์ดี ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นจัดหารถจักรยานยนต์ที่มีคุณภาพมาจำหน่าย เน้นรุ่นที่มีสมรรถนะเครื่องยนต์ดี ทนทานต่อการใช้งาน มีการตรวจสภาพเครื่องยนต์อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้รถอยู่ในสภาพดีพร้อมจำหน่าย และควรให้ลูกค้าได้ทดลองขี่ เพื่อช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

3. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องมีให้เลือกหลากหลายราคา ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นจัดหารถจักรยานยนต์หลายรุ่น หลายยี่ห้อ หลายระดับราคาให้ลูกค้าได้เลือก ควรมีการไล่ราคาจากถูกถึงแพงของรถรุ่นนั้นๆ เช่น ระบบเบรกเป็นระบบดรัมเบรกจึงทำให้ราคาถูก จนถึงรุ่นที่เป็นดิสเบรกจึงทำให้มีราคาสูงในรุ่นนั้นๆ เป็นต้น ซึ่งทำให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกซื้อที่เหมาะสมกับการใช้งานของตนเอง และเหมาะสมกับงบประมาณที่ตนเองมีอยู่

4. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องมีทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก และร้านมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นเลือกทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน หรือตั้งอยู่บนถนนสายหลัก เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย หรือการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจกับร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์มือสองอื่นๆ เพื่อช่วยในการแนะนำจัดหา รวมทั้งการให้ข้อมูลคุณสมบัติรถรุ่นต่างๆ อย่างชัดเจนแก่ลูกค้าที่สอบถาม และการติดโบรชัวร์ให้ผู้ประกอบการจำหน่ายรถจักรยานยนต์อย่างชัดเจน ง่ายต่อการมองเห็น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ซื้อ

5. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องการรับประกันสินค้า และมีบริการหลังการขาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการให้คำแนะนำเมื่อลูกค้ามีปัญหาหรือข้อข้องใจจากการใช้งานรถจักรยานยนต์ การตรวจเช็คสภาพรถฟรี การให้ส่วนลดค่าอะไหล่ การมีระยะเวลาประกันคุณภาพสินค้าที่นานขึ้น และการรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหาด้วยการยินดีรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า รวมถึงมีช่างที่มากฝีมือและประสบการณ์ สามารถให้บริการซ่อมได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการซื้อเพิ่มขึ้น

6. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านบุคลากร ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานอัธยาศัยดี พุดจาสุภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นสร้างพนักงานให้มีใจรักในการบริการ เป็นผู้ชายที่ตี มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส กิริยาสุภาพ พุดจาจนอบน้อม มีความพร้อมและเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าตลอดเวลา ตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาภายในร้าน เช่น กล่าวคำทักทาย สอบถามลูกค้าว่ามาติดต่อเรื่องใด เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้มาใช้บริการต่อไปในอนาคต

7. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องให้บริการถูกต้อง รวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นมีบริการครบวงจรให้จบที่จุดเดียว มีการเรียงลำดับขั้นตอนการทำงานต่างๆ ให้ชัดเจน ลดความซ้ำซ้อนในการทำงานลง รวมถึงมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความชำนาญในงาน มีความรอบรู้ในเรื่องรถจักรยานยนต์ เพื่อที่จะสามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่ลูกค้า และสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

8. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องจัดสินค้าให้เห็นอย่างชัดเจน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นจัดแสดงสินค้าภายในร้านให้เป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่ มีป้ายแสดงคุณสมบัติตัวรถและราคาอย่างชัดเจน มีการจัดสถานที่ของร้านให้มีความสะอาด สวยงาม ป้ายหน้าร้านชัดเจน เพื่อดึงดูดผู้ที่ผ่านมาให้สะดุดตาและแวะเข้ามาเยี่ยมชมสินค้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพิ่มเติมในด้านอื่นๆ เช่น รุ่นที่ซื้อ มูลค่าที่ซื้อ ขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ ความถี่ในการซื้อหรือใช้รถ การส่งเสริมการขายที่ชอบ ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบแนวโน้มความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และนำข้อมูลไปใช้วางแผนทางการตลาดให้เหมาะสม สร้างแรงจูงใจในการใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองเจาะจงแต่ละประเภท หรือแต่ละยี่ห้อ เช่น รถเกียร์ธรรมดา รถเกียร์อัตโนมัติ รถระบบหัวฉีด ยี่ห้อฮอนด้า ยามาฮ่า เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบข้อดี ข้อด้อยของรถแต่ละประเภท แต่ละยี่ห้อ

3. ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคหลังจากการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มือสองไปแล้ว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารถจักรยานยนต์มือสองให้เหมาะสมกับการใช้งานในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญชัย พิมพ์สาส์. (2552). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางตลาดบริการของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดอิชิมอเตอร์ มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. สืบค้นจากฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLis Digital Collection.
- จุลภา กาญจนวิสุทธิ. (2554). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ฮอนด้าระบบหัวฉีดพีจีเอ็ม-เอฟไอ. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สืบค้นจาก ฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLis Digital Collection.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- เทิดศักดิ์ ชัยวิวัฒน์ตระกูล. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตจังหวัดยโสธร. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. สืบค้นจาก ฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLis Digital Collection.
- นพวัฒน์ การะเกด. (2553). ปัจจัยในการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์จากการประมุลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยใช้หลักส่วนประสมทางการตลาด (4P's) กรณีศึกษาบริษัท สยามอินเตอร์การประมุล จำกัด. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร. สืบค้นจาก ฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLis Digital Collection.
- ปรีชา วชิราศรีศิริกุล. (2559). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคจากตัวแทนจำหน่าย "ฮอนด้า" จังหวัดพิษณุโลก. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร. สืบค้นจาก ฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLis Digital Collection.
- รัญจวน วรรณภริษ. (2548). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดลำพูน. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สืบค้นจาก ฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLis Digital Collection.
- วราหะสุนทร. (2557). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าเกียร์อัตโนมัติของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. สืบค้นจาก ฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLis Digital Collection.
- สุนทรี คณวิวัฒน์กุล. (2547). สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นจาก ฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLis Digital Collection.
- สุลีภรณ์ ศรีทองกุล. (2555). การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้. สืบค้นจาก ฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLis Digital Collection.

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร PERFORMANCE EFFICIENCY OF NARESUAN UNIVERSITY SERVICE STAFF

ลดาพร เอกพานิช*

ลัสดา ยาวิละ**

รัตนา สิทธิอ่วม**

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและเปรียบเทียบความแตกต่างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ พนักงานสายบริการของมหาวิทยาลัยนเรศวร ทั้งหมดมีจำนวน 3,237 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้จำนวน 356 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่าง t-test และ การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านปริมาณ ด้านเวลาที่ใช้ในการทำงาน และด้านค่าใช้จ่าย พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเวลาที่ใช้ในการทำงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง และรองลงมาคือ ด้านคุณภาพงาน ด้านค่าใช้จ่าย ด้านปริมาณงาน ตามลำดับ สำหรับผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน, พนักงานสายบริการ

Abstract

The purpose of this research was to study on performance efficiency of service staff of Naresuan University as well as to compare their differences according to personal factors. Data were analyzed by quantitative research population was service staff of Naresuan University sample size 3,237 staff. Questionnaires were used to collect data of 356 staff by stratified simple random sampling technique, then frequency, means, percentage, standard deviation, t-test, one-way ANOVA were applied for data analysis. The study found that overall aspects of performance efficiency were at the middle score. As regards aspect of each performance namely, quality, quantity, working hours and cost, it was found that the response was at high level for working hours followed by quality of work, cost and quantity respectively. When compared the performance efficiency according to personal factors, it was found that statistically the difference of monthly income has significantly affected the performance efficiency at 0.05.

*หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการประยุกต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิษณุโลก

** อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิษณุโลก

Keywords: Performance Efficiency, Service Staff

บทนำ

สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดมากขึ้น มีการแข่งขันด้านเศรษฐกิจเข้มข้นมากขึ้นสังคมโลกจึงมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกันเป็นสภาพไร้พรมแดน ทำให้การพัฒนาเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมาก ทำให้ประเทศไทยจึงต้องปรับตัว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นมาก จึงต้องเร่งพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์ในทุกด้านได้แก่ การเพิ่มการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) ซึ่งในการบริหารองค์กรทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นในภาครัฐ หรือเอกชนต่างมุ่งเน้นให้องค์กรของตนประสบความสำเร็จ และจะประสบผลสำเร็จและบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น ต้องมีปัจจัยที่สำคัญ 4 ประการ คือ คน เงิน วัตถุดิบ การจัดการ และ “คน” ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นผู้จัดหาและใช้ทรัพยากรอื่นๆ ซึ่งสามารถทำให้การบริหารองค์กรประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลได้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสริมสร้างบุคคลระดับองค์กร เพราะการแข่งขันตัวชี้วัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรขึ้นอยู่กับบุคคลซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินงานขององค์กร หากผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นไปในทางบวกก็จะส่งเสริมให้องค์กรเจริญก้าวหน้าและบรรลุผลสำเร็จโดยเร็ว แต่ในทางตรงกันข้ามหากเกิดผลกระทบในทางลบ ก็จะก่อให้เกิดปัญหาขึ้นภายในองค์กร ทำให้การดำเนินงานขาดประสิทธิภาพ ไม่บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดในเวลาอันควร ในการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเป็นสิ่งที่องค์กรปรารถนาจากบุคลากรทุกคนในองค์กร (ธนัญกรณ์ ราศี ,2558) ดังนั้นผู้บริหารทุกคนล้วนมีความต้องการให้บุคลากรของตนได้รับการพัฒนา และต้องการให้บุคลากรของตนมีการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา ซึ่งบุคคลที่มีการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลานั้นจะมีความพร้อมต่อการแข่งขัน และจะเป็นบุคคลที่พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หน่วยงานหรือองค์กรใดก็ตามที่บุคลากรมีการพัฒนาตนเอง ย่อมก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและนำมาซึ่งความเจริญก้าวหน้าขององค์กรนอกเหนือจากการพัฒนาบุคลากรเพื่อองค์กรแล้ว การพัฒนาตนเองของบุคลากรยังส่งผลต่อความสำเร็จหรือเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพอีกด้วย (พจน์ พจนพานิชย์กุล ,2556)

มหาวิทยาลัยนเรศวรเป็นองค์กรใหญ่องค์กรหนึ่งที่มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรและองค์กรในภาพรวม เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงและแข่งขันกันอยู่ตลอดเวลา ผู้บริหารมีความมุ่งมั่นทำให้มหาวิทยาลัยเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำระดับโลก และเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำเยี่ยมในกลุ่มอาเซียน รวมทั้งการจัดอันดับที่อยู่ในลำดับดีของโลกในอนาคต โดยมีกำหนดวิสัยทัศน์ คือ “ภายในปี 2564 มหาวิทยาลัยนเรศวรเป็นมหาวิทยาลัยที่จัดอยู่ในลำดับ 1 ใน 250 ของเอเชียตาม QS University Rankings : Asia ” มหาวิทยาลัยนเรศวรต้องพัฒนาไปสู่ความเป็นมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล ด้วยการได้รับการยกย่องในระดับชาติและระดับนานาชาติ การปฏิบัติการกิจไม่ว่าจะเป็นการผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม จะตั้งเป้าหมายให้นำไปสู่ความมั่นคงและความยั่งยืนของเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ (มหาวิทยาลัยนเรศวร , 2561) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยเพื่อใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการตัดสินใจในการวางแผนการบริหารจัดการด้านบุคลากรของมหาวิทยาลัยนเรศวร ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างศักยภาพในภาพรวมขององค์กรได้สูงที่สุด โดยได้ศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามแนวคิดและทฤษฎีของ Peterson and Plowman (1989 อ้างถึงใน กชกร เอ็นดูราษฎร์, 2547; อรุณี ธิติเสรี,2559) ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบได้แก่ คุณภาพงาน (quality) ปริมาณงาน (quantity) เวลาที่ใช้ในการทำงาน (time) และค่าใช้จ่าย (costs) สอดคล้องกับเกณฑ์กำหนดเรื่อง แนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานราชการ พ.ศ. 2544 โดยการประเมินผลสัมฤทธิ์ของงานพิจารณาจาก ความสำเร็จของงาน ตามตัวชี้วัดและหลักฐาน

ที่ส่งผลผลิตและผลลัพธ์ของงานอย่างเป็นรูปธรรม โดยปัจจัยการประเมินตัวชี้วัดความสำเร็จของงานพิจารณาจาก 4 ปัจจัย ได้แก่ ปริมาณผลงาน คุณภาพผลงาน ความรวดเร็วหรือความตรงต่อเวลา การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร

สมมติฐานของการวิจัย

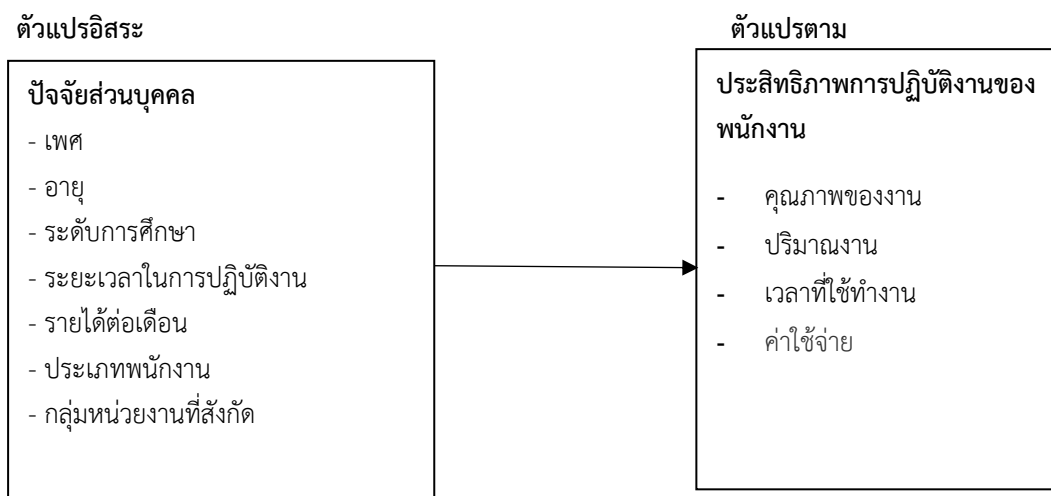
ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน รายได้ต่อเดือน ประเภทพนักงาน และกลุ่มหน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร

กรอบแนวคิด

การศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในครั้งนี้นำแนวคิดและทฤษฎีของ Peterson and Plowman (1989 อ้างถึงใน กชกร เอ็นดูราษฎร์, 2547; อรุณี ธิติเสรี, 2559) เป็นแนวคิดหลักในการศึกษา โดย Peterson and Plowman แบ่งองค์ประกอบของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไว้ 4 องค์ประกอบดังนี้

1. คุณภาพของงาน (Quality) จะต้องมีคุณภาพสูง คือ ผู้ผลิตและผู้ใช้ได้ประโยชน์คุ้มค่า และมีความพึงพอใจ
2. ปริมาณงาน (Quantity) งานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงาน
3. เวลา (Time) คือ เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานจะต้องอยู่ในลักษณะที่ถูกต้องตามหลักการ เหมาะสมกับงานและทันสมัย
4. ค่าใช้จ่าย (Costs) ในการดำเนินการทั้งหมดจะต้องเหมาะสมกับงานและวิธีการ คือ จะต้องลงทุนน้อย และได้กำไรมากที่สุด

จากผลการวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานมีอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคล (สุพานี สฤกษ์วานิช, 2552, หน้า 32 - 35) ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ดังแสดงในแผนภูมิที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มพนักงานสายบริการของมหาวิทยาลัยนเรศวร ทั้งหมดมีจำนวน 3,237 คน (กองการบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2561) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (1973:737) และกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนสัมพัทธ์ที่ยอมรับได้ที่ 5% หรือ 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 356 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ผลการรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวรจำแนกตามหน่วยงานของมหาวิทยาลัย ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร(ตามหน่วยงานที่สังกัด)

กลุ่ม	จำนวนประชากร	จำนวนประชากร
กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	227	25
กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ	1,968	217
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	294	32
กลุ่มหน่วยงานสนับสนุน	748	82
รวม	3,237	356

ที่มา : ข้อมูลจากกองการบริหารงานบุคคล สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2561

เครื่องมือการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยข้อคำถามปลายปิด (Close-ended Question) แบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการสอบถามแบบเลือกตอบเพื่อสอบถามข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน รายได้ต่อเดือน ประเภทพนักงาน และกลุ่มหน่วยงานที่สังกัด เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร ได้แก่ ด้านคุณภาพงานด้านปริมาณงาน ด้านเวลาที่ใช้ในการทำงาน ด้านค่าใช้จ่าย เป็นแบบ Rating Scale ตามรูปแบบประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ

เกณฑ์การวัดระดับและแปลความหมายของคะแนน

มีการให้คะแนนประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็น	ค่าคะแนนของตัวเลือกตอบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ปานกลาง	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

การแปลผลจากคะแนนแบบสอบถามเพื่ออธิบายตัวแปรต่าง ๆ สามารถทำได้โดยการคำนวณหาอันตรภาคชั้นของคะแนน เพื่อสามารถเรียงลำดับความแตกต่างของคะแนน ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้นของความกว้าง} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \end{aligned}$$

$$= 0.8$$

เมื่อได้ความกว้างของอันตรภาคชั้นแล้ว ผู้วิจัยจึงกำหนดระดับคะแนนความเห็นออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละข้อเป็นเกณฑ์ ดังนี้

ระดับคะแนน	การแปลความหมาย(ข้อคำถามเชิงบวก)
4.24 - 5.00	ระดับสูงมาก
3.43 - 4.23	ระดับสูง
2.62 - 3.42	ระดับปานกลาง
1.81 - 2.61	ระดับต่ำ
1.00 - 1.80	ระดับต่ำมาก
ระดับคะแนน	การแปลความหมาย(ข้อคำถามเชิงลบ)
4.25 - 5.00	ระดับต่ำมาก
3.43 - 4.23	ระดับต่ำ
2.62 - 3.42	ระดับปานกลาง
1.81 - 2.61	ระดับสูง
1.00 - 1.80	ระดับสูงมาก

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามหลังจากที่ปรับปรุงแล้วไปให้อาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ตลอดจนภาษาและถ้อยคำที่เหมาะสมครอบคลุมสิ่งที่จะศึกษาตามทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องได้ค่า IOC เท่ากับ 0.89 โดยใช้ข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ 2 ใน 3 เห็นสอดคล้องกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน จากนั้นนำผลที่ได้มาหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบราค (Cronbach's Coefficient Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบเท่ากับ 0.925

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ สามารถแบ่งรูปแบบการเก็บข้อมูลได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ติดต่อกองการบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อขอความร่วมมือจากพนักงานกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม โดยทำหนังสือราชการจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม โดยแนบไปพร้อมแบบสอบถามส่งไปยังพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 356 ฉบับ และได้แบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมด คิดเป็นจำนวนร้อยละ 100 จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ออกให้คะแนนตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงเอกสาร (Documentary Research) จากหนังสือและบทความทางวิชาการ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ ศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามทฤษฎีของ Peterson and Plowman (1989) ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบได้แก่ คุณภาพงาน (quality) ปริมาณงาน (quantity) เวลา (time) และค่าใช้จ่าย (costs) รวมถึงเอกสารที่มีข้อมูลเฉพาะของมหาวิทยาลัยนเรศวร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ค่าสถิติที่ใช้ คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ เพศ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test ในระดับของความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม คือ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน รายได้ต่อเดือน ประเภทพนักงาน และกลุ่มหน่วยงานที่สังกัด ใช้สถิติการวิเคราะห์ One-way Analysis of Variance

สรุปผลการวิจัย

สำหรับผลการวิจัยประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
เพศชาย	137	38.5
เพศหญิง	219	61.5
รวม	356	100.0
2. อายุ		
21 - 30 ปี	62	17.4
31 - 40 ปี	197	55.3
41 - 50 ปี	88	24.8
51 - 60 ปี	9	2.5
รวม	356	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	95	26.7
ปริญญาตรี	201	56.5
สูงกว่าปริญญาตรี	60	16.8
รวม	356	100.0
4. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน		
น้อยกว่า 3 ปี	39	11.0
3 - 10 ปี	171	48.0
ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
11-12 ปี	112	31.5
มากกว่า 20 ปีขึ้นไป	34	9.5
รวม	356	100.0
5. รายได้ต่อเดือน		

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	39	11.0
15,001 - 20,000 บาท	108	30.3
20,001 - 30,000 บาท	131	36.8
มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	78	21.9
รวม	356	100.00
6.ประเภทพนักงาน		
ข้าราชการ	28	7.9
พนักงานมหาวิทยาลัยยบแผ่นดิน	123	34.5
พนักงานมหาวิทยาลัยยบเงินรายได้	94	26.4
พนักงานราชการยบแผ่นดิน	17	4.8
พนักงานราชการยบเงินรายได้	79	22.2
ลูกจ้างประจำ	9	2.5
ลูกจ้างชั่วคราว	6	1.7
รวม	356	100.00
7.กลุ่มหน่วยงานที่สังกัด		
กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	25	7.0
กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ	217	61.0
กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	32	9.0
กลุ่มหน่วยงานสนับสนุน	82	23.0
รวม	356	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.5 มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.3 การศึกษาของพนักงานอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.5 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานอยู่ระหว่าง 3 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.0 ได้รับเงินเดือน 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 36.8 เป็นพนักงานมหาวิทยาลัยยบแผ่นดิน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และส่วนใหญ่สังกัดหน่วยงานกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 61.0

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ภาพรวม 4 ด้าน

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	\bar{X}	S.D	ระดับ ความคิดเห็น
1. คุณภาพงาน	3.42	0.45	ปานกลาง
2. ปริมาณงาน	3.29	0.56	ปานกลาง
3. เวลาที่ใช้ในการทำงาน	3.44	0.52	สูง
4. ค่าใช้จ่าย	3.33	0.55	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.37	0.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวรมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ภาพรวม 4 ด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.37 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านคุณภาพงาน พบว่า พนักงานสายบริการของมหาวิทยาลัยนเรศวรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.42 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ท่านคิดว่าท่านปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างถูกต้อง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาได้แก่ ท่านคิดว่าความสามารถในการปฏิบัติงานของท่านได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 และค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ท่านคิดว่าผลงานของท่านมีคุณค่ากับองค์กร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.70

ด้านปริมาณงาน พบว่า พนักงานสายบริการของมหาวิทยาลัยนเรศวรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.29 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ท่านคิดว่าภาระปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาได้แก่ ท่านคิดว่าปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติเหมาะสมกับความรู้และความสามารถของท่านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.97 และค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ท่านรู้สึกพอใจกับปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.94

ด้านเวลาที่ใช้ในการทำงาน พบว่า พนักงานสายบริการของมหาวิทยาลัยนเรศวรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.44 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ท่านคิดว่าปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จตามกำหนดเวลา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาได้แก่ ท่านคิดว่างานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จตามกำหนดเวลาเมื่อเปรียบเทียบกับความยากง่ายของงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.85 และค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ท่านปฏิบัติงานทันเวลาตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.74

ด้านค่าใช้จ่าย พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.33 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ท่านคิดว่าองค์กรของท่านส่งเสริมให้พนักงานใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาได้แก่ ท่านเห็นด้วยกับมาตรการควบคุมค่าใช้จ่ายที่องค์กรนำมาใช้ให้สอดคล้องกับสถานะปัจจุบันขององค์กร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64 และค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ท่านรู้สึกพอใจกับโครงการลดต้นทุนขององค์กร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.62

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามเพศ

	เพศ	Mean	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
ประสิทธิภาพปฏิบัติงาน	ชาย	3.41	0.47	1.458	0.14
	หญิง	3.35	0.37		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามเพศ พบว่า เพศแตกต่างกันไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยรัตนนคร จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งงาน กลุ่มหน่วยงานที่สังกัด

ปัจจัยส่วนบุคคล	ประสิทธิภาพปฏิบัติงาน					
	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. อายุ	ระหว่างกลุ่ม	32.100	61	0.52	1.042	0.40
	ภายในกลุ่ม	148.462	294	0.50		
	รวม	180.562	355			
2. ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	24.291	61	0.39	0.920	0.64
	ภายในกลุ่ม	127.268	294	0.43		
	รวม	151.559	355			
3. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	39.543	61	0.64	0.995	0.49
	ภายในกลุ่ม	191.611	294	0.65		
	รวม	231.154	355			
ปัจจัยส่วนบุคคล	ประสิทธิภาพปฏิบัติงาน					
	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
3. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน	ระหว่างกลุ่ม	39.543	61	0.64	0.995	0.49
	ภายในกลุ่ม	191.611	294	0.65		
	รวม	231.154	355			
4. รายได้ต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	73.577	61	1.20	1.505	0.01*
	ภายในกลุ่ม	235.659	294	0.80		
	รวม	309.236	355			
5. ประเภทพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	130.397	61	2.13	1.033	0.41
	ภายในกลุ่ม	608.398	294	2.06		
	รวม	738.795	355			
6. กลุ่มหน่วยงานที่สังกัด	ระหว่างกลุ่ม	40.723	61	0.66	0.749	0.91
	ภายในกลุ่ม	262.139	294	0.89		
	รวม	302.862	355			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยรัตนนคร พบว่า อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน ประเภทบุคลากร กลุ่มหน่วยงานที่สังกัด แตกต่างกันไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยรัตนนคร

ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังนี้

ด้านเพศ จากการศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร ทั้งนี้อาจเนื่องจากในยุคปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชายมีความสามารถปฏิบัติงานที่หลากหลายด้านและเท่าเทียมกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ของสุพานี สฤกษ์วานิช (2552, หน้า 32 - 35) ในงานวิจัยที่ทำการศึกษาค่าปัจจัยบุคคลในด้านเพศ พบว่า ไม่มีความแตกต่างระหว่างผู้ชายกับผู้หญิง ในเรื่องความสามารถในการแก้ไขปัญหาความสามารถในการวิเคราะห์ แร่งจูงใจในการทำงาน ความเป็นผู้นำ ความสามารถในการเข้าสังคม และความสามารถในการเรียนรู้

ด้านอายุ จากการศึกษาพบว่า อายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร ทั้งนี้อาจเนื่องจากพนักงานได้รับการมอบหมายให้ปฏิบัติงานตามที่ตนเองมีความถนัด และมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างเพื่อนร่วมงานในหน่วยงานเดียวกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของอรุณี ธิติเสรี (2559) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของพฤติกรรมที่ดีของสมาชิกในองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ พบว่า อายุแตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษา จากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร ทั้งนี้อาจเนื่องจากพนักงานมีความตั้งใจในการทำงาน ปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนอย่างเต็มกำลังความสามารถ มีความสามัคคีร่วมแรงร่วมใจกันในการทำงาน จึงทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ของสุพานี สฤกษ์วานิช (2552, หน้า 32 - 35) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้พนักงานมีความรู้ความสามารถ ทักษะและความพร้อมในการทำงาน ตลอดจนความพร้อมในการฝึกอบรมพัฒนาแตกต่างกันไป และพนักงานที่มีความรู้ความสามารถสูงมักจะมีโอกาสทำงานได้สำเร็จ และมีหน้าที่การงานสูงกว่าจึงมีความพอใจในงานและมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่สูงกว่า

ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงาน จากการศึกษาพบว่า ระยะเวลาการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร ทั้งนี้อาจเนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานอยู่ในช่วงเวลาที่ไมแตกต่างกันมากนัก จึงทำให้ระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของธนัญกรณ์ ราสี (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม พบว่า บุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน มีประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้ต่อเดือน จากการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวรจำแนกตามรายได้ต่อเดือน รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเนื่องจากพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนที่สูง มีตำแหน่งหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบที่สูงและมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากกว่าพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า จึงทำให้มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่สูงตามด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ

Locke (1976) ที่กล่าวว่า รายได้ มีความสำคัญเพราะเป็นส่วนหนึ่งที่ดึงดูดคน ให้เข้ามาทำงานร่วมกับองค์กร องค์กร ที่ต้องการคนดีและมีประสิทธิภาพไว้ทำงานต้องมีระบบค่าจ้างเงินเดือนที่เหมาะสมเพื่อดึงดูดคนดี ๆ เอาไว้ นอกจากนี้ความสำคัญในเรื่องของเงินเดือนหรือผลตอบแทนโดยทั่วไปย่อมรับประกันว่าประการแรก เงินเดือนทำหน้าที่ เป็นสิ่งบังคับโดยทั่วไป เพราะมีลักษณะควบคู่ไปกับความต้องการในสิ่งจำเป็นอันเป็นความต้องการขั้นปฐมของ มนุษย์ ประการที่สองอาจถือได้ว่ารายได้เป็นสัญลักษณ์ของความสำเร็จและการได้รับการยอมรับ และการศึกษางานวิจัยของ จุฑารัตน์ ศรีโย (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเพิ่มประสิทธิภาพในการ ทำงานของพนักงานมากที่สุดอันดับ 1 คือ ด้านรายได้และค่าตอบแทน รองลงมาด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และงานลักษณะของงานที่ปฏิบัติ เช่นเดียวกันกับการศึกษางานวิจัยของประภาพร พุกษะศรี (2557 : 83) เรื่อง ปัจจัยค่าตอบแทนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทสยาม แม็คโคร จำกัด (มหาชน) ใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยค่าตอบแทนทางการเงินและที่ไม่ใช่ทางการเงินมีผลต่อ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน

ด้านประเภทพนักงาน จากการศึกษาพบว่า ประเภทพนักงานที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการ ปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ทั้งนี้อาจเนื่องจากลักษณะงานของพนักงาน ซึ่งมีสภาพเป็น พนักงานของรัฐ คือลักษณะงานเดียวกันหรืออาจมีความคล้ายคลึงกันเป็นอย่างมาก มีลักษณะเนื้องานเหมือนกัน จึง ทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของมิลเลท (1954: 13) ที่ได้ กล่าวว่าหลักและแนวทางของการให้บริการ คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการ บริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม กันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในกรให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจก บุคคลที่ใช้มาตรฐานเดียวกันในการให้บริการเดียวกัน

ด้านกลุ่มหน่วยงานที่สังกัด จากการศึกษาพบว่า กลุ่มหน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ทั้งนี้อาจเนื่องจากหน่วยงานทุกหน่วยงาน ในมหาวิทยาลัยนครสวรรค์มีการกำหนดแผนการปฏิบัติงาน มาตรฐานและการประเมินประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ เหมือนกัน จึงทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนครสวรรค์จำแนกตามรายได้ต่อเดือน รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อ ประสิทธิภาพปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ซึ่งจะเห็นได้ว่ารายได้ต่อเดือนมีผลโดยตรงต่อ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้บริหารควรมีรางวัลพิเศษ หรือมีการประเมินเลื่อนขั้นที่ยุติธรรมและ โปร่งใส เพื่อขวัญกำลังใจและเป็นแรงกระตุ้นในการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานที่มีคุณภาพ

2. จากการศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ พบว่าระดับ ความคิดเห็นเรื่องประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในด้านคุณภาพ ด้านปริมาณ และด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 3 ด้าน ส่วนด้านเวลาที่ใช้ในการทำงานอยู่ในระดับสูง ซึ่งผู้บริหารควรกำหนดแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพ การปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ดังนี้

2.1. ด้านคุณภาพ ควรมีการทบทวนกำหนดปัจจัยชี้วัดผลสำเร็จของงาน รวมทั้งมาตรฐานผลงานที่สามารถวัดประเมิน ตรวจสอบได้ มีความยุติธรรม และสามารถปฏิบัติได้จริงเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.2. ด้านปริมาณงาน ควรมีการทบทวนปรับปรุงแผนงานและจัดระบบการปฏิบัติงานใหม่ เพื่อให้ตรงกับความรู้ ความสามารถ และความถนัดของพนักงานสายบริการในหน่วยงานของแต่ละคนให้มากยิ่งขึ้น โดยกำหนดผลงานพื้นฐานที่ผู้ปฏิบัติงานต้องทำให้สำเร็จในรอบปีงบประมาณและมีการตรวจติดตามประเมินผลงานเป็นระยะๆ จัดทำภาระงาน และมีคำสั่งมอบหมายงานอย่างชัดเจน พร้อมทั้งมีการชี้แจงต่อบุคลากรในหน่วยงานเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการปฏิบัติหน้าที่ที่รับผิดชอบ

2.3 ด้านค่าใช้จ่าย ควรมีการทบทวนปรับปรุงแผนการใช้ทรัพยากรของหน่วยงาน และปลูกจิตสำนึกให้แก่ผู้ปฏิบัติงานในการใช้ทรัพยากรภายในสำนักงานให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดอยู่เสมอ

2.4 ด้านเวลาที่ใช้ในการทำงาน จากการวิจัยในด้านนี้มีระดับความคิดเห็นเรื่องประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่ในระดับสูง แต่ควรหาแนวทางในการบริหารจัดการเวลาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและหันต่อเวลาให้มากยิ่งขึ้น เช่น ลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อนลง มีการพัฒนาเทคนิคในการทำงานให้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้องและแม่นยำ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร

2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร

3. ควรศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายวิชาการของมหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นการศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานของมหาวิทยาลัยนเรศวรครบทั้งองค์กร

เอกสารอ้างอิง

กชกร เอ็นดูราษฎร์. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บริษัท โกรเฮ สยาม จำกัด. การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 6).

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน.(2561).แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. [Online]. Available: <http://www.nesdb.go.th/> [2561, สิงหาคม 2].

จุฑารัตน์ ศรีโย. (2554).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ฉันทบูรณ์ ราศี.(2558).ปัจจัยจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม.สาขาวิชาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นเรศวร,มหาวิทยาลัย.บริหารงานบุคคล,กอง.(2561). สถิติบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร. [Online]. Available: <https://hrmis.nu.ac.th/static.aspx> [2561, ตุลาคม 10].

- นเรศวร,มหาวิทยาลัย.กลาง,กอง_(2561). **แนะนำประวัติมหาวิทยาลัยนเรศวร**. [Online]. Available: [https://www.nu.ac.th/\[2561, สิงหาคม 5\]](https://www.nu.ac.th/[2561, สิงหาคม 5]).
- ประภาพร พลฤกษ์ศรี.(2557). **ปัจจัยคำตอบแทนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท สยาม แม็คโคร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พจน์ พจนพานิชย์กุล. (2556). **การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคล**. [Online]. Available: <https://sites.google.com/site/potarticle/02> [2561,ตุลาคม 12]
- สุพานี สฤกษ์วานิช.(2552). **พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่ แนวคิด และทฤษฎี**. พิมพ์ครั้งที่ 2. คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรฤดี ธิติเสรี. (2559). **อิทธิพลของพฤติกรรมที่ดีของสมาชิกในองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่**. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- Locke, E. A. (1976). **The Nature and Causes of Satisfaction**. In Handbook of industrial and Organizational Psychology. Chicago : Rand McNally.Lusthaus, C.; Adrien, M. H.; Anderson, G.; Carden, F. and Montalván, G. P. (2002).Organizational Assessment – A Framework for Improving Performance. Ottawa: IDRC.
- Millet, J. D. (1954). **Management in the Public Service**. New York : McGraw Hill Book Company.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics an Introduction Analysis** (2 nd ed.). New York: Harper &Row Publisher.

**พฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน
 อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก**
**BUYING DECISION BEHAVIOR ON FACEBOOK ONLINE OF PEOPLE,
 MUEANG DISTRICT, PHITSANULOK PROVINCE**

จุฬามาศ เพ็ญโชติการ*

ลีสดา ยาวิลละ**

รัตนา สิทธิอ่วม**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชาชน อายุระหว่าง 18-60 ปี อาศัยอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ ANOVA ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตระหนักถึงความต้องการ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ตามลำดับ สำหรับการเปรียบเทียบ พบว่า ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรม, การตัดสินใจซื้อ, สื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก, จังหวัดพิษณุโลก

Abstract

The purposes of this research were to study the buying decision behavior on Facebook online and compare between personal factor and buying decision behavior on Facebook online of people, Mueang District, Phitsanulok Province. The samples of the study were 385 people who had between 18-60 years old in Phitsanulok Province. A questionnaire was applied as a research instrument. Data analysis employed percentage, mean, standard deviation, t-test, and ANOVA. The result reveals that buying decision behavior on Facebook online of people which were at high level were purchase decision, Information search, evaluation of alternatives, need recognition, and post purchase behavior respectively. When comparison found that age, education level, and occupation were affected buying decision on Facebook online with statistically significance difference at 0.05 level.

* หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการประยุกต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิษณุโลก
 อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิษณุโลก

Keywords: Behavior, Buying Decision, Facebook Online, Phitsanulok Province

บทนำ

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือธุรกิจออนไลน์ เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ อัตราส่วนยอดขายในร้านค้าออนไลน์ได้เพิ่มขึ้นอย่างเป็นทวีคูณ ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านทางออนไลน์และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตาม ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบใหม่ทางออนไลน์หรือที่เรียกว่าร้านค้าออนไลน์ ได้เริ่มวางสินค้าในหลายประเภท และสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้อย่างรวดเร็ว จนกระทั่งถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญมากที่สุดกลยุทธ์หนึ่งของร้านค้าปลีกที่นำมาใช้เพื่อเพิ่มยอดขายและขยายส่วนแบ่งการตลาดในปัจจุบัน (Kotler, 2010) การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) กำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย เพียงแค่การนำสินค้ามาขายบนเว็บไซต์เว็บหนึ่งก็เปรียบเสมือนว่ามีร้านค้าที่ครอบคลุมอยู่ทั่วโลก สามารถซื้อขายสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง แบบไม่มีวันหยุด สามารถทำให้เป็นที่รู้จักและนิยมมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง ส่งผลให้มีเงินไหลเวียนอยู่ในระบบนี้เป็นจำนวนมาก สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เปิดเผยว่า ในปี 2557 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มุ่งเน้นการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยตรงให้กับผู้บริโภค (B2C) ซึ่งในประเทศไทยมีมูลค่าถึง 411,715 ล้านบาท และในปี 2558 ที่ผ่านมามีมูลค่าสูงขึ้นกว่าเดิมเป็น 474,648 ล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2558) ซึ่งเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและมีการเติบโตของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง คือ เฟซบุ๊ก (Facebook)

เฟซบุ๊ก เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้ทั่วโลกมากที่สุดในขณะนี้ จากข้อมูลสถิติของเว็บไซต์ Zocial Rank ซึ่งเป็นเว็บไซต์จัดอันดับ social media ในปี 2015 พบว่า มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กทั่วโลก 1,390 ล้านรายชื่อ เพิ่มขึ้นจากปี 2014 ร้อยละ 16.81 หรือเทียบเท่ากับประชากรจีนเกือบทั้งประเทศ และถ้าย่อลงมาเป็นระดับ AEC หรือประเทศในกลุ่มอาเซียน ประเทศไทยมีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก จำนวน 41 ล้านรายชื่อ จัดเป็นอันดับ 2 ของกลุ่มอาเซียน โดยอันดับที่ 1 คือประเทศอินโดนีเซีย 74 ล้านรายชื่อ และอันดับที่ 3 คือประเทศเวียดนาม 32 ล้านรายชื่อ นอกจากนี้ ในจำนวนผู้ใช้เฟซบุ๊ก 41 ล้านรายชื่อในประเทศไทย เมื่อแบ่งสัดส่วนผู้ใช้งานเพศ พบว่ามีผู้ใช้ที่เป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิงที่จำนวน 21 ล้านรายชื่อ และผู้หญิง 20 ล้านรายชื่อ (โธ โชเซียล, 2559) การเติบโตที่รวดเร็วของเครือข่ายสังคมอย่าง เฟซบุ๊ก ทำให้มีการพัฒนาแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้นอย่างมากมาย สามารถเข้าถึงคนได้หลากหลายกลุ่ม ซึ่งทำให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการสามารถเลือกที่จะนำสินค้าของตนเข้าไปนำเสนอในกลุ่มสังคมต่างๆ ได้อย่างใกล้ชิดและตรงกลุ่มมากขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้จะเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์แล้วในปัจจุบันยังเป็นช่องทางการทำธุรกรรมเกี่ยวกับการซื้อขายได้อีกด้วย

จังหวัดพิษณุโลก จัดได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ของทางภาคเหนือ มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 865,759 คน รวมถึงมีประชากรที่อายุระหว่าง 18-60 ปี จำนวน 119,242 คน (สำนักงานคลังจังหวัดพิษณุโลก, 2559) ซึ่งเป็นช่วงอายุที่ให้ความสนใจใน social media รูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นช่องทางในการเขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่นๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนได้รับรู้ นำมาซึ่งประโยชน์สำหรับกลุ่มผู้ค้าและผู้ซื้อที่นำประโยชน์จากความสนใจใน social media มาทำให้เกิดการพัฒนาตลาดออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊กนั้นได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจากความสะดวก ไม่ต้องเดินทาง สามารถ shopping ได้ทุกทีที่มีอินเทอร์เน็ตตลอด 24 ชั่วโมง ส่งผลให้ร้านค้ามีการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น จึงหนีไม่พ้นการเปรียบเทียบ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของราคา หรือคุณภาพ ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้ซื้อแต่ละคนว่ามีความพึงพอใจระดับใด จะเห็นได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเป็นอย่างมาก เนื่องจากความแตกต่างของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและการบอกต่อ จากผลสำรวจของเว็บไซต์ Zocial

Rank พบว่า จังหวัดที่มีแนวโน้มในการใช้เฟซบุ๊กสูงขึ้น ได้แก่ พระนครศรีอยุธยา ชัยนาท มหาสารคาม พิษณุโลก ตามลำดับ เมื่อแยกสัดส่วนตามอายุพบว่าผู้ใช้ทั้งผู้หญิงและผู้ชายจะมีอายุระหว่าง 18-60 ปี (โธธ โขชัยล, 2559) จากความสำคัญของสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กที่กล่าวมาข้างต้นประกอบกับการเจริญเติบโตของประชากรในจังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อให้ทราบถึงลักษณะและความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นโยบายชนต่อภาครัฐกิจในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านการขายสินค้าให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

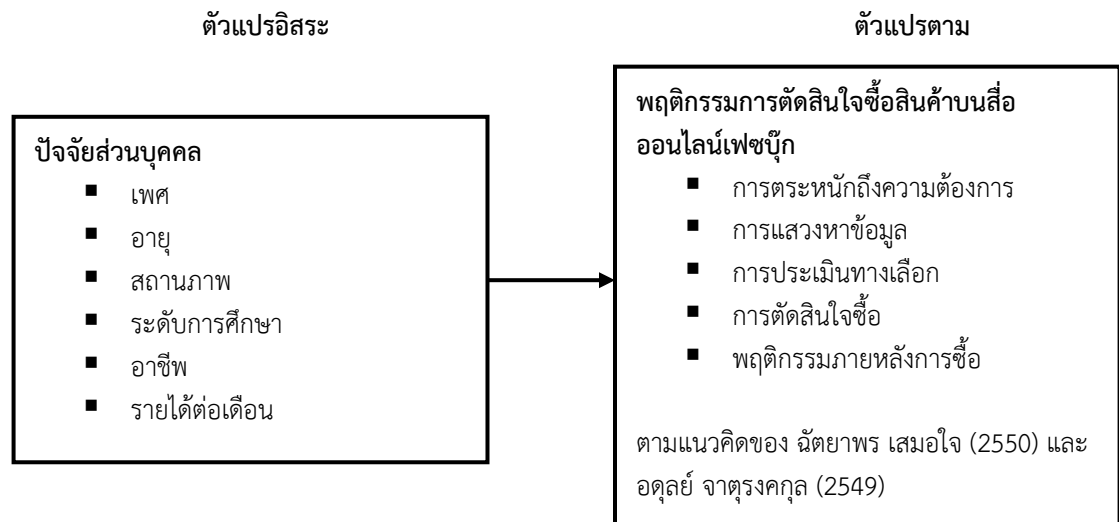
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

สมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน) ต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกแตกต่างกัน

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ซึ่งประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนอายุระหว่าง 18-60 ปี อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่ซื้อหรือเคยซื้อสินค้าในสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก อายุระหว่าง 18-60 ปี อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก คำนวณโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1953) กำหนดความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Closed-End Questionnaire) และคำถามแบบปลายเปิด (Open-End Questionnaire) แบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale ตามรูปแบบของ Likert Scale โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว มี 5 ระดับ ใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับคะแนน 5	หมายความว่า	ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับคะแนน 4	หมายความว่า	ความสำคัญอยู่ในระดับมาก
ระดับคะแนน 3	หมายความว่า	ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับคะแนน 2	หมายความว่า	ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
ระดับคะแนน 1	หมายความว่า	ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ดังนี้

1. การหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาความสอดคล้อง (IOC: Item Objective Congruence Index) ถ้ามีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า ข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงจุดประสงค์ หรือตรงตามเนื้อหานั้น แสดงว่า ข้อคำถามข้อนั้นใช้ได้ (สมนึก ภัททิยธนี, 2551, หน้า 221)

2. การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability)

นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข ตามข้อ เสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้นั้นมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมจริง โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) หากมีค่ามากกว่า 0.7 ถือได้ว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ (Cronbach, 1970, p. 161)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. นำแบบสอบถามแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างกรอกเอง พร้อมอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยสุ่มเก็บเฉพาะประชาชนที่ซื้อหรือเคยซื้อสินค้าในสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก อายุระหว่าง 18-60 ปี อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เท่านั้น
3. ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง ใช้ระยะเวลารวบรวมข้อมูล 1 เดือน จำนวน 385 ชุด ได้กลับคืนมาจำนวน 385 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100
4. นำแบบสอบถามที่รับกลับคืนมา ตรวจสอบความถูกต้องและลงรหัส เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)
 - 1.1 วิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ
 - 1.2 วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

เป็นการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน) ต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกแตกต่างกัน ทดสอบโดยใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)
3. รวบรวมข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามปลายเปิด นำเสนอในรูปแบบความเรียงเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด อายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน / ลูกจ้าง และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก

ตารางที่ 1 ระดับความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก	\bar{X}	S. D.	ระดับความสำคัญ
1. การตระหนักถึงความต้องการ	3.78	0.514	มาก
2. การแสวงหาข้อมูล	3.90	0.533	มาก
3. การประเมินทางเลือก	3.81	0.594	มาก
4. การตัดสินใจซื้อ	3.97	0.606	มาก
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	3.58	0.560	มาก
รวม	3.81	0.418	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยภาพรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การตัดสินใจซื้อ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ การแสวงหาข้อมูล มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) การประเมินทางเลือกมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) การตระหนักถึงความต้องการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก ของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก ของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ปัจจัยส่วนบุคคล	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า				
	การตระหนักถึงความต้องการ	การแสวงหาข้อมูล	การประเมินทางเลือก	การตัดสินใจซื้อ	พฤติกรรมภายหลังการซื้อ
1. เพศ	-	-	-	-	-
2. อายุ	-	0.000*	0.044*	0.001*	0.000*
3. สถานภาพ	-	-	-	-	-
4. ระดับการศึกษา	-	0.038*	-	-	-
5. อาชีพ	-	-	-	-	0.000*
6. รายได้ต่อเดือน	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า เพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกไม่แตกต่างกัน

อายุต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก ในเรื่องการแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก ในเรื่องการแสวงหาข้อมูลของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก ในเรื่องพฤติกรรมภายหลังการซื้อของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก สามารถสรุปและนำมาอภิปรายผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตระหนักถึงความต้องการ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญชนกภรณ์ โทชมบุญ (2558) ที่ศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการประมวลสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ แสวงหาข้อมูล การ

ประเมินข้อมูลแต่ละทางเลือก และการประเมินผลสินค้าและบริการหลังการซื้อ ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เขมขวิญ สุคติ (2557) ที่ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคชาวไทยต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊ก ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการ โดยเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น เมื่อมีดีไซน์ใหม่มากที่สุด ใช้วิธีหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจด้วยการหาข้อมูลจากการค้นหาผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการสืบค้นออนไลน์ ด้วยการค้นข้อมูลโดยสำรวจแฟนเพจไปเรื่อยๆ จนกว่าจะเจอข้อมูลที่ตนต้องการ และค้นไปเรื่อยๆ จนกว่าจะตัดสินใจได้ การประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อจะให้ความสำคัญในระดับมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วงศกร ปลื้มอารมณ์ และคณะ (2554) ที่ศึกษาพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เคยซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ มีพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านประเภทของการค้นหา ด้านขอบเขตของการค้นหา ด้านการอ้างอิงข้อมูล ด้านความต่อเนื่องของการค้นหา ด้านคุณภาพของการค้นหา อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊กที่คิดว่าเฟซบุ๊กเป็นหนึ่งในแหล่งข้อมูลในการซื้อสินค้าบนโลกออนไลน์ ย่อมใช้เฟซบุ๊กหาข้อมูล และเมื่อมีความมั่นใจแล้วจึงตัดสินใจซื้อ ซึ่งการหาข้อมูลในเฟซบุ๊กนอกจากจะหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าต่างๆ ได้แล้ว ยังมีข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้สินค้าเหล่านั้นมาแล้วด้วย ทำให้ได้ข้อมูลทั้งจากผู้ขายและผู้ซื้อ ซึ่งมีผลให้ผู้ซื้อตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

จากการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก ของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก ในเรื่องการแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากช่วงอายุที่ต่างกัน สะท้อนถึงวัยของประชาชนที่มีความความคิด ประสบการณ์ความสนใจ และความชอบต่อสินค้าที่ไม่เหมือนกัน จากงานวิจัยพบว่าประชาชนที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี จะมีความแตกต่างมากกว่าประชาชนที่มีอายุ 41-60 ปี อาจเนื่องมาจากประชาชนที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ส่วนมากเป็นวัยกำลังศึกษาและทำงาน จึงมีความสนใจในด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีความสามารถในการจับจ่ายเพื่อซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กได้มากกว่า ส่วนระดับการศึกษานั้น ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมักจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ซึ่งการบริโภคข่าวสารมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กประเภทต่างๆ ด้วย ในขณะที่อาชีพที่แตกต่างกัน ทำให้ความคิดของประชาชนด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าแตกต่างกัน เช่น บางอาชีพอาจเลือกซื้อสินค้าด้วยเหตุผล แต่บางอาชีพอาจเลือกซื้อสินค้าด้วยอารมณ์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถวรรณ วรรณโชติ (2551) ที่ศึกษาเรื่องการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อในด้านการใช้เป็นเหตุเป็นผลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในประเทศไทยมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญวรรณ เขียวสังข์ (2555) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท Facebook ในด้านปัจจัยทางการตลาด ในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพร แซ่โง้ว (2556) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้ Facebook และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Facebook ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า รายได้ของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการซื้อสินค้าผ่าน Facebook โดยผู้ที่มีรายได้น้อย มีแนวโน้มในการซื้อสินค้าผ่าน Facebook จากการเปิดรับโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ทั้งจากเครือข่ายเพื่อน จากโฆษณาตรงบน Facebook และจากแฟนเพจบน Facebook มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กของประชาชน ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตระหนักถึงความต้องการ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจ ควรนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เช่น รูปแบบ การนำเสนอสินค้า ความรวดเร็วของระบบที่ทำให้การซื้อสินค้าสะดวก รวดเร็ว สามารถตอบสนองความรู้สึกที่ไม่ชอบหรือคอยกับสิ่งที่ใช้เวลานานในการตัดสินใจ และยังสามารถค้นหาข้อมูลสินค้ามาประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ในทันที เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์สามารถโต้ตอบกับผู้บริโภคได้โดยตรงและส่งผลต่อการตัดสินใจได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

2. ผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก ควรมุ่งเน้นการสร้างความรู้และพัฒนาสินค้าให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจ ควรมีความใส่ใจในทุกขั้นตอนตั้งแต่การซื้อไปจนถึงมือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด และยังคงซื้อสินค้าจากร้านเดิมต่อไป รวมถึงมีการบอกต่อ และมีช่องทางไว้สำหรับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าไปแล้วเกิดความไม่พอใจสามารถติดต่อกลับได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกประทับใจในบริการหลังการขาย ซึ่งนำมาสู่ความจงรักภักดีในตราสินค้าต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษารายละเอียดแบบเจาะลึกในกลุ่มผู้ที่ยังไม่เคยซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) โดยอาจใช้วิธีสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลหรือแบบกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลต่างๆ มาปรับใช้กับธุรกิจร้านค้าในสังคมออนไลน์ต่อไป

2. ควรเลือกกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ที่มีความแตกต่างจากการศึกษาในครั้งนี้ เช่น การเลือกศึกษาประชากรในจังหวัดใกล้เคียง หรือจังหวัดอื่นๆ เพื่อให้งานวิจัยมีความกว้างขวางและสมบูรณ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เกษมขวัญ สุตดี. (2557). กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคชาวไทยต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊ก. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คลังจังหวัดพิษณุโลก, สำนักงาน. (2559). จำนวนประชากรอายุระหว่าง 18-60 ปี. [Online]. Available: <http://www.cgd.go.th/> [2559, พฤศจิกายน 18].
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชญชนภรณ์ โตชมบุญ. (2558). ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการประมูลสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชญวรรณ เยาวสังข์. (2555). พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท Facebook ในด้านปัจจัยทางการตลาด ในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- โธธ โซเชี่ยล. (2559). จำนวนผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก ปี 2015. [Online]. Available: <http://positioningmag.com/1092090> [2559, ตุลาคม 5].
- พัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, สำนักงาน. (2558). ETDA เผยผลสำรวจอีคอมเมิร์ซไทย. [Online]. Available: <https://www.eta.or.th/content/e-commerce-survey-2015-press-conference.html> [2559, ธันวาคม 12].

- วงศ์กร ปฐมอารมณ์, สุพาดา สิริกุดตา และณัฏช์ กุณิสร์. (2554, กรกฎาคม- ธันวาคม). พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศไทย. **วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**, 3(6), 105-117.
- สมนึก ภัททิยธนี. (2551). การวัดผลการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 5). กทม: ประสานการพิมพ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2549). พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับมาตรฐาน). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรวรรณ วรรณโชติ. (2551). การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อัมพร แซ่ฮิว. (2556). พฤติกรรมการใช้ Facebook และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Facebook ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling techniques**. New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L.J. (1970). **Essentials of psychological test** (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Kotler, P. (2003). **Marketing management** (11th ed.). New Jersey: Pearson Education.

วิถีทางการตลาดแรงงานนอกระบบ
: กรณีศึกษาตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยในจังหวัดนครสวรรค์
MARKETING OF INFORMAL WORKERS : A CASE STUDY OF FLEA MARKET AND
HAWKER STALLS IN NAKHON SAWAN PROVINCE.

นรินทร์ เลิศบรรณนาวงศ์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง วิถีทางการตลาดแรงงานนอกระบบ : กรณีศึกษาตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยในจังหวัดนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อวิถีทางการตลาดของผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอย ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นการสุ่มกลุ่มผู้ประกอบการหาบเร่แผงลอย ที่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เก็บรวบรวมตัวอย่าง จำนวน 200 คน จากแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เคยประกอบอาชีพอื่นมาก่อน และเปลี่ยนมาประกอบอาชีพนี้เพราะมีความเป็นอิสระในการทำงาน ขายสินค้าประเภทเสื้อผ้า / เครื่องแต่งกาย ประกอบอาชีพหาบเร่แผงลอยในลักษณะเช่าที่ตั้งประจำ มีค่าเช่าสถานที่ในการประกอบอาชีพไม่เกิน 1,500 บาท ต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการประกอบอาชีพต่อวัน ประมาณ 151 บาทขึ้นไป ออกไปประกอบอาชีพในช่วงเวลา 15.00-21.00 น. บริเวณหนองสมบุญ ใช้เงินลงทุนครั้งแรก 30,001 บาทขึ้นไป นำเงินลงทุนประกอบอาชีพมาจากเงินส่วนตัว กู้เงินมาลงทุนเป็นจำนวนเงินต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 41 คน ชำระเงินกู้เป็นรายเดือน เฉลี่ยเดือนละ 100 - 2,500 บาท ปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการประกอบอาชีพ คือ เกิดการแข่งขันในด้านอาชีพที่มีลักษณะคล้ายคลึง ใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายสินค้า โดยมีความเป็นกันเองกับลูกค้า ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือ มีสถานที่ในการประกอบอาชีพที่เพียงพอ โดยรวมมีความพึงพอใจในการทำงาน

คำสำคัญ : การตลาดแรงงานนอกระบบ; ตลาดนัด; ความพึงพอใจในการประกอบอาชีพ

Abstract

Research Marketing of Informal Workers: A Case Study of Flea Market and Hawker Stalls in Nakhon Sawan Province. The purpose is to study the factors influencing the marketing practices of traders, flea markets and hawker stalls. In Nakhon Sawan Province The study was conducted by a random sampling group of hawker stalls Living in the district. Nakhon Sawan Province 200 samples were collected using a questionnaire to collect data. Data were analyzed using descriptive statistics.

The research found that Most of the other occupations before. And change to this profession because it is free to work. selling clothes / clothing. Occupation hawker stalls in the style of renting a regular location. There is a monthly rental fee not over 1,500 baht. The cost of living is about 151 baht per day to work out during 15.00-21.00 hours in Nong Somboon. Use the

¹ อาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

first investment of 30,001 baht or more to invest the occupation comes from private money. The loan amount is less than 50,000 baht, 41 people. The average of 100 - 2,500 baht per month. Most of the problems that are obstacles in the occupation. The competition in the occupation. Apply strategies to promote products. They are friendly with customers. Want to help from the government The place in the occupation is sufficient. Overall, they are satisfied with their work.

Keywords : marketing of informal workers; Flea Market; satisfied with occupation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หลายปีที่ผ่านมาการพัฒนาเมืองในมิติทางสังคมของจังหวัดนครสวรรค์ ยังคงให้ความสำคัญการพัฒนาวัฒนธรรมด้านอาหาร เห็นได้จากการขยายตัวของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทั้งแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่เกิดขึ้นมากมาย ซึ่งสะท้อนออกมาในรูปความหลากหลายของอาหารและการบริโภคสาธารณะของชาวนครสวรรค์ เป็นนโยบายของหน่วยงานที่มีบทบาทต่อการสนับสนุนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการขับเคลื่อนเมืองนครสวรรค์ให้เป็นศูนย์กลางทางการค้า การลงทุนในภูมิภาค อันเป็นผลทำให้ธุรกิจการค้าแบบตลาดนัดและหาบเร่แผงลอย ซึ่งเป็นการค้าของอาชีพอิสระหรือแรงงานนอกระบบจะมีวิถีชีวิตที่มีรูปแบบที่หลากหลายและแตกต่างตามบริบทของพื้นที่ได้เข้ามาบทบาทสำคัญต่อการสร้างรายได้ของประชาชน ทั้งนี้ความสำคัญของอาชีพร้านค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยยังสะท้อนออกมาในข้อมูลด้านผู้ซื้อ ซึ่งระบุชัดเจนถึงความถี่ในการซื้ออาหารหาบเร่แผงลอย จำนวนเงินที่ผู้ซื้อจ่ายเพื่อซื้ออาหารในแต่ละวัน ตลอดจนทัศนคติของผู้ซื้อต่อความจำเป็นของการมีหาบเร่แผงลอยอาหารในนครสวรรค์ (นฤมล นิราทร, 2550)

ตลาดนัดและหาบเร่แผงลอย ส่วนใหญ่เป็นที่พึ่งของคนที่มีรายได้น้อยและปานกลาง ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในนครสวรรค์ ประกอบกับวัฒนธรรมการกินอาหารของคนไทย ที่เน้นความสะดวกและเรียบง่าย จึงทำให้อาชีพหาบเร่แผงลอย อยู่คู่กับสังคมคนนครสวรรค์มายาวนาน และบางส่วนมีวิถีชีวิตที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความพอเพียง การดำเนินชีวิตของผู้ค้า ทำให้สามารถยืดหยุ่นยืดหยุ่นได้เป็นระยะเวลาอันยาวนานด้วยความใส่ใจในคุณภาพ ความสะอาด การไม่เอา راحتเอาเปรียบลูกค้า รวมไปถึงการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำกลับมาปรับปรุงสินค้าของตนให้ดียิ่งขึ้น อาจกล่าวได้ว่าการดำเนินธุรกิจแบบนี้ก็จะมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถกำหนดรูปแบบการค้าของชุมชนพื้นที่ในแหล่งกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่อย่างนครสวรรค์ได้มีโอกาสเข้าถึงสินค้าและเอื้อต่อการดำเนินชีวิตการจับจ่ายใช้สอยที่สะดวกและประหยัดได้ ทั้งนี้ผู้ประกอบการอาชีพนี้อาจเป็นกลุ่มคนที่ด้อยโอกาส แต่สามารถประกอบอาชีพที่สามารถดูแลตนเองและครอบครัวได้ อาชีพผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอย จึงถือเป็นอาชีพในเศรษฐกิจนอกระบบที่แตกต่างกลับเป็นกลไกที่โอบอุ้มให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถอยู่ได้ในเมืองใหญ่ หากมองอย่างผิวเผินตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยอาจเป็นเพียงวิถีชีวิตของคนทั่วไป แต่ภาพเหล่านี้คือ การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้

ภูษณิศ เทชเถกิง (Pusanisa Thechtakemg, 2014) กล่าวว่า ผู้ประกอบการถือว่าเป็นผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นความพยายามที่จะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถเติบโตได้เป็นมีความสำคัญ จึงต้องมีกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอด

ลักษณะอาชีพเป็นงานอิสระที่ทำงานเพื่อความอยู่รอด เนื่องจากสังคมขาดระบบข้อมูลของแรงงานนอกระบบทำให้แรงงานเหล่านี้เข้าข่ายไม่มีตัวตน ส่งผลให้มีการจ้างงานที่ไม่เป็นธรรม สำนักงานแรงงานระหว่างประเทศกล่าวว่า ประเทศส่วนใหญ่ในโลกมีการจ้างงานภายนอกนอกระบบมากกว่าในระบบมาก มีแรงงานนอกร้อยละ 80 ของแรงงานทั้งหมด ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิถีทางการตลาดของแรงงานนอกระบบ :กรณีศึกษาตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยในจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อศึกษาสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และวิถีทางการค้าของผู้ค้าตลาดนัดและหาบ

เร่งแผงลอยในเขตจังหวัดนครสวรรค์ รวมทั้งได้ทำความเข้าใจในการดำรงอยู่และขยายตัวของตลาดนัดและหาบเร่งแผงลอย โดยองค์ความรู้ทางการตลาดที่เข้าถึงวิถีของชุมชนรวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ค้าที่สามารถดึงดูดลูกค้าและมีความคงอยู่ของการประกอบอาชีพอิสระนี้ได้ อันจะทำให้ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการช่วยเหลือและผ่อนปรนสำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุนทางการค้าชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและเป็นที่ยั่งยืนในฐานะเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบทางการค้าและเป็นการป่มเพราะผู้ประกอบการ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัยโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาทางวิจัย

แรงงานนอกระบบ หมายถึง แรงงานที่ทำงานอิสระ โดยไม่มีสัญญาการจ้างงานที่เป็นทางการ ไม่มีนายจ้าง ตามกฎหมายแรงงาน หรือแรงงานที่ทำงานอิสระ

ตลาดนัดและหาบเร่งแผงลอย สามารถแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะเคลื่อนที่/กึ่งเคลื่อนที่ หมายถึง ผู้ค้าหาบเร่งแผงลอยที่เคลื่อนที่ด้วยร่างกายเช่น ผู้ใช้หาบคาน หรือเคลื่อนที่ด้วยยานพาหนะเช่น รถเข็น เสนอขายสินค้า/บริการไปตามที่ต่าง ๆ เปลี่ยนสถานที่อยู่เสมอซึ่งอาจมีการหยุดพักบางจุดแต่ไม่นานนัก โดยไม่มีสถานที่ขายประจำ แม้จะใช้เส้นทางเดิม

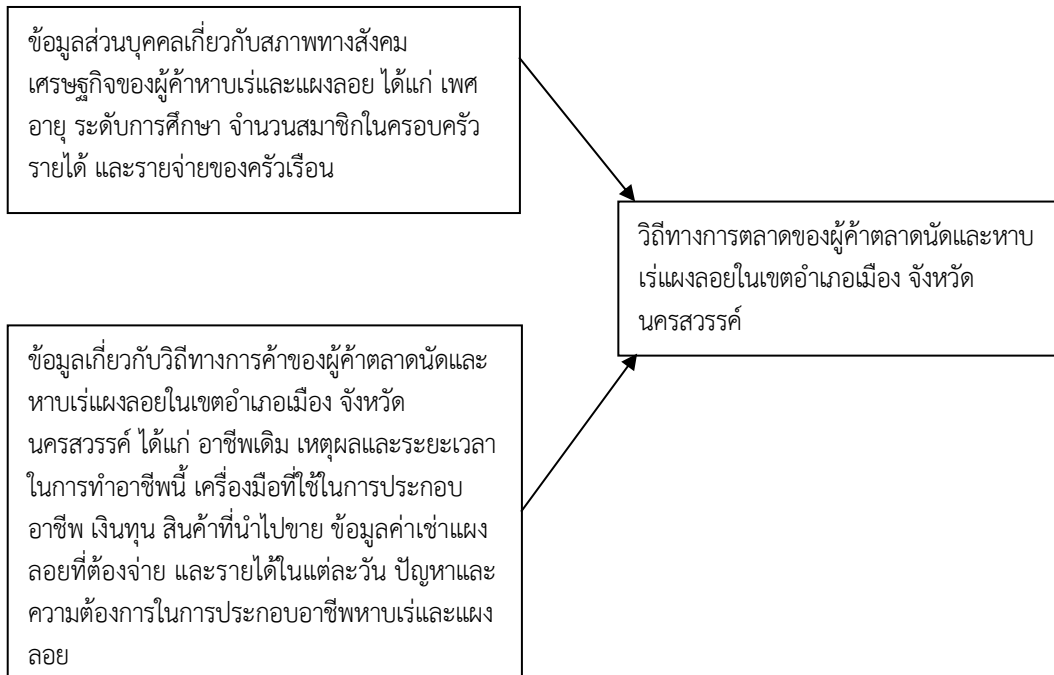
เรณู สังข์ทองจีน (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประกอบอาชีพของแรงงานหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกอบการหาบเร่งแผงประเภทอาหาร ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า แรงงานหญิงหาบเร่งแผงมีอายุเฉลี่ย 35.9 ร้อยละ 67.2 สมรสแล้ว ร้อยละ 62.8 มีผู้อยู่ในอุปการะจำนวน 2 คน การศึกษาของแรงงานหญิงหาบเร่งแผงอยู่ในระดับประถมศึกษาและส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สาเหตุการเข้ากรุงเทพฯคือการเข้ามาหางานทำ สภาพการทำงานของแรงงานหญิงหาบเร่งแผงพบว่า ร้อยละ 67.8 ทำงานทุกวันโดยไม่วันหยุดโดยทำงานวันละ 6-10 ชั่วโมง

อัจฉริยา ชาญเชิงรบ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางพิทักษ์สิทธิประโยชน์ตนเองของ ผู้ประกอบการหาบเร่งแผงลอย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ค้าพาหุกิจและชายมีจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาปานกลางถึงต่ำ อยู่ในช่วงวัยกลางคนจนถึงสูงอายุและประกอบอาชีพนี้มานานไม่มีอาชีพเดิม การดำรงชีวิตในครอบครัวต้องพึ่งพารายได้จากการค้าเป็นหลักโดยมีรายได้พอเพียงแต่จะไม่มีเงินออม ภูมิลำเนาจะอยู่ในกรุงเทพฯและอยู่ใกล้บริเวณที่ทำการค้า มักจะเป็นเจ้าของแผงลอยในแบบประจำ อยู่กับที่ สินค้ามักเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยผู้ค้าจะมีปัญหาที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายนอกระบบ เงินทุนซึ่งไม่สามารถกู้จากสถาบันการเงินที่มีดอกเบี้ยต่ำได้ การขาดการให้บริการสาธารณสุขปลอดภัยจากรัฐ ขาดความคุ้มครองพื้นฐานในด้านสุขภาพ การรักษาพยาบาลและสิทธิประโยชน์แรงงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกอาชีพผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่งแผงลอย ในจังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อวิถีทางการตลาดของแรงงานนอกระบบ ในอาชีพตลาดนัดและหาบเร่งแผงลอย
3. เพื่อทราบข้อมูลทางการตลาดของผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่งแผงลอย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและใช้สถิติในรูปร้อยละในการวิเคราะห์ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ที่ประกอบอาชีพตลาดนัด และหาบเร่แผงลอย ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Random Sampling) โดยเก็บรวบรวมตัวอย่าง จำนวน 200 คน จากผู้ค้าหาบเร่ และผู้ค้าแผงลอย ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยคิดเป็น 15% ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ทราบเพียงแต่ว่าประชากรมีจำนวนมากทั่วเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จึงทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยการใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

$$N = \frac{P(1 - P)(Z)^2}{e^2}$$

เมื่อ N = ขนาดของจำนวนตัวอย่าง

p = สัดส่วนของประชากรที่จะเลือก (0.15)

Z = คะแนนมาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้

(1.96 ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%)

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

$$\begin{aligned} \text{แทนสูตรเพื่อหาขนาดตัวอย่าง} &= \frac{(0.15)(1 - 0.15)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 195 \text{ ชุด} \end{aligned}$$

การสุ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) จำนวนประชาชนทั้งหมด จากนั้นนำมาหาค่าเฉลี่ย จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 195 ตัวอย่าง แต่เพื่อความเหมาะสมในการสุ่มตัวอย่าง จึงเลือกสุ่มจำนวน 200 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ค้าหาบเร่และแผงลอย ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลเกี่ยวกับวิถีทางการค้าของผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) คือ ผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 200 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูล โดยแหล่งข้อมูลแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการศึกษาจากแหล่งข้อมูล ที่ได้รับข้อมูลวิถีทางการตลาดของแรงงานนอกระบบ :กรณีศึกษาตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากข้อมูลจากข้อมูลและสรุปผลการปฏิบัติงานงานบริการรักษาความสะอาด สำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม และการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ บทความ งานวิจัย รวมถึงข้อมูลทางเว็บไซต์ต่างๆ ทั้งที่เป็นทฤษฎี แนวคิด และผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิถีทางการตลาดของแรงงานนอกระบบ :กรณีศึกษาตลาดนัดและหาบเร่แผงลอย

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบอาชีพหาบเร่แผงลอย ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่เคยประกอบอาชีพอื่นมาก่อน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 เปลี่ยนมาประกอบอาชีพนี้เพราะมีความเป็นอิสระในการทำงาน เลือกตอบจำนวน 77 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.4 ประกอบอาชีพหาบเร่แผงลอยมาเป็นระยะเวลา 4-6 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ขายสินค้าประเภทเสื้อผ้า / เครื่องแต่งกาย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ประกอบอาชีพหาบเร่แผงลอยในลักษณะเช้าที่ตั้งประจำ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 มีค่าเช่าสถานที่ในการประกอบอาชีพต่อเดือน 1,000 -1,500 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ใช้รถยนต์ในการประกอบอาชีพ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการประกอบอาชีพต่อวัน ประมาณ 151 บาทขึ้นไป จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ออกไปประกอบอาชีพในช่วงเวลา 15.00-21.00 น. จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ออกไปประกอบอาชีพบริเวณหนองสมบุรณ์ เลือกตอบจำนวน 66 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.4 ใช้เงินลงทุนครั้งแรก 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 นำเงินลงทุนประกอบอาชีพมาจากเงินส่วนตัว จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 กู้เงินมาลงทุนเป็นจำนวนเงินต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ชำระเงินกู้เป็นรายเดือน เฉลี่ยเดือนละ 100 – 2,500 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 เห็นว่าปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการประกอบอาชีพ คือ เกิดการแข่งขันในด้านอาชีพที่มีลักษณะคล้ายคลึง เลือกตอบจำนวน 112 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.3 ส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายสินค้า โดยมีความเป็นกันเองกับลูกค้า จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือ ด้านสถานที่ในการประกอบอาชีพที่เพียงพอ เลือกตอบจำนวน 125 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.4 มีความพึงพอใจต่อการประกอบอาชีพหาบเร่แผงลอย จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 เห็นว่าถ้ามีทางเลือกที่ดีกว่า ก็ไม่คิดจะเปลี่ยนอาชีพ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0

ตารางที่ 1

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามด้านวิถีทางการตลาด

ด้านวิถีทางการตลาด	N = 200		ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
	\bar{X}	S.D.		
1. การค้าการขายของครอบครัวท่าน ได้ยึดหลักความเป็นธรรมต่อลูกค้า	2.43	0.56	มาก	3
2. ทำให้ท่านเกิดความเชื่อมั่นในค้าการขายสินค้าของตนเองด้วยการราคาต่ำ	2.61	0.52	มาก	2
3. ท่านมีความซื่อสัตย์ในการประกอบอาชีพ	2.73	0.47	มาก	1
4. ท่านได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการค้าขาย เช่น ลดแลกแจกแถม	2.38	0.55	มาก	4
5. ท่านได้เสนอสินค้าด้วยวิถีทางของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นหลัก	1.78	0.76	ปานกลาง	7
6. ท่านมีการวางแผนการค้าและตระหนักถึงทำเลที่ตั้งก่อนเลือกลงทุน	2.00	0.63	ปานกลาง	6
7. มีการขายสินค้าจากกระแสนิยมการบริโภคเป็นหลัก	2.30	0.55	ปานกลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวม	2.32	0.58	ปานกลาง	

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามด้านวิถีทางการตลาด ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยจำแนกตามด้านวิถีทางการตลาดจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า ด้านวิถีทางการตลาด เมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านมีความซื่อสัตย์ในการประกอบอาชีพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.73$) รองลงมาคือ ทำให้ท่านเกิดความเชื่อมั่นในค้าการขายสินค้าของตนเองด้วยราคาต่ำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.61$) ตามลำดับ

จากข้อมูลยังพบว่าเมื่อผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยมาประกอบอาชีพนี้แล้วพบว่าต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคต่อตลาดนัดและการค้าหาบเร่แผงลอยต่าง ๆ ดังนี้ ปัญหาเกี่ยวกับพื้นที่ทำการค้าโดยผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยส่วนใหญ่ได้ใช้ประโยชน์จากพื้นที่สาธารณะและขายนอกจุดผ่อนผัน ทำให้เกิดการขายสิทธิ์ในการถือครองพื้นที่โดยมิชอบในราคาสูงแก่ผู้ค้ารายอื่นที่มาประกอบการภายหลัง และมีผู้ค้าจำนวนไม่น้อยยินดีในการเสียค่าธรรมเนียมในรูปค่าจบบัป/เดือน เนื่องจากทราบดีว่าพื้นที่ที่ตนใช้ประโยชน์ในการทำ การค้านอกจุดผ่อนผันไม่อนุญาตให้ทำการค้าได้ จนผู้ค้าบางรายเข้าใจว่าการเสียค่าจบบัป/เดือนเป็นเสมือนค่าเช่าที่จ่ายให้แก่รัฐในการครอบครองพื้นที่ทำการค้าเพื่อที่จะได้ตั้งแผงขายเร็วขึ้นในการเสียค่าปรับนี้ บางครั้งผู้ค้าหาบเร่แผงลอยก็ไม่ได้รับใบเสร็จจากเจ้าหน้าที่ของรัฐในการเสียค่าธรรมเนียมในแต่ละครั้ง และปัญหาการแข่งขันด้านราคาซึ่งเกิดจากการขายสินค้าและบริการที่เหมือนกัน และปัญหาเกิดการขาดเงินทุนในการขยายกิจการ ซึ่งผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยแก้ไขโดยการเงินจากธนาคาร

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการการเลือกอาชีพผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยพบว่า ภูมิหลังด้านสถานภาพ สมรส ภูมิลำเนา ฐานะทางเศรษฐกิจ บุคคลผู้ชักนำ มาประกอบอาชีพ อาชีพเดิม มีอิทธิพลต่อการประกอบอาชีพหาบเร่และความพึงพอใจในการประกอบอาชีพ โดยแรงงานหญิงมีความพอใจในการประกอบอาชีพในระดับปานกลาง โดยพอใจเรื่องความเป็นอิสระของอาชีพ รายได้ พึงพอใจในสภาพการทำงาน ความปลอดภัยในการประกอบอาชีพ ความมั่นคงในการประกอบอาชีพ การได้รับการยอมรับจากสังคม โอกาสก้าวหน้าอยู่ในระดับปานกลางและไม่คิดเปลี่ยนแปลงไปทำงานอื่น และมีความคาดหวังว่าอาชีพนี้สามารถสร้างฐานะได้ดีกว่าเดิม ปัญหาที่พบในการประกอบ

อาชีพคือเรื่องสถานที่ขาย โดยมีข้อเสนอให้มีการรวมพลังกลุ่มผู้ค้าหาบเร่ เพื่อเป็นกลุ่มพลังในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการประกอบอาชีพ

ปัญหาและอุปสรรคต่อการค้าหาบเร่แผงลอยต่าง ๆ ดังนี้ ปัญหาเกี่ยวกับพื้นที่ทำการค้าโดยผู้ค้าหาบเร่แผงลอยส่วนใหญ่ได้ใช้ประโยชน์จากพื้นที่สาธารณะและขายนอกจุดผ่อนผัน ทำให้เกิดการขยสิทธิ์ในการถือครองพื้นที่โดยมิชอบในราคาสูงแก่ผู้ค้ารายอื่นที่มาประกอบการภายหลัง และมีผู้ค้าจำนวนไม่น้อยยินดีในการเสียค่าธรรมเนียมในรูปค่าจับปรับ/เดือน เนื่องจากทราบดีว่าพื้นที่ที่ตนใช้ประโยชน์ในการทำ การค้านอกจุดผ่อนผันไม่อนุญาตให้ทำการค้าได้ จนผู้ค้าบางรายเข้าใจว่าการเสียค่าจับปรับเฉลี่ย/เดือนเป็นเสมือนค่าเช่าที่จ่ายให้แก่รัฐในการครอบครองพื้นที่ทำการค้าเพื่อที่จะได้ตั้งแผงขายเร็วขึ้นในการเสียค่าปรับนี้ บางครั้งผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยก็ไม่ได้รับใบเสร็จจากเจ้าหน้าที่ของรัฐในการเสียค่าธรรมเนียมในแต่ละครั้ง ปัญหาการแข่งขันด้านราคาซึ่งเกิดจากการขายสินค้าและบริการที่เหมือนกัน และปัญหาการขาดเงินทุนในการขยายกิจการ ซึ่งผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยแก้ไขโดยการกู้ยืมจากญาติพี่น้องหรือใช้วิธีการเล่นแชร์ในหมู่ผู้ค้าหาบเร่แผงลอยด้วยกัน และมีเพียงส่วนน้อยในการกู้ยืมเงินจากธนาคาร และการปรับตัวด้านการตลาดของผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยนั้นสอดคล้องกับผลการวิจัย นิรันดร์ เลิศบรรณนาวงศ์ (2558) กลยุทธ์นวัตกรรมการตลาดของผู้ประกอบการของผู้ประกอบการและมุมมองของลูกค้า

ตารางที่ 2

การเปรียบเทียบกลยุทธ์นวัตกรรมการตลาดของผู้ประกอบการและลูกค้า

แนวคิด	กลยุทธ์นวัตกรรมทางการตลาด	
	ผู้ประกอบการ	ลูกค้า
กลยุทธ์นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - การสร้างสินค้าที่มีคุณภาพ - การสร้างสินค้าที่โดดเด่นและแตกต่าง - การสร้างสินค้าที่แปลกใหม่ - การสร้างสินค้าที่มีเอกลักษณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - การสร้างสินค้าที่มีคุณภาพ - การสร้างสินค้าที่โดดเด่นและแตกต่าง - การสร้างสินค้าที่มีเอกลักษณ์
กลยุทธ์นวัตกรรมด้านกระบวนการ	<ul style="list-style-type: none"> - การบริการ - เทคโนโลยี 	-
กลยุทธ์นวัตกรรมด้านตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ - ช่องทางการจัดจำหน่าย - การรักษาลูกค้าเก่า - การสร้างแบรนด์ - สถานที่ตั้ง - พนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ตั้ง - การสร้างตราสินค้า - ช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยสามารถเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจทั่วไป โดยวิธีการตลาดในเชิงตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยจะเป็นประโยชน์

1. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยในแนวคิดทางวิถีทางการตลาดของแรงงานนอกระบบ ในด้านตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยไปปรับใช้ในธุรกิจอื่นให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและอยู่รอด
2. ธุรกิจได้เห็นผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าความซื่อสัตย์ในการประกอบอาชีพ มีความสำคัญมาก
3. ทางภาครัฐควรจัดหาสถานที่ที่ผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอยสามารถใช้ประกอบอาชีพได้ให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ได้มีการศึกษาพบว่าผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอย มีปัญหาและอุปสรรคที่สามารถศึกษาในครั้งต่อไป ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก เมื่อมีการวิจัยอย่างต่อเนื่องในอนาคต

1. ศึกษาด้านตลาดนัดในจังหวัดอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางของผู้ค้าตลาดนัดและหาบเร่แผงลอย ในการนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ซึ่งจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศต่อไป
2. ควรมีการศึกษาการจัดหาสถานที่สำหรับแรงงานนอกระบบที่ประกอบอาชีพตลาดนัดและหาบเร่แผงลอย ให้มีมาตรฐาน มีการบริการ มีความปลอดภัยมากขึ้น
3. มีประโยชน์ในการพัฒนาเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้ผู้ประกอบการรายย่อย และชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารอมสิน. (2556). *เต็มเต็ม...คนฐานราก โครงการธนาคารประชาชน*. กรุงเทพฯ : ธนาคารอมสิน
 นฤมล นิราทร อรศรี งามวิทยาพงศ์ และ ชไมพร รุ่งฤกษ์ฤทธิ์ (2550). *การศึกษาเศรษฐกิจนอภาคทางการในเมือง
 เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- นิรันดร์ เลิศบรรณนาวงศ์. (2558). *กลยุทธ์นวัตกรรมการตลาดสินค้าที่ระลึก ศึกษาผู้ประกอบการในจังหวัด
 นครสวรรค์*. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาเอก, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). *สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ
 สังคมแห่งชาติฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ.2555-2559*.
- เรณู แสงอาวุธ. (2553). *พฤติกรรมการใช้บริการตลาดนัดของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*.
- อัจฉริยา ชาญเชิงรบ. (2544). “*แนวทางพิทักษ์สิทธิประโยชน์ตนเองของผู้ประกอบอาชีพหาบเร่แผงลอย*.”
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการจัดการโครงการสวัสดิการสังคม คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์
 มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- Etzel, Michael J, Bruce J. Walker and William J. Stanton. (2004). *Marketing*. 13th ed. Boston: Mcgraw-
 Hill, Inc.,
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.,
- Kotler, Phillip and Gary Armstrong. (2004). *Principles of Marketing*. 10th ed. New Jersey: Prentice-
 Hall, Inc.; G-6)
- Potasin, Naruemon., & Thechatakerng, Pusanisa. (2014). Determinants of Starting Entrepreneurs
 through Non Formal Education’s Professional Practice in Hangdong District, Chiangmai
 Province, Thailand. *World Journal of Management Vol. 5. No. 2. September 2014*

คุณภาพที่รับรู้ได้ ความไว้วางใจ และความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า
ในธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
THE INFLUENCE OF PERCEIVED QUALITY, TRUST, ENJOYMENT AND CUSTOMER
LOYALTY OF THE FITNESS CENTER IN PIBULSONGKRAMRAJABHAT UNIVERSITY

ฉิมมะทินนา ศรีสุพรรณ*

ถัสดา ยาวิละ**

วุฒิชัย นาคบัว***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพที่รับรู้ได้ ความไว้วางใจและความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับลูกค้าของ ศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำนวน 400 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

การวิจัยพบว่าระดับความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามความภักดีของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ความไว้วางใจอยู่ในระดับมาก ความเพลิดเพลินและคุณภาพที่รับรู้ได้ อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ สำหรับผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณพบว่า ค่าอิทธิพลของตัวแปรต้นทั้งหมดที่ประกอบด้วย ความเพลิดเพลิน คุณภาพที่รับรู้ได้และความไว้วางใจ สามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันของลูกค้าได้ร้อยละ 67.10 ด้วยปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้ามากที่สุดคือความเพลิดเพลิน คุณภาพที่รับรู้ได้ และความไว้วางใจตามลำดับ

คำสำคัญ : ความภักดีของลูกค้า, ความไว้วางใจ, คุณภาพที่รับรู้ได้, ความเพลิดเพลิน

Abstract

The purposes of this research were to investigated the effect of the perceived quality, trust, enjoyment on the customer loyalty of the fitness center in PibulsongkramRajabhat University. The quantitative method was used 400 questionnaire as instrument for collection data. The instrument of data was being analyzed by using frequency, percentages, mean, standard deviation and the multiple regression analysis was used to analyze and test research hypotheses.

The results have shown that the customer loyalty was in high level, perceived quality and trust was in higher level , the trust was in high level too. The result also insists that the

*บธ.ด. (บริหารธุรกิจ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

**บธ.ด. (บริหารธุรกิจ) อาจารย์สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

***บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการประยุกต์ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

perceived quality, trust, enjoyment have impact on the customer loyalty of the fitness center in PibulsongkramRajabhat University 67.10 percent. The perceived quality was in higher level following the enjoyment and enjoyment.

Keywords: Customer loyalty, Perceived Quality, Trust, Enjoyment.

บทนำ

ปัจจุบันผู้คนมีความไว้วางใจและความเพลิดเพลินที่หันมาสนใจและรักสุขภาพมากขึ้น กลายเป็นไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ที่มีมองว่าการใช้จ่ายเงินด้านการออกกำลังกาย เป็นการลงทุนเพื่อสุขภาพ โดยไม่ได้มองว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่สิ้นเปลือง ธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างมากในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายมีความพร้อมที่จะให้บริการกับผู้ใช้บริการในหลากหลายรูปแบบ การออกกำลังกายถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อยุคปัจจุบันและในอนาคต เนื่องจากช่วยพัฒนาบุคคลทั้งในเรื่องสุขภาพของตนเองการดูแลสุขภาพของคนรอบข้าง ให้มีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง และยังช่วยสร้างสุขภาพให้บุคคลในสังคมปัจจุบันให้หันมาออกกำลังกายส่งเสริมสุขภาพของตนเองมากยิ่งขึ้น การมีศูนย์ออกกำลังกายอยู่ใกล้บ้านมีหลายแห่งก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ในขณะที่เดียวกันความก้าวหน้าทางการตลาดของศูนย์ออกกำลังกายก็ได้รับความเจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วมากต่อสังคมและชีวิตประจำวันของมนุษย์ ซึ่งมีการเปิดทำการแข่งขันกันเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการศูนย์ออกกำลังกาย โดยยึดหลักว่า ผู้ใช้บริการมีหลักความคิดและปัจจัยใดบ้างในการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย (มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณ, 2558)

ธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ในปัจจุบันสังคมไทยเป็นยุคของการสื่อสารแบบไร้พรมแดนมีเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิต การประชาสัมพันธ์ไปยังผู้บริโภคโดยเนื้อหาที่ถูกสร้างจากเจ้าของธุรกิจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในการสร้างสรรค์ตราสินค้าไปยังผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจ และความเพลิดเพลินในการใช้บริการ

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาถึงคุณภาพที่รับรู้ได้ ความไว้วางใจ และความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ซึ่งผลของการศึกษาจะช่วยให้อุตสาหกรรมศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้กับธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย ต่อยอดในการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและการเพิ่มจำนวนของผู้บริโภคให้มีจำนวนสูงขึ้นตลอดทั้งปี อีกทั้งเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการหรือการจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับการตลาดให้ภาคธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณภาพที่รับรู้ได้ ความไว้วางใจ และความเพลิดเพลินของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
2. เพื่อศึกษาคุณภาพที่รับรู้ได้ ความไว้วางใจ และความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมจะเป็นการทบทวนไปที่ละตัวแปร เพื่อที่จะอธิบายให้เห็นความเชื่อมโยงและความสอดคล้องกันระหว่างตัวแปรที่เกิดขึ้นตามวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

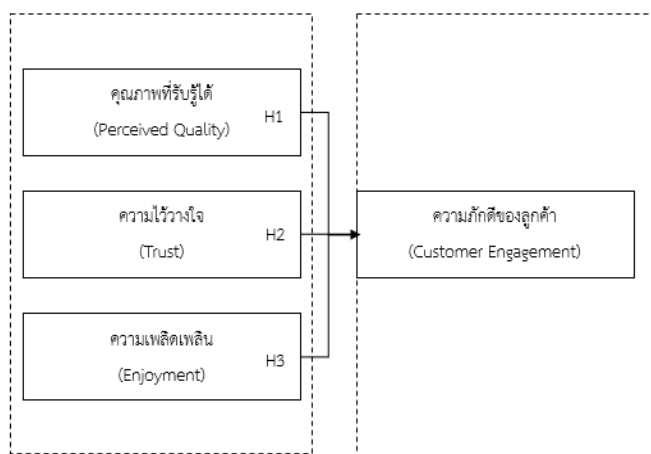
คุณภาพที่รับรู้ได้ (Perceived quality) หมายถึง กระบวนการทางความคิดของผู้บริโภคที่สามารถจดจำสินค้าและบริการ ผ่านเนื้อหาที่ถูกสร้างขึ้นจากธุรกิจรูปแบบของ การบริการ

และการแสดงความคิดเห็น ที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงคุณภาพ คุณสมบัติและจุดเด่นของสินค้าหรือธุรกิจได้ เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพ คุณสมบัติและจุดเด่นของสินค้าหรือธุรกิจได้ เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพแล้วผู้บริโภคจะสร้างเนื้อหาขึ้นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กับผู้อื่นต่อ หรือเกิดการตัดสินใจซื้อ บอกต่อ แบ่งปัน ข้อมูลต่างๆของธุรกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้เกิดการซื้ออย่างต่อเนื่อง การแนะนำ การบอกต่อ เป็นความภักดีที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่ถูกส่งต่อให้กับเพื่อนสมาชิกคนอื่น ๆ ซึ่งเป็นการสร้างความภักดีในตราสินค้า(ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ,2558)

ความไว้วางใจ (Trust : TRU) หมายถึง ความสัมพันธ์ของผู้ใช้งานที่มีการแบ่งปันประสบการณ์และเสนอแนะความคิดเห็นในการใช้สินค้าและบริการจนกระทั่งเกิดความประทับใจ เกิดเป็นความไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิก ความไว้วางใจระหว่างเพื่อนที่ตอบโต้กันแบ่งปันประสบการณ์การใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายซึ่งสามารถวัดได้จากการที่เพื่อนในศูนย์ออกกำลังกายมีการแบ่งปันข้อมูลกันด้วยความจริงใจถ้ารู้สึกสบายใจก็มีการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ท่านเป็นสมาชิกอยู่ซึ่งส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้า (ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ,2558)

ความเพลิดเพลิน (Enjoyment: INT) หมายถึง กระบวนการสื่อสารระหว่างธุรกิจกับผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย ซึ่งผู้ที่ใช้งานแต่รู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลินในระหว่างการใช้งานสถานบริการโดยผู้ดูแลสถานบริการจะมีการบริการการเปิดเพลงภายในศูนย์ออกกำลังกาย เพื่อให้เกิดความบันเทิงสนุกสนาน นำตื่นเต้น หรือสร้างความน่าสนใจเพิ่มขึ้น และสร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้เข้ามาใช้บริการ แทนที่จะมีการนำเสนอข้อมูลด้านสินค้าและบริการเพียงอย่างเดียว ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกประทับใจ สะท้อนให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนมระหว่างผู้ใช้กับธุรกิจมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การอยากแนะนำบอกต่อให้เข้ามาเยี่ยมชมและพฤติกรรมมการตัดสินใจมาใช้บริการได้ ซึ่งเป็นความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย (จุฑารัตน์ ปรีวงศ์กุลธร ,2556)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Servey Research) ในลักษณะของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เพื่อให้ได้คำตอบที่ถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและยืนยันสมมติฐานของการวิจัยตั้งรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้ายกย่องของธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ซึ่งเป็นลักษณะของประชากรที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอนและทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ตามแนวคิดของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Yamane,1973, p. 125) ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 7 ข้อ ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของคุณภาพที่รับรู้ได้ ความไว้วางใจและความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า ซึ่งเป็นคำถามที่มีคำตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) รวม 16 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านแล้วนำมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index : IOC) หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วมาทำการทดสอบเพื่อความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Try Out) จากประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดย การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Coefficient Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.934

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ใช้แจกแจงความถี่ ร้อยละ แบบสอบถามตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นของคุณภาพที่รับรู้ได้ ความไว้วางใจและความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า ใช้วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นลูกค้ายกย่องออกกำลังกาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมา อายุ 22-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.30 อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16.80 และน้อยที่สุด อายุน้อยกว่า 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ (ดูตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากร		จำนวน	ความถี่ (%)
เพศ	ชาย	133	33.25
	หญิง	267	66.75
อายุ	น้อยกว่า 21	28	7.00
	22-30 ปี	129	32.30
	31-40 ปี	147	36.80

41-50 ปี	96	24.00
ธุรกิจส่วนตัว	67	16.80

ระดับความคิดเห็นของปัจจัยในแต่ละด้านที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้า ซึ่งแสดงผลการวิจัยในตารางที่ 2 และ ตารางที่ 3
ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นของลูกค้าศูนย์ออกกำลังกาย

ตัวแปร (Variables)	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	การแปลความหมาย
คุณภาพที่รับรู้ได้ (PER)	4.68	0.72	มากที่สุด
ความไว้วางใจ (TRU)	3.73	0.78	มาก
ความเพลิดเพลิน (ENJ)	4.79	0.81	มากที่สุด
ความภักดีของลูกค้า (LOY)	3.14	0.51	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าศูนย์ออกกำลังกายของตัวแปรที่ศึกษา โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านความเพลิดเพลิน และคุณภาพที่รับรู้ได้ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.79 ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.81) รองลงมาด้านคุณภาพที่รับรู้ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ($\bar{x} = 4.68$, S.D. = 0.72) ด้านความไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 0.78) และน้อยที่สุดด้านความภักดีของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ($\bar{x} = 3.14$, S.D. = 0.51) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของลูกค้า

ตัวแปรปัจจัย (Variables)	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β)	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ปรับมาตรฐาน	t-statistic	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	1.716		9.416	.000*
คุณภาพที่รับรู้ได้ (PER)	.442	.068	6.824	.002*
ความไว้วางใจ (TRU)	.245	.056	7.228	.031*
ความเพลิดเพลิน (ENJ)	.412	.059	6.365	.001*
R				.545
R ²				.671
Adjust R ²				.587

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของความผูกพันของลูกค้า (LOY) ที่ประกอบด้วยปัจจัยด้านคุณภาพที่รับรู้ได้ (PER) ด้านความไว้วางใจ (TRU) และด้านความเพลิดเพลิน (ENJ) สามารถร่วมกันพยากรณ์ความภักดีของลูกค้าได้เท่ากับร้อยละ 67.10 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 32.90 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ผู้วิจัยไม่ได้นำมาศึกษาในงานวิจัยนี้ โดยมีขนาดของอิทธิพล (β) มากที่สุดคือ ด้านคุณภาพที่รับรู้ได้เท่ากับ .442 ($\beta = .442$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความเพลิดเพลิน เท่ากับ .412 ($\beta = .412$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านความไว้วางใจ เท่ากับ .245 ($\beta = .245$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ (ดูสูตรที่ 1)

$$\begin{matrix} \text{LOY} & = & 1.716 & + & .442 & \text{PER} & + & .245 & \text{TRU} & + & .412 & \text{ENJ} & \text{-----} & (1) \\ (9.416^*) & & (6.824^*) & & (7.228^*) & & (6.365^*) & & & & & & & & \end{matrix}$$

$$R^2 = .671$$

หมายเหตุ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

PER = คุณภาพที่รับรู้ได้, TRU = ความไว้วางใจ, ENJ = ความเพลิตเพลิน

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน (Hypothesis)	เส้นทาง (Path way)	สัมประสิทธิ์เส้นทาง (β)	t-value	สรุปผล
H1	PER → LOY	.442	6.824 *	สนับสนุน
H2	TRU → LOY	.245	7.228 *	สนับสนุน
H3	ENJ → LOY	.412	6.365 *	สนับสนุน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p < 0.05) (1.96 ≤ t-value ≤ 2.576)

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยอมรับสมมติฐานการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมทุกข้อโดยผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถอธิบายได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพที่รับรู้ได้ (PER) ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า (LOY) ผลการทดสอบพบว่า คุณภาพที่รับรู้ได้มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .442 (β = 0.442) และค่า t-test เท่ากับ 6.824 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 2 ความไว้วางใจ (TRU) ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า (LOY) ผลการทดสอบพบว่าความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .245 (β = 0.245) และค่า t-test เท่ากับ 7.228 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 3 ความเพลิตเพลิน (ENJ) ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า (LOY) ผลการทดสอบพบว่าความเพลิตเพลิน มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .412 (β = 0.412) และค่า t-test เท่ากับ 6.365 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นลูกค้าของคุณย้ออกกำลังภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงที่มีอายุ 31 ถึง 40 ปี

ข้อมูลด้านพฤติกรรมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นลูกค้าของคุณย้ออกกำลังภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ สมาร์ทโฟนแท็บเล็ต เครื่องคอมพิวเตอร์พกพาเครื่อง คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะตามลำดับ ด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้าไปใช้มากที่สุด คือ Facebook Line Instagramตามลำดับ ความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ 7 วันต่อสัปดาห์ระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ 3-4 ชั่วโมงต่อวันประสบการณ์ของผู้ใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่พบมากที่สุดคือ 6-7 ปี

คุณภาพที่รับรู้ได้ (PER) ส่งผลมากที่สุดต่อความภักดีของลูกค้า (LOY) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (พินดา อภิชาติและคณะ, 2552) ที่ว่าการสร้างเนื้อหาโดยลูกค้าที่เป็นสมาชิกของคุณย้ออกกำลังกายที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการ การร่วมแสดงความคิดเห็น การเช็คอินในสถานที่ของธุรกิจหรือการแบ่งปันรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ จะเป็นสิ่งที่สร้างการกระตุ้นความต้องการในตัวสินค้าและบริการได้

หรืออาจส่งผลให้เกิดการแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลอื่นเข้าเป็นสมาชิก ส่งผลให้สมาชิกมีความรู้สึกเชื่อมั่นในสินค้าและบริการของธุรกิจ ซึ่งส่งผลต่อการสร้างความภักดีให้เกิดขึ้นกับลูกค้าได้

ความเพลิตเพลิน(ENU) ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า (LOY) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (เฉลิมพล จินดาเรือง, 2558) ที่กล่าวว่าธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย เช่น ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ข้อมูลทั่วไปที่เป็นประโยชน์กับวิถีชีวิตของลูกค้า หรือความบันเทิงอื่นๆ ที่ลูกค้าสนใจ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจในการติดตามศูนย์ออกกำลังกายของธุรกิจเพิ่มขึ้น เกิดความประทับใจในการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและกิจกรรมของผู้เข้ามาเยี่ยมชม เช่น เนื้อหาด้านสุขภาพ ด้านกีฬา เป็นต้น ทำให้เกิดการบอกต่อหรือแนะนำให้สมาชิกคนอื่นเข้ามาเยี่ยมชมและใช้บริการ ซึ่งส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า

ความไว้วางใจ (TRU) ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ(พนิดา อภิชาติและคณะ, 2552) อธิบายว่าลูกค้าของธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายจะมีความรู้สึกมั่นใจในสินค้าและบริการ จะเกิดจากการรับรู้ในคุณภาพของสินค้าและบริการ ที่เกิดจากการให้ข้อมูลข่าวสารจากทั้งธุรกิจและลูกค้าที่เป็นสมาชิก โดยผู้ดูแลระบบจะนำเสนอข่าวสารข้อมูลด้านสินค้าและบริการที่เกิดความบันเทิงสนุกสนาน น่าตื่นเต้น หรือสร้างความน่าสนใจเพิ่มขึ้น และสร้างความเพลิตเพลินให้กับผู้เข้ามาเยี่ยมชม ซึ่งส่งผลให้เกิดการรับรู้ได้ในคุณภาพ ความรู้สึกประทับใจ สะท้อนให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนมระหว่างผู้ใช้กับธุรกิจมากขึ้นซึ่งเป็นความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายหรือฟิตเนสควรให้ความสำคัญกับการดำเนินการหรือการกำหนดกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง คือ คุณภาพที่รับรู้ได้ ความไว้วางใจ และความเพลิตเพลิน ตามลำดับ เนื่องจากเป็นปัจจัยกำหนดความภักดีของลูกค้าในศูนย์ออกกำลังกายที่เหนียวแน่นต่อเนื่องไปจนกลายเป็นความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในศูนย์ออกกำลังกายของตน

2. ในส่วนขององค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการเผยแพร่หรือในการจัดฝึกอบรมให้ความรู้กับธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายหรือฟิตเนส และปรับปรุงการเพิ่มตู้เก็บของ และกล้องวงจรเพื่อความปลอดภัย ในการสร้างความภักดีกับลูกค้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแบบเฉพาะเจาะจงเป็นกรณีศึกษากับธุรกิจศูนย์ออกกำลังกายและฟิตเนส ที่มีลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่เป็นต้นแบบของการสร้างความภักดีกับลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- พนิดา อภิชาติ และคณะ. (2552). **ปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้สถานออกกำลังกาย (Fitness) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.** (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร
- มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณะ.(2558).**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.**(สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เฉลิมพล จินดาเรือง. (2558). **รูปแบบการจัดการคุณภาพศูนย์ฟิตเนสของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย.** (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีประทุม.
- จุฑารัตน์ ปวิวงศ์กุลธร. (2556). **ปัจจัยการเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร.** (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ฉั่มมะทินนา ศรีสุพรรณ. (2558). **อิทธิพลด้านความบันเทิง ความไว้วางใจและความเพลิดเพลินกับการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม.** (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- Hutter, K., Hautz, J., Dennhardt, S. and Fuller, J. (2013), "The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: the case of MINI on Facebook", Journal of Product & Brand Management, Vol, 22 No. 5, pp. 342-351.
- Yamane, Taro. (1973). Statistics: An introductory analysis (3rded.). New York: Harper and Row.

แผนกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน

STRATEGIC PLAN TO ENHANCE THE ABILITY OF CHIANGMAI GROUP OF COMMUNITY BUSINESS IN ASEAN COMMUNITY

พิชญานันท์ อมรพิชญ์

บทคัดย่อ

การศึกษาการกำหนดแผนกลยุทธ์เพื่อเสนอแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและสนับสนุนด้วยการวิเคราะห์เชิงปริมาณจากข้อมูลปฐมภูมิของกลุ่มธุรกิจชุมชน 5 ชุมชน อาศัยวิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (PAR) วิเคราะห์ศักยภาพด้วย SWOT Analysis

ผลการวิเคราะห์แผนกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำไปเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจผ่าน 4 กลยุทธ์ คือ (1) กลยุทธ์พลิกฟื้น ด้วยการส่งเสริมการรวมกลุ่ม การแปรรูปผลิตภัณฑ์ และให้ความรู้ด้านภาษาอาเซียนควบคู่การทำงาน (2) กลยุทธ์ตัดทอน ด้วยการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นควบคู่การให้ความรู้ด้านภาษาอาเซียน (3) กลยุทธ์เชิงรุก การสนับสนุนงบประมาณดูแลแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่น และ (4) กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ สนับสนุนความรู้งบประมาณ และใช้เทคโนโลยีเข้ามาทำตลาดออนไลน์ การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติชุมชนได้จัดทำโครงการวิสาหกิจชุมชนประติมากรรมดินเผาบ้านป่าตาล ผ่านเทศบาลผู้ติขององค์กรชุมชน และได้รับงบประมาณสนับสนุนในการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2560

คำสำคัญ: แผนกลยุทธ์, ขีดความสามารถ, ธุรกิจชุมชน, ประชาคมอาเซียน

Abstract

The study of formulate strategy of community business and also suggest the guidelines to increase the potentiality of ChiangMai community business. It is the qualitative research and supported by quantitative research from primary data of 5 communities in Chaing Mai.

This study could create 4 strategies to increase the potentiality for community business; 1) turnaround strategy; promote the forming of community business groups and give knowledge in ASEAN language 2) retrenchment strategy ; promote people to learn how to inherit local knowledge and give knowledge in ASEAN language; 3) aggressive strategy; support the budgets to promote the environmental preservation products from communities and develop the tourist attraction and 4) stability strategy; support the budgets to build and develop the small and micro community enterprises by using technology as the online market. This study could motivate local community to make the project namely Patan Small and micro business enterprise. This project was supported by local administrative organization in 2018..

Key word: increase the potentialtiy, Chiang Mai community business, ASEAN community

บทนำ

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็น เป้าหมายด้านเศรษฐกิจหลักที่สำคัญ ในการขับเคลื่อนและความร่วมมือระหว่าง ประเทศอาเซียน ซึ่งมียุทธศาสตร์ที่สำคัญคือ การเป็นตลาดและเป็นฐานการผลิตร่วมกัน โดยมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมืออย่างเสรีและเงินทุนที่เสรี มากขึ้น มีความสามารถในการแข่งขันสูง มุ่งสร้างความเท่าเทียมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ระหว่างประเทศอาเซียนและการส่งเสริมการรวมกลุ่มอาเซียนเข้ากับประชาคมโลก ขนาดของตลาดอาเซียนที่ใหญ่ขึ้นส่งผลให้อาเซียนมีอำนาจซื้อและการแข่งขันที่สูงขึ้นตามมา ประเทศไทยจะได้ประโยชน์จากการขยายการส่งออกและโอกาสทางการค้า และเปิดโอกาส การค้าบริการในสาขาที่ไทยมีความเข้มแข็ง เช่น ท่องเที่ยว โรงแรมและภัตตาคาร สุขภาพ ฯลฯ นอกจากนี้ ยังจะ ช่วยเสริมสร้างโอกาสในการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมายังอาเซียน ซึ่ง จะเพิ่มอำนาจการต่อรองของอาเซียนในเวที การค้าโลก และยกระดับความเป็นอยู่ของ ประชาชนในอาเซียนโดยรวม อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัว เพื่อ ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ด้าน และประชาชนโดยเฉพาะในชนบทที่จำเป็น ต้องรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นและ พัฒนาชุมชนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

จากการสำรวจของศูนย์การศึกษาทางด้านการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปรากฏว่า ร้อยละ 56.25 ของ SME จาก 13 ภาคส่วนไม่เข้าใจถึงผลประโยชน์และความท้าทายของการรวมกลุ่ม AEC (เดอะเนชั่น, 2556) รวมถึงผู้ประกอบการในชนบทขาดโอกาสที่จะได้รับทราบข้อมูลโดยเฉพาะผู้ประกอบการภาค การเกษตร มีความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนน้อยที่สุด และจากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการด้านการก่อสร้าง ปศุสัตว์ การทำสวน การประมง การค้าปลีกและการค้าส่ง ยังไม่พร้อมที่จะแข่งขันกับผู้ประกอบการของ ประเทศอื่นเมื่อเป็น AEC ทั้งนี้ปัญหาหลักที่สำคัญในการเข้า AEC สำหรับผู้ประกอบการในชนบทคือ ขาดความรู้และ ข้อมูลเชิงลึกในด้านประโยชน์ของการประกอบธุรกิจ ขาดแหล่งเงินทุน ทรัพยากรมนุษย์ที่ขาดการพัฒนา ข้อจำกัด ทางด้านทักษะในด้านภาษาอังกฤษ ดังนั้น SME ในเขตชนบท จำเป็นจะต้องมีการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในการ เข้าสู่ AEC ให้มากขึ้น ในมุมมองด้านผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนทั้งในระดับ SMEs และ OTOP ส่วนใหญ่ยังพบกับ ปัญหาในการปรับตัวของธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องเข้าใจและเร่งพัฒนา ทั้งด้านการผลิต การตลาด ที่สะท้อนถึง คุณภาพและมาตรฐานสินค้าหรือบริการให้ได้การยอมรับในระดับสากล โดยผสมผสาน วัฒนธรรม ภูมิปัญญา กับ เทคโนโลยีนวัตกรรม ด้านการตลาด ควรวางแผนพัฒนาด้านการตลาดโดยกำหนดแนวทางการเชื่อมโยง การตลาดที่ ต่อเนื่องทั้งจากส่วนต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน คือ ผู้ผลิต ผู้แปรรูป และผู้ จำหน่าย ที่จะต้องเข้าใจถึง รูปแบบวิธีการตลาดใหม่ นวัตกรรมใหม่การกระจายผลิตภัณฑ์ ฐานมัย เจียรกุล (2557) และการส่งเสริมการตลาด และพัฒนารูปแบบ ต้องสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของ สินค้าหรือบริการของตนเอง สร้าง การรับรู้ในตราสินค้าต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่า หรือมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้า ส่งผลให้รูปแบบและกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ให้มีการพัฒนา เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีด ความสามารถในการ แข่งขันอย่างยั่งยืน ดวงกมล ศิริรักษ์ (2555)

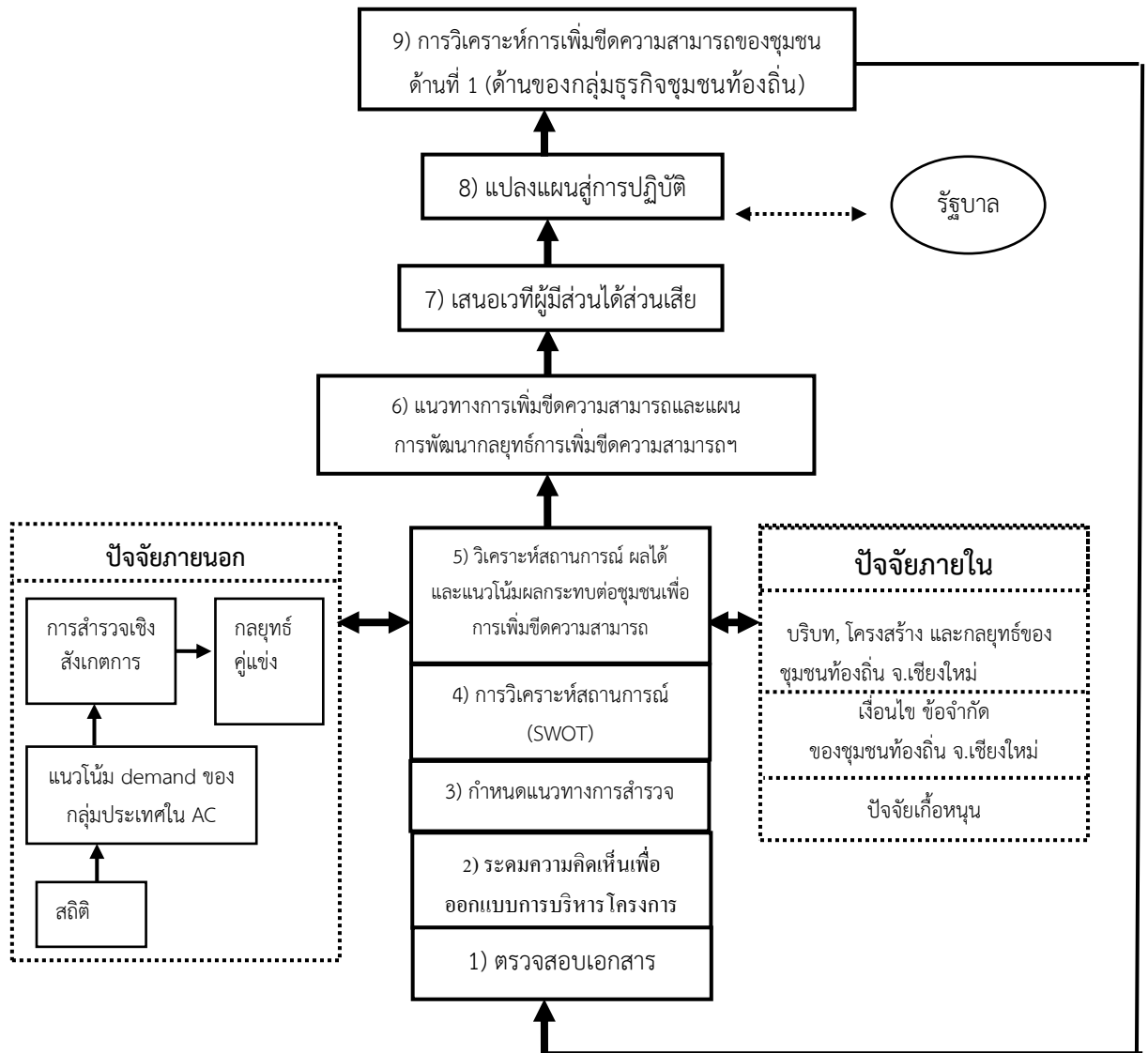
จากข้อมูลดังกล่าวทำให้นักวิจัยสนใจทำการศึกษาศึกษาศักยภาพความเข้มแข็งของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการแปรรูปและการปรับตัว ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน โดยวางแผนแนวทางการสำรวจ และวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนทั้งภายในและภายนอกขององค์กร อันจะนำไปสู่การประเมิน วิเคราะห์ และจัดทำ แผนกลยุทธ์ด้านธุรกิจชุมชนให้มีความพร้อมและปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้อย่างเหมาะสม ภายใต้ กรอบแนวคิดชุดโครงการวิจัย เรื่อง แผนกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่นจังหวัด เชียงใหม่ ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน การวิเคราะห์ สถานการณ์ (SWOT Analysis) ของจังหวัดเชียงใหม่ มา กำหนดเป็นกรอบการวิจัย โดยจะวิเคราะห์สถานการณ์ ผลได้ และแนวโน้มผลกระทบเพื่อเพิ่มศักยภาพของชุมชน โดยพิจารณาทั้งปัจจัยภายนอก (ข้อมูลสถิติ, แนวโน้ม Demand ของกลุ่มประเทศใน AC การสำรวจเชิงสังเกตการณ์

และกลยุทธ์คู่แข่ง) และปัจจัยภายใน (บริบท โครงสร้าง กลยุทธ์ เงินไข-ข้อจำกัด และปัจจัยเกื้อหนุน) นำข้อมูลเหล่านี้เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถและสร้างแผนกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ การนำเสนอต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้มีความเห็นที่ตรงกัน และเต็มใจที่จะนำไปปฏิบัติ จึงเริ่มแปลงแผนสู่การปฏิบัติซึ่งจะต้องสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากระบวนการกำหนดกลยุทธ์แผนเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนในการดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ในพื้นที่ 25 อำเภอ และกลุ่มตัวอย่าง เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้เสนอแผนกลยุทธ์กระบวนการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน โดยมีการคัดเลือกตัวอย่างดังนี้

1. ให้แต่ละอำเภอในจังหวัดเชียงใหม่ตอบรับที่จะ เข้าร่วมอบรมโครงการ “การสร้างแผนกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน”

2. จากแบบตอบรับในข้อที่ 1 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง แบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) เพื่อให้ได้อำเภอตัวอย่าง จำนวน 9 อำเภอ ได้แก่ อำเภอสันป่าตอง อำเภอหางดง อำเภอแมริม อำเภอสันทราย อำเภอแม่เมาะ อำเภอดอยสะเก็ด อำเภอสันกำแพง อำเภอแม่แตง และ อำเภอแม่แจ่ม

3. จากอำเภอตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกหน่วยตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อคัดเลือกกลุ่มองค์การบริหารส่วนตำบล/เทศบาลตัวอย่าง ให้มี ลักษณะสอดคล้องหรือเป็นตัวแทนที่ศึกษา และเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยได้อำเภอและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สนใจด้านธุรกิจชุมชน คือ อำเภอหางดง ของเทศบาลตำบลสันผักหวาน กับกลุ่มธุรกิจชุมชนประติมากรรมบ้านป่าตอล

4. จากนั้นเทศบาลตำบลสันผักหวานได้ส่งตัวแทนเพื่อเข้าอบรมในโครงการ “การสร้างแผนกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชน ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน” ทั้งสิ้นรวม 42 คน ซึ่งประกอบด้วย ประธานกลุ่ม 1 คน รองประธานกลุ่ม 1 คน คณะกรรมการ 5 คน สมาชิก 30 คนกลุ่มและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลสันผักหวาน 5 คน

ข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสำรวจ สอบถามและสัมภาษณ์กลุ่มธุรกิจชุมชนในพื้นที่เทศบาลตำบลสันผักหวาน จำนวน 5 ชุมชน ซึ่งประกอบด้วย ประธานกลุ่ม 1 คน รองประธานกลุ่ม 1 คน คณะกรรมการ 5 คน สมาชิก 30 คนกลุ่มและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลสันผักหวาน 5 คน ทั้งนี้ได้ทำการสำรวจข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจของกลุ่มธุรกิจชุมชนเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน ปัญหาและผลกระทบ การเตรียมความพร้อมเมื่อเปิดประชาคมอาเซียน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ข้อเสนอแนะต่อการเตรียมความพร้อมของกลุ่มธุรกิจชุมชน

ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสาร งานวิจัยและผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนเมื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบไปด้วย

1) แบบฟอร์มแสดงความประสงค์เข้าร่วมโครงการ
2) แบบฟอร์มเพื่อประเมินคัดกรองผู้เข้าร่วมโครงการ
3) แบบวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนกับการวิเคราะห์ SWOT โดยพิจารณาจาก 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ บริบท โครงสร้าง กลยุทธ์ เงื่อนไข ข้อจำกัดและปัจจัยเกื้อหนุนของชุมชนท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ และ 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ข้อมูลแนวโน้มความต้องการของกลุ่มประเทศอาเซียน การสำรวจเชิงสังเกตการณ์และกลยุทธ์คู่แข่ง

4) แบบประเมินความเป็นไปได้ของโครงการแผนกลยุทธ์ การพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน โดยประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ทำการประมวลผลการวิเคราะห์ SWOT แล้วระบุประเด็นที่จะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ ศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามงานวิจัย โดยการหาข้อมูลสถิติจากค่าเฉลี่ยการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงในลักษณะของสถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าความถี่ ร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation: S.D.)

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ กรณีที่ข้อมูลมีลักษณะข้อความ การบรรยาย ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นต่าง ๆ ที่เกิดจากการสัมภาษณ์ สอบถาม สังเกต และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ในการวิเคราะห์ ผลจากการสัมภาษณ์ สอบถาม สังเกต และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพมาประมวล เพื่อยืนยันหรือเสริมข้อมูลเชิงปริมาณให้มีความสมบูรณ์เพิ่มขึ้น

การอภิปรายผลข้อมูล

1) การวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนมาอภิปรายผลเทียบกับการวิเคราะห์ SWOT โดยพิจารณาจาก 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ บริบท โครงสร้าง กลยุทธ์ เจื้อนใจ ข้อจำกัดและปัจจัยเกื้อหนุนของชุมชนท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ และ 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ข้อมูลแนวโน้มความต้องการของกลุ่มประเทศอาเซียน การสำรวจเชิงสังเกตการณ์และกลยุทธ์คู่แข่ง

2) การอภิปรายแนวทางการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนด้านองค์กรการศึกษาจะใช้แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ โดยประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ทำการประมวลผลการวิเคราะห์ SWOT แล้วระบุประเด็นที่จะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ ศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนเทียบกับพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ผลการศึกษา

กระบวนการกำหนดกลยุทธ์แผนเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ประกอบด้วย จุดแข็งและจุดอ่อน ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย โอกาสและอุปสรรค มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในหน่วยงานเรียงตามลำดับน้ำหนักความสำคัญ

ลำดับ	ปัจจัยภายใน	ประเภทปัจจัยภายใน	น้ำหนักความสำคัญ (%)	S.D.
1	ประชาชนและบุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจ เช่น ความรู้ด้านภาษาอาเซียน	จุดอ่อน	24.32	0.32
2	การสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการจัดตั้งและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น โดยเน้นสินค้าที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น	จุดแข็ง	13.51	0.53
3	ขาดงบประมาณสนับสนุน	จุดอ่อน	13.51	0.53
4	ให้ความรู้บุคลากรภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเรื่องการส่งเสริมธุรกิจชุมชน เช่น ภาษาในการประกอบธุรกิจ	จุดแข็ง	10.81	0.52
5	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าของชุมชนให้เป็นที่ยอมรับ โดยการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาสร้างผลิตภัณฑ์	จุดแข็ง	10.81	0.52
6	นโยบายภาครัฐไม่ต่อเนื่อง	จุดอ่อน	8.11	0.48
7	การหาช่องทางทางการตลาดเพื่อรองรับสินค้าและผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน เช่น การจัดตลาดนัดในชุมชน (ถนนคนเดิน)	จุดแข็ง	8.11	0.48

8	ขาดเทคโนโลยีในการผลิต	จุดอ่อน	5.41	0.42
9	ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การจัดเตรียมศูนย์บริการ ท่องเที่ยวในชุมชน	จุดแข็ง	5.41	0.42
10	ประชาชนในพื้นที่ขาดความสนใจ และขาดการมีส่วนร่วม	จุดอ่อน	0.00	0.00
รวม			100.00	-

ที่มา: จากการวิจัย

จากตารางที่ 1 แสดงภาพรวมการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในหน่วยงาน เป็นการเรียงลำดับความสำคัญจากการให้น้ำหนักคะแนนจะเห็นว่า ปัจจัยภายในที่มีลำดับความสำคัญมากที่สุดคือ 1)ประชาชนและบุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจ เช่น ความรู้ด้านภาษาอาเซียน (24.32% S.D. = 0.32) รองลงมา คือ 2)การสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการจัดตั้งและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น โดยเน้นสินค้าที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (13.51%, S.D. = 0.53) 3)ขาดงบประมาณสนับสนุน (13.51%, S.D. = 0.53) 4)ให้ความรู้บุคลากรภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเรื่องการส่งเสริมธุรกิจชุมชน เช่น ภาษาในการประกอบธุรกิจ (10.81%, S.D. = 0.52) 5)การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าของชุมชนให้เป็นที่ยอมรับ โดยการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาสร้างผลิตภัณฑ์ (10.81%, S.D. = 0.52) 6)นโยบายภาครัฐไม่ต่อเนื่อง (8.11%, S.D. = 0.48) 7)การหาช่องทางทางการตลาดเพื่อรองรับสินค้าและผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน เช่น การจัดตลาดนัดในชุมชน(ถนนคนเดิน)(8.11%, S.D. = 0.48) 8)ขาดเทคโนโลยีในการผลิต(5.41%, S.D. = 0.42) และ 9)ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การจัดเตรียมศูนย์บริการท่องเที่ยวในชุมชน(5.41%, S.D. = 0.42)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกหน่วยงานเรียงตามลำดับน้ำหนักความสำคัญ

ลำดับ	ปัจจัยภายนอก	ประเภท ปัจจัยภายนอก	น้ำหนัก ความสำคัญ (%)	SD
1	ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีและการตลาด	อุปสรรค	20.45	0.32
2	การส่งเสริมการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	โอกาส	18.18	0.42
3	ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์	โอกาส	18.18	0.42
4	งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐไม่เพียงพอ	อุปสรรค	13.64	0.52
5	การประชาสัมพันธ์	โอกาส	11.36	0.53
6	จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะ อาชีพให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชน	โอกาส	6.82	0.48
7	ประชาชนขาดจิตสำนึกและขาดความร่วมมือใน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ	อุปสรรค	6.82	0.48
8	ขาดบุคคลสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	อุปสรรค	4.55	0.42
9	ขาดช่องทางทางการตลาด	อุปสรรค	0.00	0.00
10	ขาดเอกลักษณ์ในสินค้า และผลิตภัณฑ์	อุปสรรค	0.00	0.00
รวม			100.00	-

ที่มา: จากการวิจัย

จากตารางที่ 2 แสดงภาพรวมการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกหน่วยงาน เป็นการเรียงลำดับความสำคัญจากการให้น้ำหนักคะแนนจะเห็นว่า ปัจจัยภายนอกที่มีลำดับความสำคัญมากที่สุดคือ 1)งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐไม่เพียงพอ (20.45%) โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.32 รองลงมา คือ 2)การส่งเสริมการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน(18.18%, S.D. = 0.42) 3) การประชาสัมพันธ์ (13.81%, S.D. = 0.42) 4) ขาด

บุคคลสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น (13.64%, S.D. = 0.52) 5) ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ (11.36%, S.D. = 0.53) 6) จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะอาชีพให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชน (6.82%, S.D. = 0.48) 7) ประชาชนขาดจิตสำนึกและขาดความร่วมมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (6.82%, S.D. = 0.48) และ 8) ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีและการตลาด (4.55%, S.D. = 0.42)

(2) ระบุประเด็นที่จะนำไปสู่การวางกลยุทธ์ เป็นการประมวล จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดต่าง ๆ เข้าด้วยกัน หรือ การทำ SWOT matrix เพื่อพิจารณา ปัญหา ช่องว่าง และประเด็น ที่ควรที่จะกำหนดกลยุทธ์ทั้งในเชิงรับและเชิงรุก การนำผลจากการวิเคราะห์สถานภาพหน่วยงานที่ได้ให้น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยภายในมากำหนดกลยุทธ์นั้น ชุมชนได้พิจารณาจากปัจจัยภายในที่มีน้ำหนักความสำคัญมากเป็นลำดับต้น ๆ เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ เนื่องจากเป็นปัจจัยเด่นที่ชุมชนเห็นถึงความสำคัญสามารถนำไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์ได้ โดยรายละเอียดปัจจัยภายในด้านจุดแข็งที่ชุมชนพิจารณาเลือกคือ การสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการจัดตั้งและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น โดยเน้นสินค้าที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและด้านจุดอ่อน คือ ประชาชนและบุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจ เช่น ความรู้ด้านภาษาอาเซียนส่วนปัจจัยภายนอกที่จะนำมากำหนดกลยุทธ์นั้น ด้านโอกาสชุมชนได้พิจารณาเลือก คือ การส่งเสริมการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และด้านอุปสรรค คือ ขาดบุคคลสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ทั้ง 4 ประเภท ต่อไป

(3) การกำหนดกลยุทธ์ เป็นการนำผลจากการวิเคราะห์สถานภาพหน่วยงานที่ได้ให้น้ำหนักความสำคัญในแต่ละปัจจัย ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมากำหนดตำแหน่งขององค์กรและกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงสอดคล้องกัน โดยตำแหน่งต่าง ๆ ของหน่วยงานจะถูกกำหนดไว้ในมิติหรือควอดแดรนต์ (quadrant) ต่าง ๆ 4 ควอดแดรนต์ ประกอบไปด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์พลิกฟื้น 2) กลยุทธ์ตัดทอน 3) กลยุทธ์เชิงรุก และ 4) กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 การกำหนดกลยุทธ์พลิกฟื้นของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่

จาก O และ W ในลักษณะการใช้โอกาสจากภายนอกมาปิดจุดอ่อนภายใน		
ปัจจัยภายนอก/ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง = S	จุดอ่อน = W
	-	W1 = ประชาชนและบุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจ เช่น ความรู้ด้านภาษาอาเซียน
โอกาส = O O1 = การส่งเสริมการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน O2 = ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์	-	O1W1 = อปท. ส่งเสริมการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และให้ความรู้ด้านภาษาอาเซียนภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน O2W1 = อปท. ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และให้ความรู้ด้านภาษาอาเซียนควบคู่การทำงาน
อุปสรรค = T	-	-

ที่มา: จากการวิจัย

จากตารางที่ 3 แสดงกลยุทธ์พลิกฟื้น (turn around strategies) คือ สถานการณ์ที่หน่วยงานมีปัจจัยภายในภายในด้อยแต่ปัจจัยภายนอกเอื้อ โดยสร้างกลยุทธ์จาก O (opportunity) และ W (weakness) ในลักษณะการใช้โอกาสจากภายนอกมาปิดจุดอ่อนภายใน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนได้ใช้กลยุทธ์พลิกฟื้น คือ อปท. ส่งเสริมการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และให้ความรู้ด้านภาษาอาเซียนภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและ อปท. ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และให้ความรู้ด้านภาษาอาเซียนควบคู่การทำงาน

ตารางที่ 4 การกำหนดกลยุทธ์ตัดทอนของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่

จาก T และ W ในลักษณะการหลบหลีกอุปสรรคและปิดจุดอ่อนภายใน		
ปัจจัยภายนอก/ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง = S -	จุดอ่อน = W W1 = ประชาชนและบุคลากรขาด ความรู้ความเข้าใจ เช่น ความรู้ด้าน ภาษาอาเซียน
โอกาส = O	-	-
อุปสรรค = T T1 = ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี และการตลาด	-	T1W1 = อปท. ส่งเสริมการเรียนรู้ด้าน เทคโนโลยี และการตลาดควบคู่การให้ ความรู้ด้านภาษาอาเซียน

ที่มา: จากการวิจัย

จากตารางที่ 4 แสดงกลยุทธ์ตัดทอน (retrenchment strategies) คือ สถานการณ์ที่หน่วยงานมีปัจจัยภายนอกจุดและปัจจัยภายในด้อย โดยสร้างกลยุทธ์จาก T (threat) และ W (weakness) ในลักษณะการหลบหลีกอุปสรรคและปิดจุดอ่อนภายใน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนได้ใช้กลยุทธ์ตัดทอน คือ อปท. ส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นควบคู่การให้ความรู้ด้านภาษาอาเซียน

ตารางที่ 5 การกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่

จาก O และ S ในลักษณะการใช้โอกาสจากภายนอกมาประสานกับจุดแข็งภายใน		
ปัจจัยภายนอก/ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง = S S1 = การสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการ จัดตั้งและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้าง รายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น โดยเน้นสินค้าที่มา จากภูมิปัญญาท้องถิ่น	จุดอ่อน = W -
โอกาส = O O1 = ชุมชนมีกิจกรรมส่งเสริมการ ดูแลสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ O2 = แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ใน ชุมชน	O1S1 = อปท. สนับสนุนในเรื่องของงบประมาณใน การส่งเสริมดูแลสิ่งแวดล้อมการอนุรักษ์ ทรัพยากร ธรรมชาติและส่งเสริมสินค้าจากภูมิปัญญา ท้องถิ่น O2S1 = อปท. สนับสนุนในเรื่องของงบประมาณใน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พร้อมทั้ง นำเสนอสินค้าที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น	-
อุปสรรค = T	-	-

ที่มา: จากการวิจัย

จากตารางที่ 5 แสดงกลยุทธ์เชิงรุก (aggressive strategies) คือ สถานการณ์ที่หน่วยงานมีปัจจัยภายนอกเอื้อและปัจจัยภายในเด่น โดยสร้างกลยุทธ์จาก O (opportunity) และ S (strength) ในลักษณะการใช้โอกาสจาก

ภายนอกประสานกับจุดแข็งภายใน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนได้ใช้กลยุทธ์เชิงรุก คือ อปท. สนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการส่งเสริมการดูแลสิ่งแวดล้อมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและส่งเสริมสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและ อปท. สนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พร้อมทั้งนำเสนอสินค้าที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

ตารางที่ 6 การกำหนดกลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่

จาก T และ S ในลักษณะการหลบหลีกอุปสรรคและใช้จุดแข็งภายใน		
ปัจจัยภายนอก/ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง = S S1 = การสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการจัดตั้งและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น โดยเน้นสินค้าที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น	จุดอ่อน = W -
โอกาส = O	-	-
อุปสรรค = T T1 = ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีและการตลาด	T1S1=อปท. สนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการจัดตั้งและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น โดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเป็นช่องทางการตลาดออนไลน์ในโลกดิจิทัล	-

ที่มา: จากการวิจัย

จากตารางที่ 6 แสดงกลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ (stability strategies) คือ สถานการณ์ที่หน่วยงานมีปัจจัยภายในดี แต่มีปัจจัยภายนอกไม่เอื้ออำนวย โดยสร้างกลยุทธ์จาก T (threat) และ S (strength) ในลักษณะการหลบหลีกอุปสรรคและใช้จุดแข็งภายใน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนได้ใช้กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ คือ อปท. สนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการจัดตั้งและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น โดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเป็นช่องทางการตลาดออนไลน์ และส่งผลให้ตำบลสันผักหวาน อำเภอหางดง ได้เลือกกลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ (stability strategies) คือ อปท. สนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการจัดตั้งและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น โดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเป็นช่องทางการตลาดออนไลน์ดังนั้นตำบลสันผักหวานจึงได้จัดสร้างโครงการเพื่อตอบสนองกลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ (stability strategies) ดังรายละเอียดในหัวข้อ 5.2

(4) วิธีการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่น

4.1) การให้ความรู้ (Catching) เป็นการให้ความรู้ในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่นกลุ่มประติมากรรมดินเผาบ้านป่าตาล ตำบลสันผักหวาน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้ (1) การสร้างเพจขายของออนไลน์ (Facebook) เพจขายของออนไลน์จะถูกสร้างขึ้น สามารถเข้าใช้งาน และประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างลูกค้าออนไลน์การเข้าถึงผู้คนมากขึ้น (2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านการออกแบบ ด้านคุณค่าทางศิลปะ ประสิทธิภาพทางอุตสาหกรรม มีการเลือกวัสดุที่ดีเพื่อนำเข้าสู่ กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพลงทุนน้อย แต่มีปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้น คุณภาพทางการบริโภค ศักยภาพในการแข่งขันทางพาณิชย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ศักยภาพในการรักษาลูกค้าเดิม เป็นต้น

4.2) การฝึกอบรม (Training) ให้แก่ผู้นำกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มประติมากรรมดินเผาบ้านป่าตาลในตำบลสันผักหวาน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ในการสร้างเพจตุ๊กตาดินย้อมป่าตาล การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวคิดตลาดอาเซียน การศึกษาดูงานการผลิตรายการโทรทัศน์และอบรมการผลิตสื่อรายการ

โทรทัศน์ พร้อมเขียนบรรยายการโทรทัศน์เพื่อร่วมในการนำเสนอประชาสัมพันธ์กลุ่มธุรกิจชุมชน ประติมากรรมบ้านป่าตาล ในรายการมอเมืองเหนือ ในวันอังคาร ที่ 22 สิงหาคม พ.ศ.2560 เวลา 7.30 น. – 16.00 น.

4.3) จัดฝึกอบรมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนประติมากรรมดินเผาบ้านป่าตาล ในการใช้เทคโนโลยีในการออกแบบ เพื่อให้ได้สินค้า และผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดอาเซียนได้อย่างยั่งยืน

4.4) ส่งเสริมและขยายช่องทางการตลาดทั้งในประเทศและตลาดอาเซียน เพื่อกระจายสินค้า และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประติมากรรมดินเผาบ้านป่าตาล

4.5) สร้างความเข้าใจและร่วมมือในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ใช้ในการผลิตและจำหน่ายสินค้า

(5) ผลการพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็งของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่น เป็นขั้นตอนท้ายสุดที่มีความสำคัญ เพราะในการประเมินผลจะนำข้อมูลไปใช้สำหรับการปรับกลยุทธ์และแผนต่อไป หลังจากที่ชุมชนทราบกลยุทธ์ทั้ง 4 ประเภทข้างต้น ชุมชนได้นำไปจัดทำแผนการดำเนินงานแผนกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน โดยจัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ได้สร้างไว้ เป็นการนำแผนไปสู่การดำเนินงาน ซึ่งโครงการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ให้ชุมชนเข้าร่วมงานวิจัยครั้งนี้ ได้จัดทำ “โครงการวิสาหกิจชุมชนประติมากรรมดินเผาบ้านป่าตาล” เพื่อให้บุคลากรในหน่วยงาน/ชุมชนรับรู้และเข้าใจเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ปี พ.ศ. 2560 และเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ พัฒนาทักษะ (ด้านภาษา ด้านสื่อเทคโนโลยี และสื่อประชาสัมพันธ์) ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานของข้าราชการ รวมทั้งเพื่อสร้างเครือข่ายกับประชาชนในการขับเคลื่อนการเป็นประชาคมอาเซียน โดยโครงการดังกล่าวได้ผ่านการจัดทำแผนงานและโครงการผ่านเทศบาลวิสาหกิจขององค์กรชุมชน และได้รับงบประมาณสนับสนุนในการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2560 ซึ่งโครงการวิจัยในระยะต่อไปจะได้ดำเนินการปฏิบัติการและติดตาม ประเมินผล เพื่อให้เกิดผลสมบูรณ์ของกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในกรอบประชาคมอาเซียน ซึ่งจะเป็นต้นแบบให้กับชุมชนต่อไป

อภิปรายผล

กระบวนการกำหนดกลยุทธ์แผนเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน เริ่มจากการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในขององค์กร โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในหน่วยงาน ประกอบด้วย จุดแข็งและจุดอ่อน ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกหน่วยงาน ประกอบด้วย โอกาสและอุปสรรค-อาศัยแนวคิดกระบวนการวิเคราะห์ SWOT ของนันทิยา หุตานวัตรและคณะ (2545) จากนั้นทำการระบุประเด็นที่จะนำไปสู่การวางกลยุทธ์ ซึ่งเป็นการประมวล จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดต่าง ๆ เข้าด้วยกัน หรือ การทำ SWOT matrix เพื่อพิจารณา ปัญหา ช่องว่าง และประเด็น ที่ควรจะกำหนดกลยุทธ์ทั้งในเชิงรับและเชิงรุก และเมื่อมีการนำผลจากการวิเคราะห์สถานการณ์หน่วยงานที่ได้ให้น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยภายในมากำหนดกลยุทธ์นั้น ชุมชนได้พิจารณาจากปัจจัยภายในที่มีน้ำหนักความสำคัญมากเป็นลำดับต้น ๆ เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ เนื่องจากเป็นปัจจัยเด่นที่ชุมชนเห็นถึงความสำคัญสามารถนำไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์ได้ โดยรายละเอียดปัจจัยภายในด้านจุดแข็งที่ชุมชนพิจารณาเลือก คือ การสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการจัดตั้งและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น โดยเน้นสินค้าที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านจุดอ่อน คือ ประชาชนและบุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจ เช่น ความรู้ด้านภาษาอาเซียน ส่วนปัจจัยภายนอกที่จะนำมากำหนดกลยุทธ์นั้น ด้านโอกาสชุมชนได้พิจารณาเลือก คือ ชุมชนมีกิจกรรมส่งเสริมการดูแลสุขภาพแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชน และด้านอุปสรรค คือ ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีและการตลาด การวิจัยครั้งนี้ได้ปรับแนวคิดของปรกรณ์ ปรียากร (2545) ซึ่งเดิมใช้วิธีการในการวางแผนกลยุทธ์ 10 ขั้นตอน ปรับให้เหมาะสมกับชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน (2) ระบุประเด็นที่จะนำไปสู่การวางกลยุทธ์ เป็นการประมวล จุดแข็ง

จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดต่าง ๆ เข้าด้วยกัน หรือ การทำ SWOT matrix เพื่อพิจารณา ปัญหา ช่องว่าง และ ประเด็น ที่ควรจะกำหนดกลยุทธ์ทั้งในเชิงรับและเชิงรุก (3) การกำหนดกลยุทธ์ เป็นการจัดทำข้อเสนอในรูปแบบของ ทางเลือกต่าง ๆ ที่ควรจะดำเนินงาน ทั้งในส่วนของงานประจำและงานโครงการ การศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไป ได้ การจัดสรรทรัพยากร และการจัดทำเอกสารแผน (4) วิธีการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่น และ (5) ผลการพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็งของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่น เป็นขั้นตอนท้ายสุดที่มีความสำคัญ เพราะในการ ประเมินผลจะนำข้อมูลไปใช้สำหรับการปรับกลยุทธ์และแผนต่อไป โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นในการดำเนินงาน จนเกิดผลสัมฤทธิ์เชิงรูปธรรม

จากนั้นทำการกำหนดกลยุทธ์ได้ 4 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) กลยุทธ์พลิกฟื้น (turn around strategies) คือ สถานการณ์ที่หน่วยงานมีปัจจัยภายในภายในด้อยแต่ปัจจัยภายนอกเอื้อ โดยสร้างกลยุทธ์จาก โอกาส (opportunity) และจุดอ่อน (weakness) ในลักษณะการใช้โอกาสจากภายนอกมาปิดจุดอ่อนภายใน ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนได้ใช้กลยุทธ์พลิกฟื้น คือ อปท. ส่งเสริมการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และให้ความรู้ด้านภาษาอาเซียน ภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและ อปท. ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และให้ความรู้ด้านภาษาอาเซียนควบคู่การ ทำงาน (2) กลยุทธ์ตัดทอน (retrenchment strategies) คือ สถานการณ์ที่หน่วยงานมีปัจจัยภายนอกและปัจจัย ภายในด้อย โดยสร้างกลยุทธ์จาก อุปสรรค (threat) และจุดอ่อน (weakness) ในลักษณะการหลบหลีกอุปสรรค และปิดจุดอ่อนภายใน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนได้ใช้กลยุทธ์ตัดทอน คือ อปท. ส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อสืบทอดภูมิ ปัญญาท้องถิ่นควบคู่การให้ความรู้ด้านภาษาอาเซียน (3) กลยุทธ์เชิงรุก (aggressive strategies) คือ สถานการณ์ที่ หน่วยงานมีปัจจัยภายนอกเอื้อและปัจจัยภายในเด่น โดยสร้างกลยุทธ์จาก โอกาส (opportunity) และจุดแข็ง (strength) ในลักษณะการใช้โอกาสจากภายนอกประสานกับจุดแข็งภายใน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนได้ใช้กลยุทธ์เชิง รุก คือ อปท. สนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการส่งเสริมการดูแลสิ่งแวดล้อมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการส่งเสริมสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและ อปท. สนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พร้อมทั้งนำเสนอสินค้าที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และ (4) กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ (stability strategies) คือ สถานการณ์ที่หน่วยงานมีปัจจัยภายในดี แต่มีปัจจัยภายนอกไม่เอื้ออำนวย โดยสร้างกล ยุทธ์จาก อุปสรรค (threat) และจุดแข็ง (strength) ในลักษณะการหลบหลีกอุปสรรคและใช้จุดแข็งภายใน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนได้ใช้กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ คือ อปท. สนับสนุนในเรื่องของงบประมาณในการจัดตั้ง และพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น โดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเป็นช่อง ทางการตลาดออนไลน์ ธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ (2546) และ John M. Bryson (1995) ซึ่งอธิบายว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การดำเนินงานเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายหรือเป้าประสงค์ตาม พันธกิจ (mission) หรือภารกิจขององค์กร โดยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะผู้ที่ได้ผลประโยชน์จากองค์กร (stakeholders) ซึ่งในระยะต่อไปของการวิจัยเรื่องแผนกลยุทธ์การเพิ่มขีด ความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ต้องพัฒนาไปให้ถึงระดับปฏิบัติการ มีการติดตาม ประเมินผล เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์จนเป็นต้นแบบ (Best Practice) ให้กับชุมชนอื่นต่อไป

หลังจากที่ชุมชนทราบกลยุทธ์ทั้ง 4 ประเภทข้างต้น ชุมชนได้นำไปจัดทำแผนการดำเนินงานแผนกลยุทธ์ การเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน โดย จัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ได้สร้างไว้ พิชญานันท์ อมรพิชญ (2560) เป็นการนำ แผนไปสู่การดำเนินงาน ซึ่งโครงการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ให้ชุมชนเข้าร่วมงานวิจัยครั้งนี้ ได้จัดทำ “โครงการวิสาหกิจชุมชนประติมากรรมดินเผาบ้านป่าตาล” เพื่อให้บุคลากรในหน่วยงาน/ชุมชนรับรู้และเข้าใจ เตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ปี พ.ศ. 2560 และเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ พัฒนาทักษะ (ด้านภาษา ด้านสื่อเทคโนโลยี และสื่อประชาสัมพันธ์) ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานของข้าราชการ รวมทั้งเพื่อสร้างเครือข่าย กับประชาชนในการขับเคลื่อนการเป็นประชาคมอาเซียน โดยโครงการดังกล่าวได้ผ่านการจัดทำแผนงานและ โครงการผ่านเทศบาลัญญัติขององค์กรชุมชน และได้รับงบประมาณสนับสนุนในการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2560 ซึ่งโครงการวิจัยในระยะต่อไปจะได้ดำเนินการปฏิบัติการและติดตาม ประเมินผล เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของกลยุทธ์

การเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในกรอบประชาคมอาเซียน ซึ่งจะเป็ต้นแบบให้กับชุมชน
อื่นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงวิธีการเตรียมความพร้อมของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้
กรอบประชาคมอาเซียน จนสามารถจัดทำเป็นกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถดังกล่าวได้อย่างชัดเจน ซึ่งหากกลุ่ม
ธุรกิจชุมชนท้องถิ่นนำไปปรับประยุกต์ใช้ตามบริบทของท้องถิ่น จะเกิดกระบวนการทำงานขององค์กรปกครองส่วน
ท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพและได้รับความร่วมมือจากทุกส่วนอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ควรมี การเคลื่อนไหวทางเพจสินค้าออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ
เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง และควรมีหมวดหมู่สินค้าแต่ละประเภทให้ชัดเจน เช่น สินค้าตกแต่งในสวน
สินค้าตกแต่งในบ้าน เป็นต้น เพื่อความสะดวกสบาย และต้องเพิ่มเติมในด้านของการขายสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ
เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า และได้ฐานลูกค้าที่มาจากประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน และพัฒนาโครงการของ
ชุมชนให้เกิดต้นแบบของการพัฒนาชุมชนอาศัยกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชนท้องถิ่น เพื่อ
บูรณาการการทำงานกับชุมชนนอกจังหวัดเชียงใหม่ และขยายผลการวิจัยให้เกิดประโยชน์ของการนำไปใช้ให้มากขึ้น
โดยเฉพาะ 7 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน ลำพูน ลำปาง และแม่ฮ่องสอน

เอกสารอ้างอิง

- จินตนา บุญบังการ และณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์ = Strategic management.
กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. (2546). การบริหารเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
สถาบันพัฒนานโยบายและการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงกมล ศิริวงศ์. (2555). รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของ ไทย เพื่อเพิ่ม
ศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ศึกษาเฉพาะ 4 ธุรกิจ เอสเอ็มอีที่ผ่านเข้ารับ
สุดท้ายในรายการ เอสเอ็มอีดีแตก เพื่อชิงรางวัลสุดยอด เอสเอ็มอีแห่งปีระจ าบปี2554. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธันยชัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. วารสารนัก
บริหารมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 34(1), 185. เดอะเนชั่น. (2556). ข่าวชั้นคนเนชั่น. 13 มีนาคม 2556
- นันทิยา หุตานวัตร และณรงค์ หุตานวัตร. (2545). SWOT การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน. อุบลราชธานี:
คณะ เกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี สถาบันชุมชน ท้องถิ่นพัฒนา.
- ปกรณ์ ปรียากร. (2545). การวางแผนกลยุทธ์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา
http://www.hq.prd.go.th/plan/ewt_dl_link.php?nid=1994
- พิชญานันท์ ออมพิชญ (2560). แผนกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มธุรกิจชุมชน จังหวัดเชียงใหม่
ภายใต้กรอบประชาคมอาเซียน. โครงการ วิจัยงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ปี พ.ศ. 2558
- มงคล ต้นดีสุขุมล. (2555). ผลกระทบของการเปิดเสรี AEC ต่อ จังหวัดเชียงใหม่. เข้าถึงเมื่อ 16 กรกฎาคม 2559.
เข้าถึงได้ จาก <http://www.trainingthai.info/2012/10/aec.html>
- ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร เทศบาลนครขอนแก่น. (2559). รู้จักเส้น ทางเศรษฐกิจสายอาเซียน (GMS Economic
Corridors). เข้าถึงเมื่อ 15 กรกฎาคม 2559. เข้าถึงได้จาก
<http://center.kkmuni.go.th/images/data/Investmentdata/asian-way.pdf>

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่. (2559). รู้จักเชียงใหม่. เข้าถึงเมื่อ 16 กรกฎาคม 2559.
เข้า ถึงได้จาก <http://www.cm-mots.com/aboutus/index/1346643608.html>

Bryson, J. M. (1995). Strategic planning for public and nonprofit organization: A guide to strengthening organization achievement. San Francisco: Jossey Bass Publishers.

John M.Bryson. (1995). **Strategic Planning for Public and Nonprofit Organization: A Guide to Strengthening Organization Achievement.** San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

**แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าแฮนด์เมดจากซองกาแฟ
ของกลุ่มแม่บ้านดงตาจันทร์ ตำบลไตรตรัง อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร**
**THE METHODS TO IMPROVE HANDMADE BAGS PRODUCTS FROM COFFEE BAGS
OF THE HOUSEWIFE DONG TA CHAN GROUP, TRAI TRUENG SUB-DISTRICT,
MUANG DISTRICT, KAMPHAENG PHET PROVINCE.**

กาญจน์นภ ราชภัทตี*
จันทน์ ยอดเพชร*
อวิศยา สมโภชน์*
อนันจิตรา ดอนบันเทา**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงาน ของกลุ่มแม่บ้านดงตาจันทร์ เพื่อวิเคราะห์สภาพการตลาดผลิตภัณฑ์กระเป๋าแฮนด์เมด จากซองกาแฟ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาจันทร์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าแฮนด์เมด จากซองกาแฟ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาจันทร์ โดยมีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม, การสนทนาร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน ค่าสถิติ คือ จำนวนร้อยละ ผลการวิจัยพบว่าการดำเนินงานด้านวัตถุดิบมีความเพียงพอต่อกระบวนการผลิต แต่กลุ่มแม่บ้านยังขาดช่องทางการจัดจำหน่าย จากปัญหาดังกล่าวทีมผู้วิจัยได้พัฒนาเพจในเฟซบุ๊ก และแหล่งรับซื้อเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มแม่บ้านควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบหลากหลายแปลกใหม่แตกต่างไปจากเดิม

คำสำคัญ: การพัฒนา, ผลิตภัณฑ์, กระเป๋าแฮนด์เมด

ABSTRACT

This research have three objectives to study the processes of housewife Dong Ta Chan group ; to analyze distribution of Handmade Bags products from coffee bags of the housewife Dong Ta Chan group and to study the methods of improving Handmade Bags products from coffee bags of the housewife Dong Ta Chan group. There are 10 respondents. The research methodologies are questionnaire, interview the housewife group. The statistic used is percentage. The study found that the processing materiel is enough to producing but the housewife Dong Ta Chan group lacks of the methods to sell Handmade Bag products from coffee bags. Form this problem, researchers improved Fanpage on Facebook and shop to have more accessible to consumers. Based on a product development study, The housewife group should improve the products for increasing many designs of products by increasing the new designs to have difference designs from the old one.

Keywords: Improvement, Product, Handmade Bags

*บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ) การเงินและการธนาคาร มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

**ปริญญาโท (บธ.ม.) สาขาการเงิน มหาวิทยาลัยภาคกลาง/ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันถ้าจะพูดถึงเรื่องกระเป๋าในยุคปัจจุบันนี้คงไม่มีใครที่ไม่รู้จัก ตั้งแต่เด็กเราก็ต้องถือกระเป๋า ไปโรงเรียนจนเข้ามหาวิทยาลัยต่อวัยทำงาน กระเป๋ากลายเป็นไอเท็มสำคัญของมวลมนุษยชาติ และกระเป๋าในปัจจุบันมีมากมายหลายแบบและที่สำคัญจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล กระเป๋าจึงเป็นตัวบ่งบอกถึงรสนิยม โลโก้สไตล์ของแต่ละบุคคลได้เป็นอย่างดี ในยุคปัจจุบันการหาและการศึกษาข้อมูลของกระเป๋าสามารถทำได้ง่ายมากไม่ว่าจะเป็นการหาข้อมูลจากออนไลน์ผ่านทาง Facebook Instagram หรือทางโฆษณาทางทีวี จะเห็นได้ว่าการเข้าถึงข้อมูลหรือการซื้อกระเป๋าไม่ใช่เรื่องสำหรับทุกๆ คนอีกต่อไป

นิยามของคำว่า แสนด์เมด คือ สิ่งของที่ถูกผลิตหรือประดิษฐ์ขึ้นจากฝีมือแรงงานคนที่มีเอกลักษณ์ หรือให้เข้าใจง่ายก็คือจะเป็น “สิ่งที่สร้างสรรค์ด้วยคน” ฉะนั้นงานแสนด์เมด จึงราคาค่อนข้างสูงส่วนใหญ่จะใช้กับงานศิลปะ (ปวิช พนานุสรณ์, 2556, หน้า 1)

เมื่อพูดถึงกระเป๋าแสนด์เมด ที่ทำจากชองกาแพก็เป็กระเป๋าอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยม ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีความโดดเด่นเฉพาะตัว มีความคงทน และที่สำคัญมีราคาที่ไม่แพง กระเป๋าแสนด์เมด ที่ทำจากชองกาแพของกลุ่มแม่บ้านดงตาดจันท์ ตำบลไตรตรังษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เป็นการนำชองกาแพซึ่งเป็นเศษขยะในสายตาของใครหลายๆ คนไปสรรค์สร้างให้กลายเป็นกระเป๋าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับชองกาแพ และยังเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูปและนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่นตรงตามความต้องการของลูกค้า และยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกชุมชนดงตาดจันท์ แต่กลุ่มแม่บ้านยังขาดช่องทางการตลาด การจัดจำหน่ายที่แน่นอน และการโปรโมตเพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

จากปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าแสนด์เมดจากชองกาแพ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาดจันท์ ตำบลไตรตรังษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กระเป๋าแสนด์เมด จากชองกาแพ ให้มีประสิทธิภาพสามารถเข้าถึงตลาดมากขึ้นตลอดจนเพื่อสนองความต้องการของตลาดและเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต

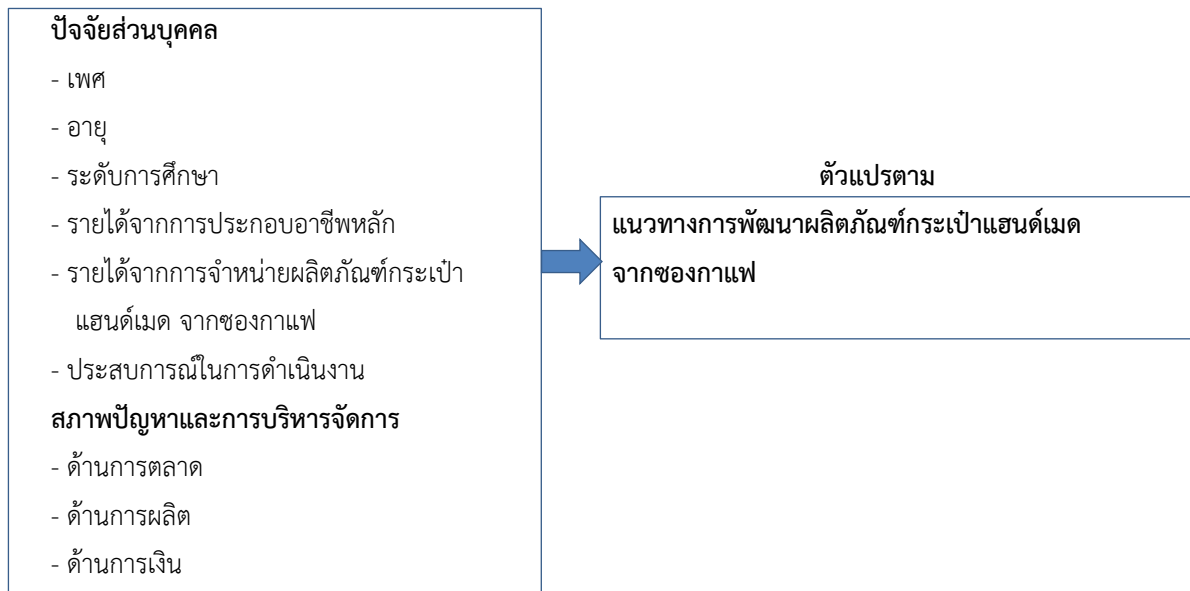
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงาน ของกลุ่มแม่บ้านดงตาดจันท์ ตำบลไตรตรังษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อวิเคราะห์สภาพการตลาดผลิตภัณฑ์กระเป๋าแสนด์เมดจากชองกาแพ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาดจันท์ ตำบลไตรตรังษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าแสนด์เมดจากชองกาแพ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาดจันท์ ตำบลไตรตรังษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

กรอบแนวคิดการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยเกิดความชัดเจนตรงตามวัตถุประสงค์ จึงแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นเหตุและผล ดังนี้

ตัวแปรต้น



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มแม่บ้าน หมู่ 11 บ้านดงตาจันทร์ ตำบลไทรตรีงษ์ อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยมีสมาชิกกลุ่มจำนวน 10 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เป็นแบบสอบถามเพื่อให้ทราบถึงปัญหาการผลิตกระเป๋าสแตนด์เมต จากชองกาแพของกลุ่มแม่บ้านดงตาจันทร์ ตำบลไทรตรีงษ์ อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ลงพื้นที่สำรวจหมู่บ้านดงตาจันทร์ ตำบลไทรตรีงษ์ อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และนำมาเป็นหัวข้อในการศึกษาวิจัย
2. สร้างโครงร่างรายงานวิจัยทางการเงินและการธนาคาร เพื่อศึกษาที่มาและความสำคัญ กำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดตัวแปรต้นและตัวแปรตาม เพื่อเสนอเรื่องให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยทางการเงินและการธนาคาร
3. สร้างโครงร่างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ให้มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ ตัวแปรต้นและตัวแปรตาม
4. นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้อง
5. ปรับปรุงเครื่องมือวิจัยตามที่อาจารย์แนะนำ เพื่อนำไปใช้จริงในการลงไปสอบถามและสัมภาษณ์กลุ่มผลิตภัณฑ์กระเป๋าสแตนด์เมต จากชองกาแพ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาจันทร์

6. เมื่อทำการลงพื้นที่สอบถามและสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มผลิตกระเป๋าแฮนด์เมด จากชองกาแพ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาดำจันทร์เสร็จแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

7. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติมาประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows โดยใช้ค่าสถิติ ดังนี้

ร้อยละ (Percentage)

คือ แนวทางในการนำเสนอจำนวนโดยใช้เศษส่วนที่มีตัวส่วนเป็น 100 มักใช้สัญลักษณ์เป็น เครื่องหมายเปอร์เซ็นต์ "%" มีสูตรดังนี้

$$\text{จากสูตร } p = \frac{F}{n} \times 100$$

แทนค่า P คือ ค่าร้อยละ

F คือ ความถี่ของรายการ

n คือ ความถี่ทั้งหมด

ผลการศึกษาวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าแฮนด์เมดจากชองกาแพ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาดำจันทร์ ตำบลไทรตรีงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร มีการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ผลิตกระเป๋าแฮนด์เมดจากชองกาแพ จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับข้อมูลของวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงาน ของกลุ่มแม่บ้านดงตาดำจันทร์ ตำบลไทรตรีงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 2. เพื่อวิเคราะห์สภาพการตลาดผลิตภัณฑ์กระเป๋าแฮนด์เมดจากชองกาแพ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาดำจันทร์ ตำบลไทรตรีงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าแฮนด์เมดจากชองกาแพ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาดำจันทร์ ตำบลไทรตรีงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศของสมาชิก

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	10	100.00
ชาย	0	0.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นหญิงจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุของสมาชิก

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-20 ปี	0	0.00
21-30 ปี	0	0.00
31-40 ปี	0	0.00
41-50 ปี	1	10.00
51-60 ปี	4	40.00

60 ปีขึ้นไป	5	50.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาอายุ 51-60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามศาสนาของสมาชิก

ศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
พุทธ	10	100.00
คริสต์	0	0.00
อิสลาม	0	0.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดนับถือศาสนาพุทธจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	0	0.00
สมรส	9	90.00
หย่าร้าง	1	10.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่สถานภาพสมรส จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสมาชิกในครอบครัว

สมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	1	10.00
2 คน	4	40.00
3 คนขึ้นไป	5	50.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 3 คนขึ้นไปจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาสมาชิกในครอบครัว 2 คน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาสมาชิกในครอบครัว 1 คน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	10	100.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ม.6/ปวช.	0	0.00
อนุปริญญา ปวส.	0	0.00
ปริญญาตรี	0	0.00

รวม	10	100.00
------------	-----------	---------------

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจบการศึกษาชั้นประถมศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัท	0	0.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0.00
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00
รับราชการ	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว	4	40.00
รับจ้างทั่วไป	3	30.00
เกษตรกร	2	20.00
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน	1	10.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาทำอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาทำอาชีพเกษตรกร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และมาไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อปี

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	0	0.00
5,001-10,000 บาท	0	0.00
10,001-20,000 บาท	1	10.00
20,001-30,000 บาท	3	30.00
30,001-40,000 บาท	2	20.00
40,001-50,000 บาท	4	40.00
50,001 บาท	0	0.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา มีรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมา มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้

แหล่งที่มาของรายได้	จำนวน	ร้อยละ
จากการทำงานของตนเอง	6	60.00
พ่อแม่/ผู้ปกครอง	0	0.00
คู่สมรส	4	40.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของรายได้มาจากการทำงานของตนเอง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือแหล่งที่มาของรายได้มาจากคู่สมรส จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับธุรกิจ กระเป๋าสานด์เมต จากชองกาแพ

บทบาทหน้าที่	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้ากลุ่ม	1	10.00
รองหัวหน้ากลุ่ม	1	10.00
สมาชิกกลุ่ม	8	80.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีบทบาทหน้าที่เป็นสมาชิกกลุ่ม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือบทบาทหน้าที่เป็นหัวหน้ากลุ่ม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รองลงมาคือบทบาทหน้าที่เป็นรองหัวหน้ากลุ่ม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์การเป็นสมาชิกกลุ่ม

ประสบการณ์การเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
5 เดือน	1	10.00
1 ปี	2	20.00
2 ปี	7	70.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การเป็นสมาชิกกลุ่มมากที่สุด 2 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือประสบการณ์การเป็นสมาชิกกลุ่ม 1 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาคือประสบการณ์การเป็นสมาชิกกลุ่ม 5 เดือน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาสภาพการดำเนินงานเกี่ยวกับกระเป๋าสานด์เมตจากชองกาแพ

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มแม่บ้านดงตาจันทร์ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานด์เมตจากชองกาแพ มีรายละเอียดด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการจัดการด้านวัตถุดิบ

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ด้านการจัดการด้านวัตถุดิบ แบ่งออกเป็นแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และการวางแผนในการใช้วัตถุดิบต่างๆ จากการสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านสามารถสรุปออกมาได้ดังนี้ แหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีการรับซื้อวัตถุดิบชองกาแพจากคนในชุมชนของตนเองหรือชุมชนใกล้เคียงในราคา 100 ของ 10 บาท และได้มาจากการตีหมากแพชองสมาชิกในครอบครัว ญาติพี่น้อง ที่ตีหมากแพแล้วเก็บของไว้ การวางแผนในการใช้วัตถุดิบกลุ่มแม่บ้านได้มีการวางแผนการใช้จำนวนของชองกาแพต่อขนาดของกระเป๋าตั้งนี้ กระเป๋าถือที่มีความกว้าง 6 นิ้ว สูง 9 นิ้ว จะใช้ชองกาแพจำนวน 713 ของ กระเป๋าสะพายขนาดเล็กที่มีความกว้าง 3 นิ้ว สูง 5 นิ้ว จะใช้ชองกาแพจำนวน 110 ของ กระเป๋าสะพายขนาดกลางที่มีความกว้าง 4 นิ้ว สูง 6 นิ้ว จะใช้ชองกาแพจำนวน 260 ของ และกระเป๋าสะพายขนาดใหญ่ที่มีความกว้าง 5 นิ้ว สูง 7 นิ้ว จะใช้ชองกาแพจำนวน 343 ของ

2. ด้านการจัดการกระบวนการผลิต

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ด้านการจัดการกระบวนการผลิต แบ่งออกเป็น การวางแผนการผลิต วิธีการกระบวนการในการผลิต เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต จากการสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านสามารถสรุปออกมาได้ดังนี้ การวางแผนการผลิตกลุ่มแม่บ้านได้มีการวางแผนโดยการนำของกาแฟมาพับครึ่งแล้วเย็บแม่คนได้จำนวนที่ต้องการแล้วนำมาสานต่อกันเรื่อยๆจนได้รูปทรงออกมาตามที่ต้องการ จากนั้นก็นำส่งไปเย็บขึ้นรูปทรงและเย็บซับในพร้อมสายสะพายกระเป๋า วิธีการและกระบวนการในการผลิตกลุ่มแม่บ้านได้มีการเตรียมอุปกรณ์ต่างๆโดยการนำของกาแฟมาตัดแล้วนำไปล้างน้ำให้สะอาดเพื่อที่จะนำมาพับครึ่งแล้วเย็บแม่คนได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ เมื่อพับเสร็จแล้วก็นำของกาแฟที่พับเสร็จมาประกบกันจำนวน 4 ซองเพื่อถักขึ้นรูปกระเป๋า เมื่อขึ้นรูปกระเป๋าเสร็จแล้วก็นำส่งไปให้ร้านเย็บให้เป็นรูปทรงตามที่ต้องการ เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ กรรไกร มีด แม่ค้อน และไขควง

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาสภาพการตลาดเกี่ยวกับกระเป๋าแฮนด์เมดจากของกาแฟ

ด้านการจัดการด้านการตลาด 4'P

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ด้านการจัดการด้านการตลาด แบ่งออกเป็น ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา(Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) จากการสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านสามารถสรุปออกมาได้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นผลิตภัณฑ์รีไซเคิลจากของกาแฟที่ใช้แล้วนำมาตัดแปลงให้เกิดประโยชน์ ผลิตภัณฑ์เป็นงานฝีมือ เป็นงานแฮนด์เมดที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีความทนทานสามารถใช้งานได้หลายปี ราคา (Price) กลุ่มแม่บ้านได้มีการตั้งราคาตามขนาดของกระเป๋าดังนี้ กระเป๋าสะพายขนาดเล็กราคาใบละ 300 บาท กระเป๋าสะพายขนาดกลางราคาใบละ 400 บาท กระเป๋าสะพายขนาดใหญ่ราคาใบละ 500 บาท และกระเป๋าถือขนาดใหญ่ราคาใบละ 600 บาท ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กลุ่มแม่บ้านมีการวางจำหน่ายหน้าร้านค้าอย่างเดียว ยังขาดแหล่งรับซื้อกระเป๋าที่แน่นอน การส่งเสริมการตลาด (Promotion) กลุ่มแม่บ้านมีการจัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้าโดยการซื้อกระเป๋า 10 ใบขึ้นไปจะลดราคาให้ 10%

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าแฮนด์เมดจากของกาแฟ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านสามารถสรุปได้ดังนี้ กลุ่มแม่บ้านควรเพิ่มความหลากหลายของชนิดผลิตภัณฑ์ โดยการนำผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ให้แตกต่างไปจากเดิมโดยการทำให้เป็น ช่องใส่ของ กระเป๋าต่างค์ กระเป๋าเป้ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ให้กับลูกค้า และเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปตามรสนิยมในปัจจุบัน

อภิปรายผล

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าแฮนด์เมดจากของกาแฟ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาดจันทร์ ตำบลไตรรงค์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งเมื่อแยกออกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการด้านวัตถุดิบ แหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีการรับซื้อของกาแฟจากคนในชุมชนในราคา 100 ซอง 10 บาท กลุ่มแม่บ้านได้มีการวางแผนการใช้จำนวนของของกาแฟต่อขนาดของกระเป๋าเล็ก กลาง ใหญ่ ด้านการจัดการกระบวนการผลิตมีการเตรียมอุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตมีการวางแผนขั้นตอนการทำเพื่อให้ได้รูปทรงตามที่ต้องการ ด้านการจัดการด้านการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์เป็นงานทำมือ มีความทนทานสามารถใช้งานได้นาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร วิศพันธุ์ 2557 เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าทอเกาะยอโดยใช้เทคนิควิลิท เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอเกาะยอให้กับกลุ่มทอผ้าร่วมไทร ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ด้านรูปทรงมีความเป็นเอกลักษณ์และยังคงคุณค่าผ้าทอเกาะยอ มีความคงทนแข็งแรง มีความสะดวกในการหยิบหรือใส่สิ่งของ และมีความเหมาะสมกับ

รสนิยมของกลุ่มสตรีวัยทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลวรรณ พัทธพรพิพัฒน์ (2558) เรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นประเภทกระเป๋าจากเศษผ้าฝ้ายทอเหลือใช้ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า มีการใช้เศษผ้าฝ้ายทอเหลือใช้มาสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋า โดยมีการใช้ลวดลายที่โดดเด่นของตัวผ้าฝ้ายมาทำเป็นลวดลายลายกระเป๋าบอกถึงเอกลักษณ์ของชุมชน สามารถสร้างคุณค่าให้กับวัสดุเหลือใช้และสร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนภฤต แก้วพิลากรมย์ (2557) เรื่องการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสำหรับสุภาพสตรี จากผ้าหม้อห้อม ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสุภาพสตรีที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เนื่องจากใช้ผ้าหม้อห้อมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของมาทำเป็นกระเป๋าสำหรับสุภาพสตรี กระเป๋าที่ทำจากผ้าหม้อห้อมมีความทนทาน แปลกใหม่ สามารถใช้งานได้นาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 ด้านการจัดการกระบวนการผลิต การผลิตกระเป๋าแฮนด์เมดจากชองกาแพ เป็นการผลิตด้วยฝีมือของกลุ่มแม่บ้านจะต้องใช้ความเชี่ยวชาญ และชำนาญในการถักกระเป๋าให้ขึ้นรูป จึงใช้เวลานานในการผลิตควรเพิ่มจำนวนคนเข้ามาช่วยเสริมในการผลิต เพื่อสามารถผลิตกระเป๋าได้เร็วขึ้นและทันความต้องการของลูกค้า

1.2 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านมีการวางจำหน่ายหน้าร้านค้าเพียงอย่างเดียว จึงต้องมีการจัดหาช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ร้านค้าสินค้า OTOP ร้านค้าขายส่งกระเป๋า เป็นต้น เพื่อให้มีแหล่งรับซื้อที่แน่นอน

1.3 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มความหลากหลายของชนิดผลิตภัณฑ์ จะต้องผลิตสินค้ารูปแบบใหม่ให้มีความแตกต่างไปจากเดิม เพื่อเป็นทางเลือกและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

1.4 การส่งเสริมให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการผลิตกระเป๋า เนื่องจากปัจจุบันสมาชิกกลุ่มแม่บ้านดงตาดงตาจันทร์มีอายุ 60 ปี ขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่จึงทำให้มีความล่าช้าในการผลิต ควรส่งเสริมให้เยาวชนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตกระเป๋า เพื่อเป็นการสืบสานความรู้ และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์กระเป๋าแฮนด์เมดจากชองกาแพ

2.2 ศึกษาการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์กระเป๋าแฮนด์เมดจากชองกาแพ ของกลุ่มแม่บ้านดงตาดงตาจันทร์ ตำบลไตรตรึงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ให้กับบุคคลที่สนใจจะศึกษาในครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ปวิช พนาสุธรณ์. (2556). **นิยามของคำว่าแฮนด์เมด**. [Online]. Available: <http://www.siamfishing.com/content/view.php?nid=114292&cat=handmade>. [2561, เมษายน 26].

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2561). **ผลิตภัณฑ์**. [Online]. Available: <https://th.wikipedia.org/wiki/>. [2561, เมษายน 2].

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2556). **กระเป๋า**. [Online]. Available: <http://www.royin.go.th/?knowledges>. [2561, เมษายน 2].

mink jirapat. (2555). **กระเป๋าHandmade**. [Online]. Available: <http://minkbeliebers-hm.blogspot.com/>. [2561, เมษายน 2].

ธนภฤต แก้วพิลากรมย์. (2557). **การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสำหรับสุภาพสตรี จากผ้า**

หม้อห้อมด้วยการทอแบบลายสอง. [Online]. Available: <http://tdc.thailis.or.th/tdc/> [2561, มีนาคม 30].

ศศิธร วิศพันธุ์. (2557). การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าทอเกาะยอโดยใช้เทคนิคควิลท์. [Online]. Available: <http://tdc.thailis.or.th/tdc/> [2561, มีนาคม 30].

กมลวรรณ พัชรพรพิพัฒน์. (2558). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นประเภทกระเป๋าจากเศษผ้าฝ้ายทอเหลือใช้ : กรณีศึกษาผ้าฝ้ายทอไทลื้อบ้านเฮี้ย อ.บัว จังหวัดน่าน. [Online]. Available: <http://tdc.thailis.or.th/tdc/> [2561, มีนาคม 30].

การจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
RETAIL MANAGEMENT INFLUENCING CONSUMER BUYING BEHAVIOR
AT B2S IN BANGKOK

ศรินธร ไชยรัตน์¹
ลภัสวัฒน์ คล้ายแสง²
กานต์สินี วรรณโส³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูลในการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและมีการซื้อสินค้าในร้าน B2S จำนวน 400 คน และเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ผลการวิจัย พบว่า

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 16 -25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาทและมีสถานภาพโสด
2. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดการร้านค้าปลีก พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านคุณค่าด้านความสะดวกในการเข้าซื้อสินค้ามากที่สุด รองลงมาคุณภาพของสินค้า ลักษณะทางกายภาพ ด้านการบริการ และน้อยที่สุดคือด้านการคัดเลือกสินค้ามาจัดจำหน่ายในร้าน
3. การทดสอบด้วยสถิติ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ในการจัดการร้านค้าปลีก คือ ด้านการบริการ การคัดเลือกสินค้า คุณค่าด้านความสะดวก ลักษณะทางกายภาพ และคุณภาพของสินค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: การจัดการร้านค้าปลีก พฤติกรรมการซื้อ ร้านบีทูเอส

ABSTRACT

The purpose of this research was to retail management influencing consumer buying behavior at B2S in Bangkok.. This research was a quantitative research and questionnaire was used as a data collection tool in the study. The samples used in this study were The population in Bangkok metropolis purchased 400 in B2S and selected the convenience sampling method. The data analyzed by the methods of percentage, means and standard deviation and Pearson Product Moment Correlation Coefficient test.

The results of the study are as follows:

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ อีเมล : Kansinee.wo@vru.ac.th

² หลักสูตรบัญชีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ อีเมล : Laphatsawat4996@gmail.com

³ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ อีเมล : sarintorn@vru.ac.th

1. Most of the respondents were female, at ages between 16 -25 years old, held a bachelor degree, worked at private companies and had monthly income between 10,001- 15,000 bath on average.

2. Analysis of retail management factors revealed that consumers value the most convenience in purchasing products. Followed by the quality of the product physical evidence service and the least is the product selecting sold within the store.

3. Test with statistics. Pearson Product Moment Correlation Coefficient, The Retail Management by service product selection convenience physical evidence and product quality relate to the consumer buying behavior at B2S in Bangkok statistically significant at .05.

Keywords: Retail Management, Consumer buying behavior, B2S

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีและการแข่งขันที่รุนแรงทำให้การค้าสมัยใหม่มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเพิ่มมากขึ้น และจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการ และการให้บริการที่ทันสมัยใหม่สามารถตอบสนองความต้องการและเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ซึ่งสาเหตุที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการเติบโตอย่างรวดเร็ว และแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ E - Commerce เป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล ทำให้ผู้ประกอบการพยายามปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่มากขึ้น โดยการปรับพื้นที่ในการทำกิจกรรม เพื่อเพิ่มการให้บริการแก่ลูกค้า การคัดเลือกสินค้าที่มีความหลากหลายและแตกต่างเพื่อเพิ่มทางเลือกในการตัดสินใจ การนำเสนอสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ (Niche & Unique) มาจำหน่าย

ร้าน B2S เป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งเป็นแหล่งรวมในการจำหน่ายและให้บริการสินค้าประเภทหนังสือ ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ รวมถึงอุปกรณ์เครื่องเขียน เครื่องใช้สำนักงาน อุปกรณ์ศิลปะและสื่อบันเทิง โดยแบ่งประเภทสินค้าออกเป็น 5 กลุ่มได้แก่

1) หนังสือ (Books) ได้แก่หนังสือ และ นิตยสาร ซึ่งจัดแบ่งประเภทเป็นหมวดหมู่อย่างชัดเจน โดยภายในร้านจัดพื้นที่ขาย แบ่งเป็นสัดส่วนตามประเภทของหนังสือโดยจัดแบ่งเป็น 1. หนังสือต่างประเทศ (Foreign Book) 2. วารสารกรรม (Literature) 3. แม่และเด็ก (Mother & Child) 4. จิตวิทยา/พัฒนาตนเอง (Wisdom) 5. วิชาการ/ความรู้ (Learning) 6. บริหาร (Business) 7. ชีวิต สุขภาพ สันทนาการ (Living) 8. หนังสือท่องเที่ยว (Travel) 9. นิตยสาร (Magazine)

2) อุปกรณ์เครื่องเขียน (Stationery) ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องเขียน เครื่องใช้สำนักงาน อุปกรณ์การเรียน สำหรับทุกความต้องการของลูกค้าทั้งกลุ่มนักเรียน กลุ่มลูกค้าสำนักงาน และกลุ่มลูกค้าทั่วไป

3) อุปกรณ์สำหรับงานศิลปะ และงานสร้างสรรค์จินตนาการ (Art & Craft) ได้แก่ อุปกรณ์สำหรับงานศิลปะ และงานสร้างสรรค์จินตนาการ

4) อุปกรณ์สำนักงานและสื่อความรู้ความบันเทิง ที่หลากหลาย (Lifestyle Product) ได้แก่สินค้ากลุ่มเครื่องเขียน อุปกรณ์สำนักงานและเฟอร์นิเจอร์ ที่ตอบสนองลูกค้าทุกกลุ่ม

5) สินค้าที่สร้างความเพลิดเพลิน ให้ความรู้ ของเล่นฝึกทักษะเพื่อการเรียนรู้สำหรับเด็ก (Play & Learn) ได้แก่ ของเล่นฝึกทักษะเพื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กและเสริมจินตนาการ

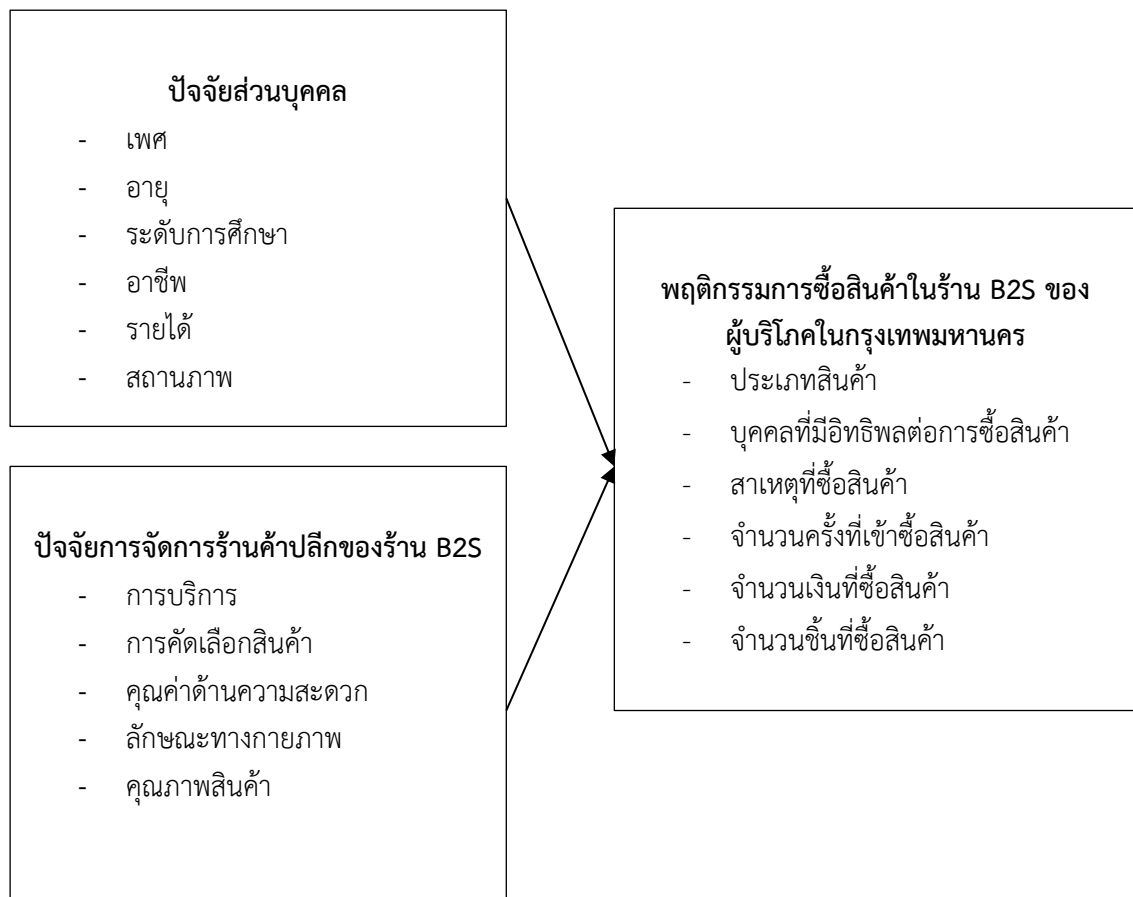
ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงจำเป็นต้องทำการศึกษาการจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยการจัดการร้านค้าปลีกของร้าน B2S และเป็นแนวทางในการบริหารจัดการร้าน B2S ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อเชื่อมโยง

ช่องทางการให้บริการ (Online to Offline: O2O) ทั้งที่เป็นส่วนของค้าปลีกหน้าร้านและออนไลน์ให้เกิดความเหมาะสมมากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้าน B2S ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการร้านค้าปลีกของร้าน B2S ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยการจัดการร้านค้าปลีกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการร้านค้าปลีกกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูลในการศึกษาและการศึกษาครั้งนี้โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและมีการซื้อสินค้าในร้าน B2S

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและมีการซื้อสินค้าในร้าน B2S เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549:74) ทำให้ได้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละโดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งตัวอย่างที่ได้นั้นผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในส่วนนี้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัย

สร้างขึ้น โดยอาศัยข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาจากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล การจัดการร้านค้าปลีก และพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะของคำถามจะเป็นปลายปิด (Close-ended question) คำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และให้เลือกข้อที่เหมาะสมที่สุดจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการร้านค้าปลีกของร้าน B2S ในกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การบริการ การคัดเลือกสินค้า คุณค่าด้านความสะดวก ลักษณะทางกายภาพ และคุณภาพสินค้า รวมทั้ง 30 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval Scale) เป็นการวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเป็น 5 ระดับ ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และกำหนดให้แต่ละข้อมี 5 ตัวเลือก

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ประเภทสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า สาเหตุที่ซื้อสินค้า จำนวนครั้งที่เข้าซื้อสินค้า จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า จำนวนชั้นที่ซื้อสินค้าต่อครั้ง โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval Scale) เป็นการวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเป็น 5 ระดับ ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และกำหนดให้แต่ละข้อมี 5 ตัวเลือก

2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1) ความเที่ยงตรง ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือสำหรับวัดการวิจัย ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการร้านค้าปลีก กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แนวคิดทฤษฎีตลอดจนผลงานที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางการสร้างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ให้คำชี้แนะและทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อหาที่มีความเที่ยงตรงและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 การจัดการร้านค้าปลีกและส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00

2) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้มีลักษณะเป็นแบบ มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จึงต้องนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cornbrash (Cornbrash's Alpha) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลและนำข้อบกพร่องต่างๆ มาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551) ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.753 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นค่อนข้างสูงและแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการเก็บรวบรวม รวมข้อมูลและค้นคว้าจากหนังสือ บทความ เอกสาร วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้ข้อมูลในการ สนับสนุนผลการวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่ ใช้บริการ หรือเคยใช้บริการร้าน B2S

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับการจัดการร้านค้าปลีกของร้าน B2S ในกรุงเทพมหานคร และส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และจำนวน 400 คน คือ การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาด้านการจัดการร้านค้าปลีกที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ด้วยเกณฑ์ดังนี้ (Hinkle D.E. 1998,p.118)

ค่า r	ระดับความสัมพันธ์
.90 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
.70 - .90	มีความสัมพันธ์กันสูง
.50 - .70	มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
.30 - .50	มีความสัมพันธ์กันต่ำ
.00 - .30	มีความสัมพันธ์กันต่ำมาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจำนวน 3 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้าน B2S ในกรุงเทพมหานคร จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้ผลการวิจัยคือ การวิเคราะห์ปัจจัย

ส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีอายุระหว่าง 16-25 ปี (ร้อยละ 57.5) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 43.5) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 29.3) รายได้ 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ 33.8) และสถานภาพโสด (ร้อยละ 82.3) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการร้านค้าปลีกของร้าน B2S ในกรุงเทพมหานคร

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้ผลการวิจัยคือ ปัจจัยการจัดการร้านค้าปลีกของร้าน B2S ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การบริการ การคัดเลือกสินค้า คุณค่าด้านความสะดวก ลักษณะทางกายภาพ และคุณภาพสินค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการจัดการร้านค้าปลีกของร้าน B2S ในด้านคุณค่าด้านความสะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.16 (S.D. = 0.45) รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (SD = 0.39) ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (SD = 0.34) ด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.38) และน้อยที่สุดคือ และการคัดเลือกสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (SD = 0.38)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3: เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผู้วิจัยสามารถสร้างเป็นสมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัย : การจัดการร้านค้าปลีกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานทางสถิติข้อที่ 1.

H_0 : การจัดการร้านค้าปลีกด้านการบริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H_1 : การจัดการร้านค้าปลีกด้านการบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1.1 การทดสอบตัวแปรด้วยสถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

n = 400

การจัดการร้านค้าปลีก	พฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร											
	ประเภทสินค้า		บุคคลที่มีอิทธิพล		สาเหตุที่ซื้อสินค้า		จำนวนครั้งที่เข้ามา		จำนวนเงินที่ซื้อ		จำนวนชิ้นที่ซื้อ	
	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig
การบริการ	.113	.023*	.565	.000*	.134	.007*	.387	.003*	.147	.003*	.289	.000*

* ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 1.1 การจัดการร้านค้าปลีกด้านการบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ด้านการบริการกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 .003 .007 .023 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านการบริการ มีความสัมพันธ์กับประเภทของสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพล สาเหตุที่ซื้อสินค้า จำนวนครั้งที่มาซื้อสินค้า จำนวนเงินที่ซื้อ และจำนวนชิ้นที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

ด้านการบริการมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .565 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 56.5

ด้านการบริการมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาซื้อสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .387 อยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 38.7

ด้านการบริการมีความสัมพันธ์กับจำนวนชิ้นที่ซื้อ จำนวนเงินที่มาซื้อสินค้าต่อครั้ง สาเหตุที่มาซื้อสินค้า และประเภทสินค้าที่ซื้อในร้าน B2S มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .289 .147 .134 และ .113 อยู่ในระดับต่ำมากคิดเป็นร้อยละ 28.90 14.70 13.40 และ 11.3

สมมติฐานทางสถิติข้อที่ 2

H_0 : การจัดการร้านค้าปลีกด้านการคัดเลือกสินค้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H_1 : การจัดการร้านค้าปลีกด้านการคัดเลือกสินค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1.2 การทดสอบตัวแปรด้วยสถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

n = 400

การจัดการ ร้านค้าปลีก	พฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร											
	ประเภท สินค้า		บุคคลที่มี อิทธิพล		สาเหตุที่ซื้อ สินค้า		จำนวนครั้งที่ ที่มา		จำนวนเงินที่ ซื้อ		จำนวนชิ้นที่ ซื้อ	
	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig
การคัดเลือกสินค้า	.297	.000*	.991	.000*	.188	.000*	.467	.000*	.121	.015*	.172	.000*

* ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 1.2 การจัดการร้านค้าปลีกด้านการคัดเลือกสินค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ด้านคัดเลือกสินค้ากับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 และ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านการคัดเลือกสินค้า มีความสัมพันธ์กับประเภทของสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพล สาเหตุที่ซื้อสินค้า จำนวนครั้งที่มาซื้อสินค้า จำนวนเงินที่ซื้อ และจำนวนชิ้นที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

ด้านการคัดเลือกสินค้ามีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .991 อยู่ในระดับสูงมาก คิดเป็นร้อยละ 99.10

ด้านการคัดเลือกสินค้ามีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาซื้อสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .467 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 46.70

ด้านการคัดเลือกสินค้ามีความสัมพันธ์กับประเภทสินค้าที่ซื้อในร้าน B2S สาเหตุที่มาซื้อสินค้า จำนวนชิ้นที่ซื้อ และจำนวนเงินที่มาซื้อสินค้าต่อครั้ง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .297 .188 .172 และ .121 อยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นร้อยละ 29.70 18.80 17.20 และ 12.10

สมมติฐานทางสถิติข้อที่ 3

H_0 : การจัดการร้านค้าปลีกด้านการคัดเลือกสินค้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H_1 : การจัดการร้านค้าปลีกด้านการคัดเลือกสินค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1.3 การทดสอบตัวแปรด้วยสถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

n = 400

การจัดการ ร้านค้าปลีก	พฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร											
	ประเภท สินค้า		บุคคลที่มี อิทธิพล		สาเหตุที่ซื้อ สินค้า		จำนวนครั้งที่ ที่มา		จำนวนเงินที่ ซื้อ		จำนวนครั้งที่ ซื้อ	
	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig
คุณค่าด้านความ สะดวก	.105	.036*	.532	.000*	.103	.039*	.460	.000*	.748	.000*	.288	.000*

* ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 1.3 การจัดการร้านค้าปลีกในคุณค่าด้านความสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

คุณค่าด้านความสะดวก กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 .036 และ .039 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า คุณค่าด้านความสะดวก มีความสัมพันธ์กับประเภทของสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพล สาเหตุที่ซื้อสินค้า จำนวนครั้งที่มาซื้อสินค้า จำนวนเงินที่ซื้อ และจำนวนครั้งที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

คุณค่าด้านความสะดวกมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่มาซื้อสินค้าต่อครั้ง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .748 อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 74.80 ตามลำดับ

คุณค่าด้านความสะดวก มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .532 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.20

คุณค่าด้านความสะดวกมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาซื้อสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .460 อยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 46.00

คุณค่าด้านความสะดวกมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ซื้อ ประเภทสินค้าที่ซื้อและสาเหตุที่มาซื้อสินค้าในร้าน B2S มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .288 .105 และ .103 อยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นร้อยละ 28.80 10.50 และ 10.30

สมมติฐานทางสถิติข้อที่ 4.

H_0 : การจัดการร้านค้าปลีกด้านการคัดเลือกสินค้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H_1 : การจัดการร้านค้าปลีกด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1.4 การทดสอบตัวแปรด้วยสถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

n = 400

การจัดการ ร้านค้าปลีก	พฤติกรรมกรซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร											
	ประเภทสินค้า		บุคคลที่มี อิทธิพล		สาเหตุที่ซื้อ สินค้า		จำนวนครั้งที่ ที่มา		จำนวนเงินที่ ซื้อ		จำนวนครั้งที่ ซื้อ	
	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig
ลักษณะทางกายภาพ	.671	.021*	.542	.000*	.238	.000*	.221	.000*	.112	.025	.287	.003*

* ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 1.4 การจัดการร้านค้าปลีกด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ลักษณะทางกายภาพกับพฤติกรรมกรซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 .003 .021 และ .025 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับประเภทของสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพล สาเหตุที่ซื้อสินค้า จำนวนครั้งที่มาซื้อสินค้า จำนวนเงินที่ซื้อ และจำนวนครั้งที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

ลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับประเภทสินค้ากับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ที่ซื้อในร้าน B2S มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .671 และ .542 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 67.10 และ 54.20

ลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ซื้อ สาเหตุที่มาซื้อสินค้า จำนวนครั้งที่มาซื้อสินค้า และจำนวนเงินที่มาซื้อสินค้าต่อครั้ง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .287 .238 .221 และ .112 อยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นร้อยละ 28.70 23.80 22.10 และ 11.20

สมมติฐานทางสถิติข้อที่ 5.

H_0 : การจัดการร้านค้าปลีกด้านคุณภาพสินค้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H_1 : การจัดการร้านค้าปลีกด้านคุณภาพสินค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1.5 การทดสอบตัวแปรด้วยสถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

n = 400

การจัดการ ร้านค้าปลีก	พฤติกรรมกรซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร											
	ประเภทสินค้า		บุคคลที่มี อิทธิพล		สาเหตุที่ซื้อ สินค้า		จำนวนครั้งที่ ที่มา		จำนวนเงินที่ ซื้อ		จำนวนครั้งที่ ซื้อ	
	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig
คุณภาพสินค้า	.137	.006*	.438	.000*	.227	.000*	.463	.000*	.144	.004	.297	.049*

* ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 1.5 การจัดการร้านค้าปลีกด้านคุณภาพสินค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ด้านคุณภาพสินค้ากับพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 .004 .006 และ .049 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ด้านคุณภาพสินค้ามีความสัมพันธ์กับประเภทของสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพลสาเหตุที่ซื้อสินค้า จำนวนครั้งที่มาซื้อสินค้า จำนวนเงินที่ซื้อ และจำนวนครั้งที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

ด้านคุณภาพสินค้ามีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาซื้อสินค้าและบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .463 และ .438 อยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 46.30 และ 43.8

ด้านคุณภาพสินค้ามีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ซื้อ สาเหตุที่มาซื้อสินค้า จำนวนเงินที่มาซื้อสินค้าต่อครั้ง ประเภทสินค้าที่ซื้อในร้าน B2S มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .297 .227 .144 และ .137 อยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นร้อยละ 29.70 22.70 14.40 และ 13.70

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัย เรื่อง การจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าในร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้าน B2S ในกรุงเทพมหานคร จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้ผลการวิจัยคือ การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 16-25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท และสถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของสุมาลี รามันท์และอริญชย์ ณ ระนอง. (2560) ได้ทำการศึกษารเปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคระหว่างร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 61.25 โดยอยู่ในช่วงอายุ 36-50 ปี ร้อยละ 59.00 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าร้อยละ 40.00 และมีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชนมากที่สุดร้อยละ 30.75 และมีรายได้ส่วนใหญ่ 10,001-20,000 บาทร้อยละ 46.50 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน ร้อยละ 56.00 ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริสา ศรีพัฒนกุล.(2559:1) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าเทสโก้ โลตัสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,00 - 30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พันธุ์ทิพย์ ติประเสริฐดำรง.(2559:1) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าร้าน LOFT ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เพศหญิง มีอายุน้อยกว่า 20 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษาและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท

ดังนั้นธุรกิจร้าน B2S จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงกลุ่มตลาดเป้าหมายคือ ผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษาและพนักงานบริษัท มีรายได้ระหว่าง 5,000 - 30,000 บาท มีอายุระหว่างต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ธุรกิจต้องวางแผนในด้านกิจกรรมทางการตลาด การจัดการร้านค้าปลีกที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ ซึ่งล้วนมีความแตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการร้านค้าปลีกของร้าน B2S ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การบริการ การคัดเลือกสินค้า คุณค่าด้านความสะดวก ลักษณะทางกายภาพ และคุณภาพสินค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการจัดการร้านค้าปลีกของร้าน B2S ในด้านคุณค่าด้านความสะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของสินค้า ลักษณะทางกายภาพ ด้านการบริการ และน้อยที่สุด

คือการคัดเลือกสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริสา ศรีพัฒนกุล. (2559:1) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าเทสโก้ โลตัสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มี 6 ปัจจัย เรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการให้บริการ ให้บริการ ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านความหลากหลายของสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาและความเพียงพอของสินค้า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและการจัดส่งสินค้า ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของธารนันท์ สุโนภักดิ์ และมนตรี วิบูลย์รัตน์. (2557:1) ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านการตลาดบริการและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านำเข้าภายในซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดบริการ ทั้ง 8 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ มากที่สุด สำหรับข้อที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และคุณภาพ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้าน กระบวนการ และสอดคล้องกับพระพงษ์ กิตติเวชโกภาวัฒน์. (2544: 19-21) ได้กล่าวถึงการสร้างคุณค่าของรูปแบบของธุรกิจ คือ การที่ธุรกิจต้องมีการวางแผนและตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาดที่จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภค แต่ต้องก่อให้เกิดความแตกต่างจากธุรกิจประเภทเดียวกันหรือแตกต่างจากคู่แข่ง โดยคุณค่าของธุรกิจที่สำคัญคือคุณค่าด้านความสะดวก หมายถึง การออกแบบที่เน้นให้เกิดความสะดวกสบายในการให้บริการกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สถานที่ตั้งของร้าน การบริการที่จ่อตรง การออกแบบภายในร้าน ความสะดวกในการที่ผู้บริโภคจะเข้าถึงร้าน ระบบการจ่ายเงินและการบริการ ช่วงเวลาทำการ และการบริการแบบต่างๆ

ดังนั้นในการจัดการร้านค้าปลีก ผู้ประกอบการร้าน B2S จึงควรมีการวางแผนการจัดการร้านค้าปลีก 5 ด้าน คือด้านการบริการ การคัดเลือกสินค้า คุณค่าในด้านความสะดวกสบาย ลักษณะทางกายภาพและบรรยากาศในร้าน และด้านคุณภาพสินค้า ให้เหมาะสมเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในเรื่องคุณค่าด้านความสะดวก ซึ่งเป็นปัจจัยอันดับแรกๆ ที่ผู้บริโภคในงานวิจัยนี้ให้ความสำคัญเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป มุ่งเน้นที่จะจัดซื้อ จัดหาสินค้าที่สร้างความสะดวกสบายให้กับตนเองมากที่สุด ทำให้หากธุรกิจให้ความสำคัญในด้านความสะดวกสบายเช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กับลูกค้า การมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เน้นความสะดวกสบายและผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ รวมไปถึงปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้าหรือด้านผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่จะนำเข้ามาจัดจำหน่ายในร้านจำเป็นต้องเน้นสินค้าที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ความสะดวกของร้าน การจัดเรียงสินค้าที่สวยงาม น่ามอง ส่งผลให้ผู้บริโภคอยากเข้าใช้บริการ ปัจจัยด้านการบริการหรือกระบวนการให้บริการ เป็นปัจจัยที่ต้องเน้นเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการรวมถึงความสามารถในการตอบสนองให้กับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องและปัจจัยสุดท้ายที่ต้องคำนึงถึงไม่แตกต่างจากปัจจัยทั้งสี่ที่ได้กล่าวมาคือ การคัดเลือกสินค้า ผู้ประกอบการต้องมีการวางแผนการคัดเลือกสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้มีสินค้าที่ดี หลากหลายประเภท ชนิด รูปแบบและมีปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าในทุกช่วงเวลาได้ นอกจากนี้ปัจจัยทั้ง 5 นี้ ยังรวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ อย่างปัจจัยด้านราคาที่จะต้องมีการตั้งราคาที่ยุติธรรม และเป็นราคาที่ลูกค้ามีอำนาจในการจ่ายได้ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการทัศนคติ และความพึงพอใจที่กับธุรกิจได้ อันจะส่งผลต่อการเข้าใช้บริการร้าน B2S อย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการจัดการร้านค้าปลีกประกอบด้วย การบริการ การคัดเลือกสินค้า คุณค่าด้านความสะดวก ลักษณะทางกายภาพ และคุณภาพสินค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน B2S อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษณุ อิมวิญญาณ. (2554:1) ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค: กรณีศึกษาร้านสะดวก

ซื้อในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 5001 – 10000 บาท มีการรับรู้ในลักษณะของการจัดการร้านค้าปลีกในด้านการบริการ การคัดเลือกสินค้า คุณค่าด้านความสะดวก ลักษณะทางกายภาพ และคุณภาพสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานด้านการจัดการร้านค้าปลีกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ผลการวิจัยปรากฏว่า ด้านจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์กับ การบริการ คุณค่าด้านความสะดวก ลักษณะทางกายภาพ และคุณภาพสินค้า ด้านความถี่ในการซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์กับคุณค่าด้านความสะดวกและลักษณะทางกายภาพ ด้านร้านสะดวกซื้อที่ใช้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสินค้า ด้านประเภทสินค้ามีความสัมพันธ์กับการบริการ การคัดเลือกสินค้าและลักษณะทางกายภาพ ด้านช่วงเวลาในการซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์กับ การคัดเลือกสินค้า คุณค่าด้านความสะดวก และคุณภาพสินค้า อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สอดคล้องกับงานวิจัยของพันธุพิทย์ ดีประเสริฐดำรง. (2559:1) ได้ทำการศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าร้าน LOFT ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ สินค้าร้าน LOFT ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีเพียง 4 ปัจจัยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และความโดดเด่นของหน้าร้าน ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณาทองเย็น. (2561:140) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการตลาดสำหรับร้านค้าปลีกขนาดเล็ก: กรณีศึกษาอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ บริการร้านค้าปลีกขนาดเล็ก พบว่าการส่งเสริมการตลาดมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลักษณะของทำเลที่ตั้งด้านการส่งเสริมการตลาดที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน สามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางการจัดการการตลาดของธุรกิจ เพื่อใช้ในการแข่งขันของร้านค้าปลีกขนาดเล็กได้ และสอดคล้องกับวารุณีตันติวงค์วานิช. (2552: 174) ที่ได้ให้ความหมายของการจัดการร้านค้าปลีก หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์สถานการณ์การค้าปลีก การวางแผนการบริหารงานต่างๆในร้านค้าปลีก การออกแบบกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีกในด้านต่างๆ และส่วนประสมการค้าปลีก ประกอบด้วย 5 ด้านคือ ด้านการบริการ การคัดเลือกสินค้า คุณค่าในด้านความสะดวกสบาย ลักษณะทางกายภาพและบรรยากาศในร้าน และด้านคุณภาพสินค้า

ดังนั้น ธุรกิจร้าน B2S จะต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านการจัดการร้านค้าปลีกทั้ง 5 ด้าน โดยต้องวางแผนการจัดการร้านค้าปลีกให้เหมาะสมพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้ใช้บริการของร้าน โดยประเด็นที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างและจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการเข้าใช้บริการของลูกค้า คือ การเน้นในเรื่องของการให้บริการ เน้นให้มีการให้บริการที่รวดเร็ว สามารถตอบสนอง และแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้อาจนำความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการให้บริการ เพื่อสร้างความแตกต่าง ลดความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้น เช่น การใช้เครื่องอัตโนมัติในการจัดจำหน่ายสินค้าบางประเภท การบริการชำระค่าสินค้าด้วย QR Code เป็นต้น นอกจากนี้ ในเรื่องการคัดเลือกสินค้า และคุณภาพของสินค้า ธุรกิจต้องมีกระบวนการในการคัดเลือกสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เน้นที่ความหลากหลาย มีคุณภาพ และมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ นั่นคือ ถ้าจะมาซื้อสินค้าชิ้นนี้ต้องมาซื้อที่ B2S เท่านั้น เป็นสินค้าที่แตกต่าง ไม่เหมือนร้านอื่นๆ ที่จัดจำหน่าย เช่น สินค้านำเข้าจากต่างประเทศ สินค้าHandmade หรือสินค้าที่เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะร้าน B2S เป็นต้น และยังคงต้องมีการวางแผนในเรื่องลักษณะทางกายภาพและคุณค่าด้านความสะดวก เน้นการสร้างจุดเด่นของสถานที่ การจัดเรียง การสร้างความสะอาด การทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงความความสะดวกสบายในการเดินทางมาซื้อสินค้าภายในร้าน เช่น การจัดร้านที่สวยงาม การใช้แสง สีที่เหมาะสม การจัดเก้าอี้ หรือโซฟาสำหรับรับรอง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายหรือกลยุทธ์เพื่อกำหนดเป็นแผนงานในการบริหารและจัดการร้าน B2S และควรให้ความสำคัญต่อการสร้างความสะดวกสบาย ด้านคุณภาพของสินค้า ลักษณะทางกายภาพ ด้านการบริการ และการคัดเลือกสินค้า

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในด้านเกี่ยวกับร้านค้าปลีกเป็นหลัก ยังไม่ครอบคลุมด้านการตลาด ดังนั้นจึงควรดำเนินการวิจัยที่เกี่ยวกับด้านการตลาดเพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการทำกิจกรรมทางการตลาดที่ถือเป็นกิจกรรมที่สามารถกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับความภักดีในการเข้าใช้บริการร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และกระตุ้นยอดขายได้

2. ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ หรือ ปัจจัยด้านการตลาดในรูปแบบการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมและความภักดีในการซื้อสินค้าในร้าน B2S

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). **การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุมาลี รามันธุ์และอริญชัย ฌ ระนอง. (2560). การเปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคระหว่างร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่. **วารสารการเมือง การบริหารและกฎหมาย**. ปีที่9(1): 110
- อริสา ศรีพัฒนกุล. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าเทสโก้โลตัส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พันธุ์ทิพย์ ดีประเสริฐดำรง. (2559). **ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้าน LOFTของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธารนันท์ สุโนภักดิ์และมนตรี วิบูลย์รัตน์. (2557). ปัจจัยด้านการตลาดบริการและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านำเข้าภายในซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิจัยมข. มส.(บศ.)** ปีที่2(2): 74.
- พีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์. (2544). **การวางระบบงาน: ยุทธศาสตร์การค้าปลีก**. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- พิชญ อิมวิญญาณ. (2554). **การจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค : กรณีศึกษาร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร**. ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณภา ทองเย็น. (2561). **แนวทางจัดการตลาดสำหรับร้านค้าปลีกขนาดเล็ก: กรณีศึกษาอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ**. **วารสารเกษมบัณฑิต**. ปีที่19(ฉบับพิเศษ):140
- วารุณี ต้นติววงศ์วานิช. (2552). **ธุรกิจการค้าปลีก**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2551). **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์**. พิมพ์ครั้งที่ 19. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Hinkle, D.E, William, W. and Stephen G.J. **Applied Statistics for the Behavior Sciencencs**.4th ed. New York ; Houghton Mifflin, 1998.

**กลยุทธ์การค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท
ในกรุงเทพมหานคร**
**RETAIL STRATEGY INFLUENCING TO DEMAND FOR BUYING GOODS
AT FAMILYMART IN BANGKOK**

อัญชลี เยาวราช¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท ในกรุงเทพมหานครและศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การค้าปลีกกับการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ในกรุงเทพมหานคร การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูลในการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและมีการซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท จำนวน 400 คน และเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ผลการวิจัย พบว่า

1. การทดสอบด้วยสถิติ ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (T – test) ในข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ในกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
2. การทดสอบด้วยสถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ในข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกเป็นอาชีพ อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท ในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
3. การทดสอบด้วยสถิติ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน กลยุทธ์การค้าปลีกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด ความต้องการซื้อ ร้านแฟมิลีมาร์ท

ABSTRACT

The purpose of this research was to investigate the differences in personal factors affecting the demand for buying goods at familymart In Bangkok And study the relationship of retail strategy with demand for buying goods at familymart In Bangkok. This research was a quantitative research and questionnaire was used as a data collection tool in the study. The samples used in this study were The population in Bangkok metropolis purchased 4 0 0 familymart and selected the convenience sampling method.

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ อีเมลล์ : anchalee@vru.ac.th

1. Test with statistics. The difference between the mean (T-test) in different gender personal factors affects the demand for buying goods at familymart In Bangkok That is no different Statistically significant at .05

2. Test with statistics One-way ANOVA in personal factors classified by occupation and average income per month have a bearing on the demand for buying goods at familymart In Bangkok That is different Statistically significant at .05

3. Test with statistics. Pearson Product Moment Correlation, The Retail Strategy by Relate to the demand for buying goods at familymart In Bangkok Statistically significant at .05

Keywords: Marketing Strategy Buying Familymart

บทนำ

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หรือที่เรียกกันว่า Modern Trade เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบัน กล่าวคือ ร้านค้าปลีกในปัจจุบันเริ่มหันมาให้ความสนใจในการสร้างความแตกต่างด้วยการนำความทันสมัยต่างๆ เข้ามาช่วยให้ร้านสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่รูปแบบของการจัดการร้านค้าปลีกในรูปแบบสมัยใหม่ยังมีบทบาทในการพัฒนาและขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเนื่องจากมีรูปแบบของธุรกิจค้าปลีกหลากหลายรูปแบบ ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า (Department Store) ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Super Center) ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ร้านค้าเงินสดและบริการตนเอง (Cash & Carry) ร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store) ร้านสะดวกซื้อหรือมินิมาร์ท (Convenience Store) และร้านค้าประชันชนิดหรือแคตคอรี่ คิลเลอร์ (Category Killer) (ฐิติพร จาตุรงค์, 2551:258) ซึ่งเป็นธุรกิจค้าปลีกที่มุ่งเน้นในการจัดหาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครบวงจรด้วยมีสาเหตุจากการเปลี่ยนแปลงไปของพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่มุ่งเน้นการซื้อสินค้าจากร้านค้าที่สร้างความสะดวกสบายให้กับตนเองได้มากที่สุด และหนึ่งในร้านค้าปลีกที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ก็คือร้านค้าปลีกในรูปแบบร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) ซึ่งพบว่าในปี 2560 มีร้านในรูปแบบของร้านสะดวกซื้อมากถึง 15,000 กว่าร้าน (บริษัทซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน), 15 ธันวาคม 2561) การเติบโตเช่นนี้ส่งผลให้ร้านค้าปลีกรูปแบบร้านสะดวกซื้อจำเป็นต้องมีวิธีการจัดการร้านที่ดีเพื่อให้สามารถแข่งขันจนสามารถทำให้ร้านของตนเองมีลูกค้าประจำและเข้าใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ และหนึ่งร้านค้าปลีกประเภทนี้ที่เข้ามาลงแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่เป็นเจ้าตลาด คือแฟมิลีมาร์ท ถือเป็นร้านค้าปลีกในรูปแบบร้านสะดวกซื้อที่มีรูปแบบที่ทันสมัย เน้นการจัดหาสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างเต็มที่ ทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องมีการวางแผนในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้แข่งขันกับคู่แข่งได้

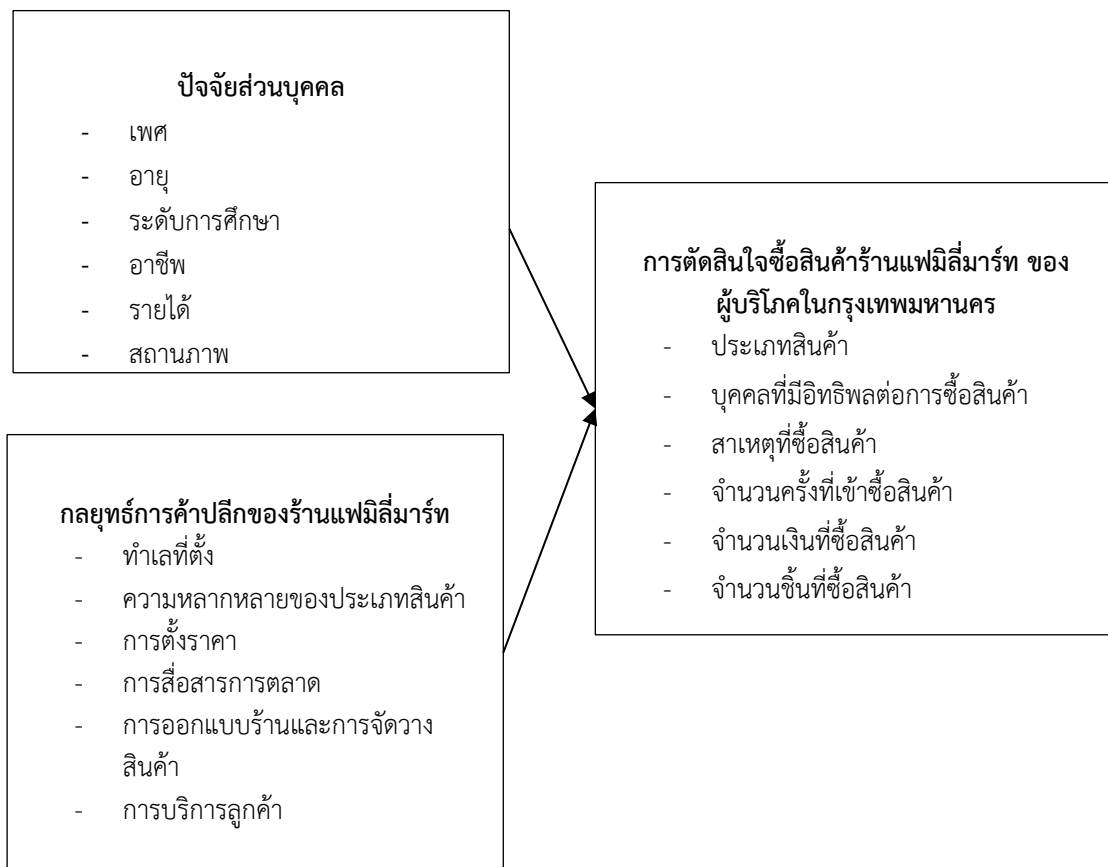
จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์การค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท ในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การค้าปลีกต่างๆ ที่จะสามารถกระตุ้นและจูงใจให้ผู้บริโภคเข้าใช้บริการร้านแฟมิลีมาร์ทเพิ่มมากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานร้านแฟมิลีมาร์ทต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคใน

กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษากิจการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การค้าปลีกกับการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูลในการศึกษาและการศึกษาครั้งนี้โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและมีการซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและมีการซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549, หน้า74) ทำให้ได้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละโดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งตัวอย่างที่ได้นั้นผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ(Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในส่วนนี้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยอาศัยข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาจากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล กลยุทธ์การค้าปลีก การตัดสินใจซื้อสินค้า ประกอบด้วย 3ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะของคำถามจะเป็นปลายปิด (Close-ended question) คำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และให้เลือกข้อที่เหมาะสมที่สุดจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การค้าปลีกของร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของประเภทสินค้า การตั้งราคา การสื่อสารการตลาด การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้า การบริการลูกค้ารวมทั้งหมด 30 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (interval Scale) เป็นการวัดมาตราส่วนประมาณค่า (rating Scale) โดยกำหนดเป็น 5 ระดับ ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และกำหนดให้แต่ละข้อละมี 5 ตัวเลือก

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ประเภทสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า สาเหตุที่ซื้อสินค้า จำนวนครั้งที่เข้าซื้อสินค้า จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า จำนวนชั้นที่ซื้อสินค้าต่อครั้ง โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval Scale) เป็นการวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเป็น 5 ระดับ ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และกำหนดให้แต่ละข้อมี 5 ตัวเลือก

2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1) ความเที่ยงตรง ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือสำหรับวัดการวิจัย ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การค้าปลีกกับการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แนวคิดทฤษฎีตลอดจนผลงานที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางการสร้างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ให้คำชี้แนะและทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อหาที่มีความเที่ยงตรงและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การค้าปลีกและส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00

2) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้มีลักษณะเป็นแบบ มาตราส่วนประมาณค่า (rating Scale)จึงต้องนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cornbrash (Cornbrash's Alpha) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลและนำข้อบกพร่องต่างๆ มาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล (สมบัติ ท้ายเรือคำ, 2553:93) ซึ่งผลการทดสอบ

ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.766 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นค่อนข้างสูงและแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการเก็บรวบรวม รวมข้อมูลและค้นคว้าจากหนังสือ บทความ เอกสาร วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้ข้อมูลในการ สนับสนุนผลการวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่ ใช้บริการ หรือเคยใช้บริการร้านแฟมิลีมาร์ท

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติที่ในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

1) การทดสอบความแตกต่างของตัวแปร 2 กลุ่ม ใช้สถิติ Independent Samples t-Test เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกเป็น เพศ คือ เพศชาย และเพศหญิง ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. น้อยกว่า .05นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2) การทดสอบความแตกต่างของตัวแปรตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกเป็นอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. น้อยกว่า .05นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3) การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product moment Correlation Coefficient) เพื่อศึกษากลยุทธ์การค้าปลีก มีความสัมพันธ์กับตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. น้อยกว่า .05นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยพิจารณาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ ด้วยเกณฑ์ดังนี้ (Hinkle D.E. 1998,p.118)

ค่า r	ระดับความสัมพันธ์
.90 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
.70 - .90	มีความสัมพันธ์กันสูง
.50 - .70	มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
.30 - .50	มีความสัมพันธ์กันต่ำ
.00 - .30	มีความสัมพันธ์กันต่ำมาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจำนวน 2 ข้อดังรายละเอียดต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยนำมาทำการทดสอบสมมติฐานโดยทำการทดสอบสถิติเพื่อทดสอบความแตกต่าง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติข้อที่ 1.1 คือ

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1.1 การทดสอบตัวแปรด้วยสถิติ t-Test

n = 400							
t-test for Equality of Means							
การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Mean Different	p
	การตัดสินใจซื้อ	ชาย	3.85	.511	-8.30	398	-.417
หญิง		3.81	.451				

*ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท ในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Independent samples t-test พบว่า มีค่าSig. เท่ากับ .090 ซึ่งมีความมากกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท ในกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานทางสถิติข้อที่ 1.2 คือ

H_0 : อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 การทดสอบตัวแปรด้วยสถิติ One-Way ANOVA

n = 400

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า	ปัจจัยส่วนบุคคล	แหล่งของความแปรปรวน	ANOVA				
			df	SS	MS	F	p
พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า	อายุ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.896	.779	3.352	.006*
		ภายในกลุ่ม	394	91.575	.232		
		รวม	399	224.94			
	การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	4	1.760	.440	1.855	.118
		ภายในกลุ่ม	395	93.710	.237		
		รวม	399	95.470			
	อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	6.323	5	1.265	5.589	.000*
		ภายในกลุ่ม	89.148	394	.226		
		รวม	95.470	399			
	รายได้	ระหว่างกลุ่ม	5	3.342	.668	2.859	.015*
ภายในกลุ่ม		394	92.128	.234			
	รวม	399	95.470				
สถานภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.376	1.188	5.066	.007*	
	ภายในกลุ่ม	397	93.094	.234			
	รวม	399	95.470				

*ระดับนัยสำคัญ ,05

จากตารางที่ 1.2 อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) พบว่าอาชีพ อายุ สถานภาพและรายได้มีค่า Probability (p) เท่ากับ .000 .006 .007 และ0.015 ซึ่งน้อยกว่า .05นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) หมายความว่า อาชีพ อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) พบว่าระดับการศึกษา มีค่า Probability (p) .118 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 : เพื่อศึกษากลยุทธ์การค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยสามารถสร้างเป็นสมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัย : กลยุทธ์ค่าปลีกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : กลยุทธ์ค่าปลีกได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของประเภทสินค้า การตั้งราคา การสื่อสารการตลาด การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้าและการบริการลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร

H_1 : กลยุทธ์ค่าปลีกได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของประเภทสินค้า การตั้งราคา การสื่อสารการตลาด การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้าและการบริการลูกค้ามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1.3 การทดสอบตัวแปรด้วยสถิติ Pearson Product moment Correlation Coefficient

n = 400

การจัดการ ร้านค้าปลีก	พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าร้าน B2S ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร											
	ประเภท สินค้า		บุคคลที่มี อิทธิพล		สาเหตุที่ซื้อ สินค้า		จำนวนครั้ง ที่มา		จำนวนเงินที่ ซื้อ		จำนวนชั้นที่ ซื้อ	
	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig
ทำเลที่ตั้ง	.294	.000	.671	.021	.289	.000	.467	.000	.387	.003	.288	.000
สินค้า	.373	.000	.616	.000	.324	.000	.417	.000	.213	.000	.201	.000
การตั้งราคา	.360	.000	.641	.000	.355	.000	.185	.000	.289	.000	.242	.000
สื่อสารตลาด	.371	.000	.670	.000	.318	.000	.135	.007	.213	.000	.173	.000
ออกแบบร้าน	.363	.000	.671	.000	.349	.000	.164	.001	.228	.000	.203	.000
บริการลูกค้า	.409	.000	.577	.000	.340	.000	.179	.000	.311	.000	.258	.000

* ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 1.3 เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานทางสถิติของตัวแปรอิสระคือ กลยุทธ์ค่าปลีกประกอบด้วย ทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของประเภทสินค้า การตั้งราคา การสื่อสารการตลาด การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้าและการบริการลูกค้ากับตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ประเภทสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพล สาเหตุที่ซื้อ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า และจำนวนชั้นที่ซื้อสินค้า ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product moment Correlation Coefficient) ผลการวิจัยเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า

ทำเลที่ตั้งกับการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ประเภทสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพล สาเหตุที่ซื้อ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า และจำนวนชั้นที่ซื้อสินค้ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 .003 และ .021 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ประเภทสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพล สาเหตุที่ซื้อ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า และจำนวนชั้นที่ซื้อสินค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

การสื่อสารการตลาดมีความสัมพันธ์กับประเภทสินค้าและสาเหตุที่ซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .371 และ .318 อยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 37.1 และ 31.8

การสื่อสารการตลาดมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงิน จำนวนชิ้นและจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .213 .173 และ .135 อยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นร้อยละ 21.3 17.3 และ 13.5

การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้ากับการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ประเภทสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพล สาเหตุที่ซื้อ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า และจำนวนชิ้นที่ซื้อสินค้ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้ามีความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ประเภทสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพล สาเหตุที่ซื้อ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า และจำนวนชิ้นที่ซื้อสินค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้ามีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .672 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 67.2

การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้ามีความสัมพันธ์กับประเภทสินค้าและสาเหตุที่ซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .363 และ .349 อยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 36.3 และ 34.9

การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้ามีความสัมพันธ์กับจำนวนเงิน จำนวนชิ้นและจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .228 .203 และ .164 อยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นร้อยละ 22.8 20.3 และ 16.4

การบริการลูกค้ากับการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ประเภทสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพล สาเหตุที่ซื้อ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า และจำนวนชิ้นที่ซื้อสินค้ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การบริการลูกค้ามีความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ประเภทสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพล สาเหตุที่ซื้อ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า และจำนวนชิ้นที่ซื้อสินค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

การบริการลูกค้ามีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .577 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 57.7

การบริการลูกค้ามีความสัมพันธ์กับประเภทสินค้า สาเหตุและจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ท มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .409 .340 และ .311 อยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 40.9 34.0 และ 31.1

การบริการลูกค้ามีความสัมพันธ์กับจำนวนชิ้นและจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .258 และ .179 อยู่ในระดับต่ำมาก คิดเป็นร้อยละ 25.8 และ 17.9

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลจากการวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การค้าปลีกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ที่แตกต่างกัน อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนากร มาอุทธรณ์. (2557:46-50) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคต่อร้าน Max Value พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าต่อร้าน Max Value ในด้านวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการ การเข้าใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการและสินค้าที่เลือกซื้อในร้าน Max Value ด้านสถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าต่อร้าน Max Value ในด้านบุคคลที่เข้าใช้บริการด้วย และระยะเวลาในการเข้าใช้บริการในร้าน Max Value ด้านอาชีพความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าต่อร้าน Max Value ในด้านบุคคลที่เข้าใช้บริการด้วย และด้านรายได้ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าต่อร้าน Max Value ในด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการและระยะเวลาในการเข้าใช้บริการ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของกุลวดี อัมโภชน และชลธิศ ดาราวงษ์. (2561:50) ได้ทำการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าร้านสะดวกซื้อเซตพทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจและการใช้บริการซ้ำ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และยังสอดคล้องกับแนวความคิดลักษณะประชากรศาสตร์ของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2538: 41-42) กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานของครอบครัว รายได้ต่อเดือน อาชีพ ระดับการศึกษาปัจจัยเหล่านี้ถูกนำมาใช้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาดเป้าหมาย โดยมีสาระสำคัญดังนี้ 1) อายุ ด้วยตัวสินค้าที่ถูกผลิตออกมาจะตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน 2) เพศ ด้วยในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในด้านการบริโภค ทำให้เกิดการตลาดจำเป็นต้องพิจารณาการซื้อสินค้าของผู้บริโภคอย่างรอบครอบเนื่องจากเพศหญิงมีการทำงานมากขึ้น ส่งผลต่อการซื้อสินค้าจะเกิดกับเพศหญิงด้วยเช่นกัน 3) ลักษณะครอบครัว เป็นเป้าหมายสำคัญในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะเกี่ยวข้องกับหน่วยของผู้บริโภคหรือจำนวนของผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้าแต่ละประเภท 4) รายได้ การศึกษา อาชีพ และสถานภาพ ปัจจุบันความแตกต่างและความเหลื่อมล้ำของรายได้มีมากขึ้นส่งผลให้ฐานของตลาดเป้าหมายจึงมีขนาดมากขึ้น เช่นเดียวกับกับอัตราของรายได้ที่เกิดขึ้นในแต่ละระดับ นอกจากนี้ยังมีเรื่องของรูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษาที่ส่งผลต่อฐานของกลุ่มเป้าหมายเช่นเดียวกันเนื่องจากมีความหลากหลายของรูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษามากขึ้นในสังคมปัจจุบัน

ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านแฟมิลีมาร์ท จึงควรจัดกิจกรรมทางการตลาดที่จะสามารถกระตุ้นพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันในด้านอายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพ โดยทำการวางแผนกิจกรรมที่สามารถเข้าใจ เข้าถึง ความแตกต่างกันของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน อาทิ การจัดกิจกรรมผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน หรือเข้าถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในยุคไทยแลนด์ 4.0 การจัดหา จัดซื้อสินค้าที่หลากหลายระดับราคา เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ อาชีพ สถานภาพที่แตกต่างกัน เพราะสินค้าประเภทเดียวกัน แต่เมื่อมีความแตกต่างกันในด้านรายได้ อาชีพ สถานภาพ ย่อมส่งผลต่อการเลือกซื้อหรือระดับราคาที่แตกต่างกันไป หากธุรกิจสามารถนำสินค้าที่มีความหลากหลายทั้งรูปแบบ ราคา ขนาด และหลากหลายรสนิยม จะส่งผลต่อการกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่ครอบคลุมลูกค้าเป้าหมายได้

และในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านแฟมิลีมาร์ท ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยปฏิกร ทิพย์เลอเลิศ. (2558:43-45) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑล พบว่า เพศและระดับการศึกษามีการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑลที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของอดิศักดิ์ คงขำ. (2558:122) ได้ทำการศึกษาเรื่องการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการน้ำมันของ

ผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ตั้งอยู่บนถนนสายเอเชียและถนนมิตรภาพ พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อสวนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า สินค้าที่จัดจำหน่ายในร้านค้าปลีกประเภทร้านค้าปลีกขนาดเล็ก หรือร้านสะดวกซื้ออย่างแฟมิลีมาร์ท 7-11 ส่วนใหญ่จัดจำหน่ายสินค้าที่ใช้อยู่เป็นประจำ เป็นสินค้าทั่วไปเพื่อการอุปโภคบริโภคซึ่งเป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภค รวมถึงไม่จำเป็นต้องมีการสืบค้นข้อมูลก่อนการซื้อ ระหว่างหรือหลังการซื้อสินค้าเนื่องจากเป็นสินค้าไม่มีความซับซ้อนในการใช้งาน ไม่จำเป็นต้องมีการเปรียบเทียบคุณสมบัติการใช้งานและราคา เพราะส่วนใหญ่ราคาไม่แพงทำให้ไม่จำเป็นต้องแบ่งแยกเพศชาย เพศหญิงหรือระดับการศึกษา แต่ทั้งนี้ร้านแฟมิลีมาร์ท อาจจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับร้านของตนเองด้วยการทดลองนำสินค้าที่มีมูลค่า มีเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่แตกต่างจากสินค้าที่ขายทั่วไปในร้าน นำมาจัดจำหน่ายเพื่อเป็นการนำร่องในการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีมูลค่าสูง หรือมีความแตกต่างสูงจากเดิม เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าที่อาจมีรสนิยมในสินค้าระดับสูง หรือลูกค้าที่มีแนวคิดในการนิยมสินค้าที่เป็นสินค้าปลอดภัย ซึ่งมีมูลค่าสูงแต่ทั้งนี้ลูกค้ามีความสามารถและยินยอมจ่าย เพราะมองเห็นว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมกับลักษณะส่วนบุคคลของตนเอง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 : เพื่อศึกษากลยุทธ์การค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การค้าปลีกกับการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลยุทธ์การค้าปลีกประกอบด้วยด้านทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของประเภทสินค้า การตั้งราคา การสื่อสารการตลาด การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้าและการบริการลูกค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านแฟมิลีมาร์ทในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยอาภาพร จงนวกิจและประสพชัย พลสุนนท์. (2558:1576) ได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของกลยุทธ์การจัดการสวนประสมทางการค้าปลีกและกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่า กลยุทธ์สวนประสมของการค้าปลีกด้านชนิดของสินค้าและบริการ การส่งเสริมการตลาดและการให้ความช่วยเหลือลูกค้า และทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีเชิงพฤติกรรมของลูกค้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรเดช สนองทวีพร. (2561:352) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยสวนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยสวนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ ในภาพรวมของปัจจัยทั้ง 7 ด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านผลิตภัณฑ์และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านบุคลากร และ 3) การตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ พบว่า ภาพรวมของกระบวนการตัดสินใจทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการรับรู้ปัญหา และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านการค้นหาข้อมูล ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ของผู้บริโภค และ 2) ปัจจัยสวนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับสันติธร ภูริภักดี. (2554:193) ที่ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันสำหรับธุรกิจค้าปลีก พบว่า เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ในการทำธุรกิจค้าปลีก สิ่งประกอบการค้าธุรกิจปลีกจะต้องให้ความสำคัญถึงคือ ปัจจัยทางการตลาด อันได้แก่กลยุทธ์การค้าปลีก (Retail Strategy) อันประกอบด้วย (1) ทำเลที่ตั้ง (Location) (2) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (Merchandise Assortments) (3) นโยบายราคา (Pricing Policy) (4) ส่วนประสมการสื่อสารการตลาด (Communication Mix) (5) การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้า (Store Design and Display) และ (6) การบริการลูกค้า (Customer Services) ซึ่งปัจจัยทั้ง 6 ด้านของกลยุทธ์การค้าปลีกนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่

ผู้ประกอบการธุรกิจ ต้องวางแผนตั้งแต่เริ่มต้นธุรกิจ เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจค้าปลีกสามารถแข่งขันและประสบความสำเร็จในตลาดได้

ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านแฟมิลีมาร์ท ควรมีการวางแผนเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการค้าปลีกที่สำคัญ 6 ด้าน คือ ด้านทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของประเภทสินค้า การตั้งราคา การสื่อสารการตลาด การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้าและการบริการลูกค้าที่สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ อาทิ การเน้นในการเลือกเปิดร้านแฟมิลีมาร์ท ในย่านชุมชน ที่สามารถสร้างความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้สะดวกขึ้น การจัดตกแต่งร้านค้าให้มีจุดเด่น สิ่งเก๋ง่าย มีเอกลักษณ์ความเป็นร้านแฟมิลีมาร์ท มุ่งเน้นการสื่อสารทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วอย่างเช่นการสร้างแอปพลิเคชันของร้านแฟมิลีมาร์ท การสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ต่างๆ รวมไปถึงการตั้งราคาที่เหมาะสม การจัดโปรโมชั่นที่ช่วยให้ลูกค้าเกิดความต้องการซื้อเพิ่มและซื้อซ้ำ การเน้นการบริการที่แตกต่างจากร้านสะดวกซื้ออื่นๆ เป็นต้น ทั้งนี้ร้านแฟมิลีมาร์ทอาจสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มระดับของฐานลูกค้าให้มีหลายระดับมากขึ้นผ่านการแสดงออกด้วยรูปแบบของร้านแฟมิลีมาร์ทที่แตกต่างกันออกไป เช่นแฟมิลีมาร์ทสำหรับลูกค้าระดับล่าง ระดับกลาง และระดับสูง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการร้านแฟมิลีมาร์ท โดยวางแผนกลยุทธ์การค้าปลีกทั้ง 6 ด้านคือ ด้านทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของประเภทสินค้า การตั้งราคา การสื่อสารการตลาด การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้าและการบริการลูกค้า เพื่อให้สามารถเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่จะช่วยกระตุ้นและจูงใจให้ลูกค้าหันมาสนใจ และเข้าใช้บริการร้านแฟมิลีมาร์ท อย่างต่อเนื่อง

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว หากต้องการข้อมูลในเชิงลึกควรทำการศึกษาในลักษณะของการวิจัยผสมผสาน (Mix method) เพื่อให้ได้ข้อมูลในหลากหลายด้านมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการซ้ำในร้านแฟมิลีมาร์ท
2. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการเปรียบเทียบการทำตลาดค้าปลีกสำหรับร้านสะดวกซื้อในเครือของบริษัทเซ็นทรัล

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลวดี อัมโภชน์และชลธิศ ดาราวงษ์. (2561). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าร้านค้าสะดวกซื้อเซตพัตยา จังหวัดชลบุรี. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. ปีที่13(1): 43 – 55.
- ธนากร มาอุทธรณ์. (2557). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคต่อร้าน Max Value. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ธีรเดช สอนงทวิพร. (2561). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ของผู้บริโภคเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*. ปีที่4(1):342.
- ฐิติพร จาตุรวงศ์. (2551). *เจาะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: แมเนเจอร์ มีเดียส์ กรุ๊ป, บมจ. บริษัทซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน). (2561). รายงานประจำปี 2560. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/CPALL-AR2017_Th_HiRes.pdf (2561, 15 ธันวาคม).
- ปฏิกร ทิพย์เลอเลิศ. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สันติธร ภูริภักดี. (2554). กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันสำหรับธุรกิจค้าปลีก. *Executive Journal มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*. ปีที่ 31(3):193.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2553). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย*. มหาสารคาม. ภาควิชาวัดผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อดิศักดิ์ คงขำ. (2558). *การตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ตั้งอยู่บนถนนสายเอเชียและถนนมิตรภาพ*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อภาพร จงนวกิจและประสพชัย พสุนนท์. (2558). อิทธิพลของกลยุทธ์การจัดการส่วนประสมการค้าปลีกและกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี. *Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร*. ปีที่8(2): 1566.
- Hinkle, D.E, William, W. and Stephen G.J. *Applied Statistics for the Behavior Sciencencs*. 4th ed. New York ; Houghton Mifflin, 1998.

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์
FACTORS AFFECTING CULTURAL TOURISM DEMAND OF NAKHON SAWAN
PROVINCE

ชุนษิตา นาคภพ**
 วราวุธ วิชรสรณ์**
 นันทพร ไม้ทองดี**
 วิไลลักษณ์ สร้อยศิริ**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ และศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด สอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ พบว่ามีตัวแปร 3 ตัวที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ อายุ รายได้เฉลี่ย และจำนวนวันหยุด ซึ่งทั้ง 3 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับความต้องการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีสถานภาพสมรส รับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์มากกว่า 1 ครั้ง ช่วงเวลาวันหยุดนักขัตฤกษ์ไม่พักค้างแรม และเดินทางเป็นครอบครัว

คำสำคัญ : อุปสงค์, ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

The purpose of research was to study the factors influencing to the demand for cultural tourism in Nakhon Sawan Province and cultural behaviors of tourists by using 400 questionnaires for cultural travel of Thai tourists in Nakhon Sawan. The result of study found that the factors influencing to the demand for cultural tourism in Nakhon Sawan Province by multiple regression model , 3 factors had statistical significance level at 0.05 : age, average income, and a number of days off, all was related to the demand for cultural tourism in Nakhon Sawan Province. For cultural behaviors, it found that most respondents were female , aged between 26-30 years, bachelor of education, average income per month between 10,001-20,000 baht, married, getting information via the internet , traveling in Nakhon Sawan more than once during holidays , not staying overnight , and traveling with family.

Keywords : demand, cultural tourism

**อาจารย์สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

บทนำ

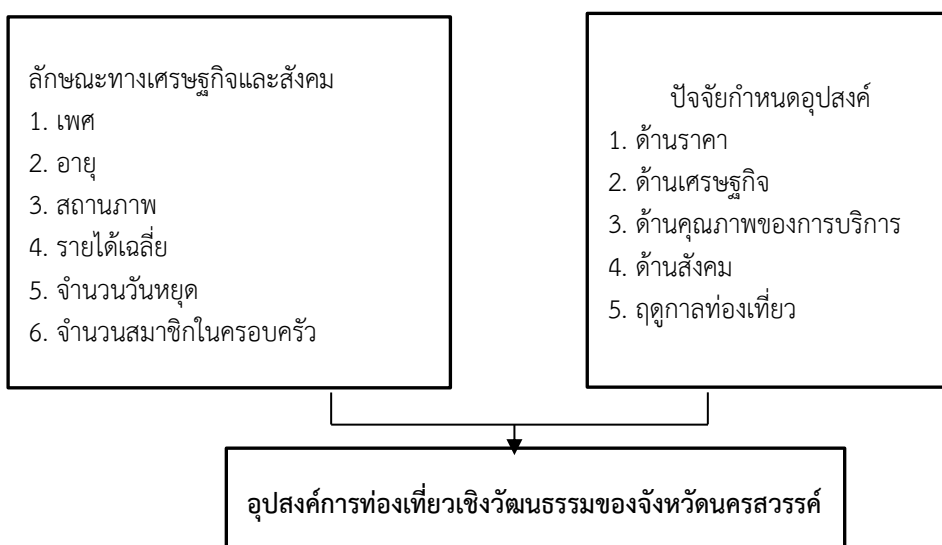
การท่องเที่ยวของประเทศไทย มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่นอย่างมาก เพราะรายได้จากการท่องเที่ยวจะกระจายรายได้ลงสู่ท้องถิ่น ทำให้เกิดพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน โดยนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล ให้ปี 2561 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน เป็นการนำประเทศไทยไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานของความเป็นไทย และนำรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและความพร้อมบนพื้นฐานของเอกลักษณ์ไทย และสอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดนครสวรรค์ที่มีจุดเด่นเป็นต้นน้ำเจ้าพระยา ความผสมผสานของวัฒนธรรมไทย-จีน วิถีชีวิตท้องถิ่น ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยศักยภาพด้านการท่องเที่ยวทั้งทางประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ทัศนกรรม ตลอดจนถึงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอันงดงามที่รอให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปสัมผัส

การศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ โดยแนวคิดด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงรูปแบบของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ซึ่งมีปัจจัยมาจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยวและเกิดจากปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ผลจากการศึกษาจะสะท้อนภาพการท่องเที่ยวในปัจจุบัน และแสดงถึงความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ซึ่งประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและแบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 974,004 คน (ที่มา : สำนักงานสถิติจังหวัดนครสวรรค์, 2558)

การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น สอบถามในประเด็นที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จำนวนวันหยุด และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน เป็นต้น ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว การได้รับข้อมูลข่าวสาร พาหนะหลักในการเดินทาง รูปแบบของการพักผ่อน ระยะที่ใช้ในการพำนัก ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย สถานที่ท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว เป็นต้น นำไปขอความเห็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา และทดลองเก็บข้อมูลจำนวน 30 ชุด และได้คำนวณหาค่าความเที่ยงรวมของแบบสอบถามพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.79 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ และตรวจสอบว่าตรงกับโมเดลอุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากแนวคิดเชิงทฤษฎีหรือไม่

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ เช่น ความถี่ ร้อยละ และแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของตารางและการพรรณนา
2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 6 ตัว ได้แก่ เพศ (sex) อายุ (age) สถานภาพ (status) รายได้เฉลี่ย (income) จำนวนวันหยุด (holiday) และจำนวนสมาชิกในครอบครัว (number) กับตัวแปรตาม คือ อุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (demand)

แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ ทำการสร้างแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ทางสถิติของตัวแปรตาม เมื่อมีตัวแปรอิสระหลายตัวที่มีอิทธิพล โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ

$$\text{Demand} = \alpha + \beta_1 \text{sex} + \beta_2 \text{age} + \beta_3 \text{status} + \beta_4 \text{income} + \beta_5 \text{holiday} + \beta_6 \text{number} + e$$

ผลการศึกษา

- 1) ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ พบว่า มีตัวแปร 3 ตัวที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ อายุ รายได้เฉลี่ย และจำนวนวันหยุด ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่าสถิติ t	ระดับนัยสำคัญ (sig.t)
ค่าคงที่ (Constant)	2.312997	4.551309	0.0000
sex	0.001952	0.648290	0.0601
age	0.161259	2.152763	0.0017*
status	0.020652	1.943716	0.1242
income	0.000505	0.066521	0.0029*
holiday	0.024083	0.485934	0.0070*
number	-0.011401	-0.485934	0.6273
R ² = 0.674 Sig. = 0.000 n=400 Adjusted R ² = 0.143			
F-statistic = 11.744 Sig.F = 0.0000			
Durbin - Watson = 1.673			

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ พบว่า สมการที่ได้ค่า sig.F เท่ากับ 0.0000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความนัยสำคัญ 0.05 สามารถพยากรณ์ได้ว่าตัวแปรทั้ง 6 มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจเท่ากับ 0.674 หรือร้อยละ 67.40 เมื่อพิจารณาค่า sig.t เพื่อหาตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม พบว่า มีตัวแปรอิสระ 3 ตัวที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ อายุ (age) รายได้เฉลี่ย (income) และจำนวนวันหยุด (holiday) ซึ่งทั้ง 3 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความต้องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์

2) ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีสถานภาพสมรส รับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์มากกว่า 1 ครั้ง ช่วงเวลาวันหยุดนักขัตฤกษ์ ไม่พักค้างแรม และเดินทางเป็นครอบครัว

อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ อายุ รายได้เฉลี่ย และจำนวนวันหยุด ซึ่งมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ อายุที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปุณณรัตน์ มณีบุตร (2547) ที่พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน และตัวแปรรายได้เฉลี่ยซึ่งมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อรายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องทฤษฎีอุปสงค์การท่องเที่ยว และงานวิจัยของ ชัยสงคราม สุขธรรมวงศ์ และปิยลักษณ์ พุทธรังค์ (2559) และงานวิจัยของ หฤษฎ์ชัย อินทโสทธิ (2552) และงานวิจัยของ ปุณณรัตน์ มณีบุตร. (2547) ซึ่งพบตรงกันว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ และตัวแปรจำนวนวันหยุดซึ่งมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ จำนวนวันหยุดที่เพิ่มจำนวนวันมากขึ้นจะส่งผลต่อความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย หฤษฎ์ชัย อินทโสทธิ (2552) ที่พบว่า จำนวนวันพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว โดยใช้สื่อออนไลน์ซึ่งกำลังได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน และสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลายกลุ่ม
2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่เป็นการเดินทางในลักษณะครอบครัว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมใช้งานได้อย่างเสมอ โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดซึ่งจะมีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้นจากช่วงเวลาปกติ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมืองเปรียบเทียบกับอำเภอโดยรอบ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสนับสนุนด้านงบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่ต่อไป
2. ควรมีการติดตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวภายหลังจากที่ได้มีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เพื่อประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวซ้ำ

เอกสารอ้างอิง

- ชัยสงคราม สุขธรรมวงศ์ และปิยลักษณ์ พุทธรังษี. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวลาว. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชลดา แส่นคำเรือง และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). ปัจจัยที่ผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวในจังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต.
- บุญณรัตน์ มณีบุตร. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- หฤกษ์ชัย อินทโสทธิ. (2552). การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อดิگانต์ ไพโรจน์พิริยะกุล และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง. คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารีรัตน์ ทิพย์พันธ์. (2552). อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

บทความวิชาการนำเสนอผลงานแบบโปสเตอร์
“มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 1”



การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับ การคิดแบบองค์รวม เพื่อพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานแบบยั่งยืน
ตามแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช
THE SYNTHESIS OF THE RESEARCHES ON THE HOLISTIC THINKING TO DEVELOP
THE LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN FROM THE ROYAL SPEECH OF HIS MAJESTY,
BHUMIBOL ADULYADEJ THE GREAT

ณัฐพนธ์ เกษสาคร¹ และมานิตย์ สิงห์ทองชัย²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์งานวิจัยเรื่องการคิดแบบองค์รวมเพื่อการพัฒนา โลจิสติกส์ และโซ่อุปทานให้ยั่งยืนตามแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ข้อมูลที่ใช้สังเคราะห์มาจากแผน ยุทธศาสตร์โลจิสติกส์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2 ปี พ.ศ. 2550-2560 งานวิจัยที่ได้รับทุนวิจัยที่ได้รับทุน สกว. จำนวน 5 เรื่อง งานวิจัยด้านเศรษฐกิจพอเพียง 8 เรื่องงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารต่างประเทศ 25 ฉบับงานวิจัยที่ ผ่านการประชุมวิชาการระดับชาติ 1 เรื่อง งานวิจัยเรื่องการพิสูจน์เวลาเป็นปริมาณเวกเตอร์ สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนเรื่องความสมดุลในระบบนิเวศ เครื่องมือในการวิจัย คือแบบบันทึกข้อมูล 2 ชุด ทำการสังเคราะห์งานวิจัย ด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา และการทำแผนที่ความคิด ผลการวิจัย พบว่า การส่งคุณค่าในโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำไป ถึงปลายน้ำกระทบโซ่อุปทานหลายระดับเพราะในแต่ละหน่วยของโซ่อุปทานนั้นประกอบไปด้วยโซ่อุปทานอีก จำนวนมาก และมีการส่งคุณค่าซึ่งให้ผลกระทบต่อเนื่องเป็น ลักษณะ คลื่นอุปทาน แบบทรงกลม นอกจากนี้ในทุก กิจกรรม การส่งคุณค่า เกิดขึ้นบนเส้นเวลาที่ผู้วิจัยเรียกเส้นนี้ว่า เส้นโลจิสติกส์กาลเวลา ซึ่งมีจำนวนนับไม่ถ้วนใน ทุกกิจกรรมของโลจิสติกส์จะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างทิศทางกิจกรรมและทิศทางของเวลา ที่เกิดขึ้นพร้อมกัน โดยผลลัพธ์ของกิจกรรม ที่มีทิศทางต่างกัน จะมีผลลัพธ์ที่ต่างกัน ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยนี้ คือ (1) เพื่อสร้าง แบบจำลอง การคิดแบบองค์รวมด้วยปรัชญาที่เรียกว่า “โลจิสติกส์โซ่อุปทานอภิมาน” เน้นการพัฒนาจากส่วนที่เล็ก ที่สุดสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน ตามแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว(2) เพื่อเป็นแนวทางใหม่ในสู การทำวิจัยในอนาคตด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับเวลา (3) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา ยุทธศาสตร์ด้านโลจิสติกส์ชาติ

คำสำคัญ: โลจิสติกส์โซ่อุปทานอภิมาน, การคิดแบบองค์รวม, เส้นโลจิสติกส์กาลเวลา, คลื่นอุปทานแบบ ทรงกลม , การพัฒนาอย่างยั่งยืน

Abstract

The objective of this study is to synthesize some researches on Holistic thinking of logistics and supply chain for sustainable development from the royal speech of His Majesty,

¹ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา 1061 ซอย 15 ถนนอิสราภาพ แขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600 Email: n.kassakorn@gmail.com tel: +66-86-306-7907

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ 398 หมู่ 9 ถนนสวรรค์วิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 60000 Email: singthongchai.m@gmail.com tel: +66-87-576-3703

Bhumobol Adulyadej the Great. The data used to synthesize were from the first and the second National Strategic Plan on Logistics (2007 – 2017), the five Thai researches supported by Thailand Research Fund, the eight researches on sufficiency economy, the twenty five published International researches, a logistic study presented in Thai academic conference, the research on Time Dimension as a vector, and the Thai encyclopedia for youth concerning the balance of ecosystem. The synthetic methodology used the two sets of data collection with Meta-analysis and the concept of Mind Mapping. The result found that the value transfer in a supply chain from upstream to downstream influences many different supply chains because each supply chain consists of many other supply chains. The value transfer affects continuously other chains with spherical-shape waves, which the author calls them "Spherical Supply Waves". All activities that transfer their values are on many time lines, which the author calls them "n time lines of logistics". All activities of logistics reveal the relation between the directions of activities and the directions of time simultaneously. The results of activities, which have different directions, differ from others as well. The advantage of this study is as the following; (1) to create the Holistic model with the philosophy, which the author calls it "Meta Logistics and Supply Chain". The model emphasizes the development from the smallest part of the chain from the royal speech of His Majesty, Bhumobol Adulyadej the Great, (2) to be the new way of the future logistic study concerning time dimension, and (3) to be the crucial way to develop the strategy of national logistics.

Key words: Meta Logistics and Supply Chain, Holistic Thinking, Time Line of Logistics, Spherical Supply Wave, Sustainable Development

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้มียุทธศาสตร์พัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยเป็น ฉบับที่2 เป็นแผนที่มุ่งพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการจัดการโซ่อุปทานเพื่อความสามารถในการแข่งขัน มีภารกิจหลัก 3 ด้านคือ 1.การสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการไทยในโซ่อุปทาน 2.การยกระดับประสิทธิภาพระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า 3.การพัฒนาปัจจัยสนับสนุน โดยมีเป้าหมายไปสู่อนาคตที่มั่นคง ยั่งยืนและสมดุล สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่11 (พ.ศ. 2555-2559)และเป็นยุทธศาสตร์การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ.2558 แต่ปัญหาที่พบคือ ปัญหาของการขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในจุดที่สำคัญของโซ่อุปทาน (ณัฐพนธ์ เกษสาคร, 2556) เนื่องด้วยการจัดการโซ่อุปทาน มีทฤษฎีที่หลากหลาย และยังมิหลายประเด็นที่ไม่ชัดเจน (Burgess, 2006) เพราะการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เป็นการจัดการที่รวมกิจกรรมตั้งแต่จัดหา จัดจ้าง การจัดซื้อ การบริหารแหล่งวัตถุดิบ จนไปถึงกิจกรรมทั้งหมดของโลจิสติกส์ โดยเป็นกิจกรรม เพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า และผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็น การตอบสนอง ผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อมูลข่าวสาร (Peters, Hofstetter, & Hoffmann, 2011) หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็น บูรณาการ กระบวนการ ที่เป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจ ตั้งแต่ผู้ผลิตคนแรกถึงลูกค้าคนสุดท้าย (Bourlakis, Maglaras, & Fotopoulos, 2012) ซึ่งปัจจุบันการพัฒนาที่สูงขึ้นของโลกาภิวัตน์ ทำให้ การแข่งขันทางธุรกิจมีความต้องการทรัพยากรมากขึ้น ความร่วมมือระหว่างองค์กร จึงเป็นสิ่งสำคัญ ในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเสี่ยง ในโซ่อุปทาน ซึ่งขยายไปทั่วโลก เพราะทรัพยากรภายในไม่เพียงพอที่จะ แข่งขัน (Pfeffer & Salancik, 1978 อ้างใน Lee, Kim, & Choi, 2012) การสร้างฐานการผลิต ที่กระจายอยู่ในประเทศต่างๆ จึงมีความเสี่ยง ในเรื่อง ภาษา การสื่อสาร วัฒนธรรม

ของแต่ละประเทศ การจัดการสินค้าคงคลัง การกระจายสินค้า บริษัทที่พยายามจะ แก้ไขจุดอ่อนนี้ จึงต้องพึ่งพาความร่วมมือขององค์กร ในพื้นที่ เพราะไม่เข้าใจ สภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนของบริษัทนั้นๆ จำเป็นที่จะต้อง อาศัยความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย ซึ่ง จะช่วยปรับปรุง ความร่วมมือ และการประสานงาน ระหว่างสมาชิกในโซ่อุปทาน ความสำเร็จและการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน (Lee, Kim, & Choi, 2012) การจะพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานแบบยั่งยืน จึงจำเป็นต้องมองการบริหารแบบองค์รวมซึ่ง คำนึงถึง ต้นทุน, ความซับซ้อนในงาน, หน้าที่การทำงาน, วัฒนธรรมรอบแนวคิด, ความไม่แน่นอน และผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่มาจากกิจกรรมทางโซ่อุปทาน ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (Peters, Hofstetter, & Hoffmann, 2011) ซึ่งความสัมพันธ์ในสิ่งแวดล้อมสามารถแบ่ง ลำดับออกได้เป็น 1.ระดับความสัมพันธ์ ในระดับกลุ่มองค์กรทางสังคม เช่น กลุ่มการค้า องค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศ รวมไปถึงสิ่งแวดล้อม (Social Level) 2. ระดับความสัมพันธ์ในโซ่อุปทานที่มีผลกระทบสัมพันธ์กัน (Network Level) 3.ระดับความสัมพันธ์ในสายโซ่อุปทานเดียวกัน(Chain Level) 4. ระดับความสัมพันธ์ในขอบเขตของบริษัท ที่ทำธุรกิจร่วมกัน ผ่านกิจกรรม ขาเข้า และขาออก (Firm Level) 5. ระดับความสัมพันธ์ในระดับหน้าที่การทำงานที่เป็น โซ่อุปทานในองค์กร (Function Level) 6. ระดับความสัมพันธ์ในขอบเขตของบุคลากรในองค์กร (People Level) ซึ่งการดำรงอยู่ของทุกระดับความสัมพันธ์นี้เป็นแบบพลวัต (Dynamics) โดยอยู่ร่วมกันตามหลักนิเวศวิทยา(Ecology) (Morali, & Searcy, 2013) ซึ่งระบบนิเวศวิทยาในธรรมชาติ คือระบบการดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิต ที่อยู่ได้ด้วยตนเองและอาศัยความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม โดยจะมีการเปลี่ยนแปลงและถ่ายทอดพลังงานผ่าน ห่วงโซ่อาหาร(Food Chain) กรณีที่ห่วงโซ่อาหารมีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์มากขึ้นหลายห่วงโซ่ ก็จะกลายเป็น สายใยของห่วงโซ่อาหาร (Food Web) การมีสายใยห่วงโซ่อาหารที่มากและซับซ้อนเป็นการแสดงให้เห็นถึง ระบบที่มีความสมดุลสูง ซึ่งมีมนุษย์หรือคนก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญหนึ่งของระบบนิเวศ เพราะเป็นทั้งผู้สร้าง และ ผู้ทำลาย (นงพงา สุวานิช, 2536) นอกจากนี้ยังเป็นส่วนสำคัญในโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เพราะทุกกิจกรรมในโลจิสติกส์และโซ่อุปทานถูกเชื่อมต่อกันด้วย คน ซึ่งการพัฒนาแบบยั่งยืนตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงเน้น การพัฒนาโดยการสร้างพื้นฐาน จากหน่วยเล็กที่สุดของสังคม คือทรงมุ่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อต้องการให้ประชาชนสามารถพึ่งตนเอง ซึ่งจะเป็นรากฐานที่ขยายผลต่อไปในการสร้างความเจริญให้กับประเทศ สอดคล้องกับ การให้สัมภาษณ์ของ พลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ ในวันที่ 26 กรกฎาคม 2556 ถึง แนวทางแก้ไขการศึกษาของชาติ โดยยกพระราชดำรัส ของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาแนะนำเสนอเพื่อให้สื่อมวลชนได้ทราบ โดยสรุปอย่างย่อคือ ในด้านของผู้เรียน จำเป็นต้องพัฒนา 3 ด้าน คือ เรียนความรู้ เรียนความดี และเรียนทำงานเป็น (พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว อังใน สุรยุทธ์ จุลานนท์, 2556) ซึ่งแนวทางทั้ง 3 ก่อให้เกิด การสร้างกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ และเป็นรากฐานของการพัฒนาในทุกด้าน หากทุกงานที่ทุกคนทำประกอบด้วย ความรู้ ความดี ทำงานเป็น(ทำงานแล้วมีกินมีใช้ ไม่ยากจน พึ่งพาตนเองได้) กิจกรรมหรืองานนั้นจะเป็นงานให้คุณค่าและยั่งยืนต่อไปในอนาคต ดังเช่นโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่มีมากกว่า 3,000 โครงการ ทุกโครงการ สร้างคุณค่าที่สำคัญ คือ สร้างประโยชน์สุขให้กับประชาชนชาวไทย ดังในพระปฐมบรมราชโองการ ณ พระที่นั่งไพศาลทักษิณ เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2493 ว่า **“เราจะครองแผ่นดินโดยธรรม เพื่อประโยชน์สุขแห่งมหาชนชาวสยาม”** (ฉฐพณธ์ เกษสาครและมานิตย์ สิงห์ทองชัย, 2556) รวมถึงการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นการใช้หลัก เหตุผล ความพอดี อยู่บนฐานของคุณธรรม ศีลธรรม ที่สอดคล้องกับ ภูมิสังคม หรือ สภาพแวดล้อม ภูมิประเทศ ภูมิศาสตร์และสังคมวิทยาเกี่ยวกับลักษณะนิสัยใจคอของคน ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่แตกต่างกัน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีวิธีคิดอย่างองค์รวม หรือมองอย่างครบวงจร(สุเมธ ตันติเวชกุล, 2554) เพราะทุกองค์ประกอบเป็นวิธีการพัฒนาที่ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สู่อุณหภูมิความสมดุล ในทุกด้าน เป็นการพัฒนาแบบยั่งยืน ในระยะยาว (ฉฐพณธ์ ท่องภักดี, 2554) การพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทาน ในทุกด้าน คือการตอบสนอง ความพึงพอใจให้ลูกค้า และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยทุกกิจกรรมในเวลาที่กำหนด ซึ่งทุกกิจกรรมอาศัยเวลาในการดำเนินงาน และทั้งกระบวนการ มีรอบของเวลา (Genchev, 2011) และจากงานวิจัยเรื่องเวลาพบว่า เวลาซ่อนอยู่ในทุก ๆ มิติ รวมทั้ง กิจกรรมทางเศรษฐกิจด้วย นอกจากนั้นยังค้นพบว่า มิติเวลาไม่ใช่เป็นปริมาณสเกลาร์แต่เป็นเวกเตอร์ คือเวลาที่มีทิศทางนั่นเอง และยังพบกฎเกณฑ์ในเรื่องเวลาสรุป

ได้อีกว่า เมื่อทิศทางเวลาต่างกัน เวลาและผลลัพธ์ที่ได้จะแตกต่างกันด้วย (ปรเมษฐ์ บุญศรี, 2544)

จากหลักการเหตุผลที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการคิดแบบองค์รวมเป็นแนวคิดที่มีผลต่อการพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทาน การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับ การคิดแบบองค์รวม เพื่อพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานแบบยั่งยืน ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช จึงเป็นกระบวนการที่ค้นพบใหม่สู่แนวทางการพัฒนา

วัตถุประสงค์

เพื่อสังเคราะห์ผลงานวิจัยจำนวนหนึ่ง และนำไปสร้างรูปแบบการคิดแบบองค์รวม เพื่อพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานแบบยั่งยืน ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช และเพื่อตอบคำถามวิจัย 1 ข้อคือ (1)แนวคิดแบบองค์รวม การพัฒนาระบบ โลจิสติกส์โซ่อุปทานคืออะไร หากนำเรื่องเวลาเป็นเวกเตอร์และแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช มาเป็นทิศทางการพัฒนา ผลลัพธ์ใหม่ จะให้มุมมองอย่างไร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเอกสาร(Documentary Research) ประชากรคือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน แบบยั่งยืน ด้วยการสืบค้นฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ออนไลน์ของบริษัท UMI ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2010- ค.ศ. 2013 จำนวน 25 เรื่อง แผนยุทธศาสตร์โลจิสติกส์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2 ปี พ.ศ. 2550-พ.ศ.2560 งานวิจัยที่ได้รับทุนวิจัยที่ได้รับทุน สกอ. จำนวน 5 เรื่อง งานวิจัยด้านเศรษฐกิจพอเพียง 8 เรื่อง โดยงานวิจัยที่ผ่านการประชุมวิชาการระดับชาติ 1 เรื่อง งานวิจัยเรื่องการพิสูจน์เวลาเป็นปริมาณเวกเตอร์ สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนเรื่องความสมดุลในระบบนิเวศ งานวิจัยเรื่องการศึกษาความแปรปรวนในชั้นบรรยากาศหลังแผ่นดินไหวด้วยข้อมูล GPS ผู้วิจัยคัดเลือกงานวิจัยตามเกณฑ์งานวิจัยที่ตีพิมพ์จำนวน 41 เรื่อง

แบบแผนของการวิจัยการวิจัยครั้งนี้เป็นการสังเคราะห์เชิงคุณภาพ(Qualitative Synthesis)โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis)ผู้วิจัยดำเนินการสังเคราะห์จากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่ง คือ 1.ฐานข้อมูลงานวิจัยโดยใช้คำสืบค้นว่า “โลจิสติกส์” และ “โซ่อุปทาน”ฐานข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว. หรือ elibrary.trf.or.th) และ (2) ฐานข้อมูลของศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง(Center of the Study of Sufficiency Economy หรือ cse.nida.ac.th)(3)ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ออนไลน์ของบริษัท UMI ซึ่งประกอบด้วยฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ทุกสาขาวิชา ในระดับปริญญาโทและปริญญาเอก โดยมีฐานข้อมูลบรรณานุกรม ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1861 ฐานข้อมูลสารสังเขป ตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1981 และมีข้อมูลเพิ่มเติม ตั้งแต่ ค.ศ. 1997 ถึงปัจจุบัน (4)แหล่งข้อมูลอื่นที่สามารถสืบค้นได้นอกเหนือจากฐานข้อมูลวิจัยออนไลน์ เช่น ตำราที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ประสบการณ์ของผู้วิจัย ที่เป็นอาจารย์สอนสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะกรรมการโลจิสติกส์การค้าสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในสายวิชาชีพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานบางท่าน

เครื่องมือวิจัย คือ ใช้แบบบันทึกข้อมูลจากงานวิจัยเรื่องSupply chain management: a structured literature review and implications for future research (Burgess, Prakash, & Koroglu, 2006) จำนวน 2 ชุด โดยชุดที่ 1 มีประเด็นการเก็บข้อมูล 4 รายการ (1) รายละเอียดโดยย่อของงานวิจัย(ได้แก่ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้วิจัย ปีที่ทำวิจัย คำสำคัญและผลการวิจัย) (2) แบบแผนของการวิจัย (3)กรอบความคิดในการพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทาน(4)ปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานแบบยั่งยืน ชุดที่ 2 มีประเด็นการเก็บข้อมูล 4 รายการ (1) รายละเอียดโดยย่อของงานวิจัย(ได้แก่ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้วิจัย ปีที่ทำวิจัย คำสำคัญและผลการวิจัย) (2) แบบแผนของการวิจัย (3)กรอบความคิดในการพัฒนาโครงการตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช (4)ปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาแบบยั่งยืน

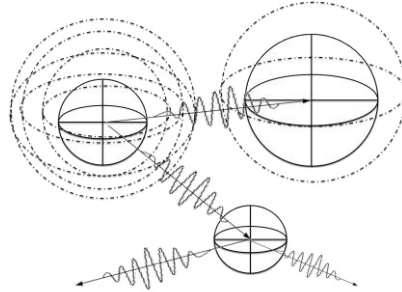
การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยทำตารางตรวจสอบข้อมูลจัดกลุ่มงานวิจัยที่คล้ายกัน จัดกลุ่มคำสำคัญในงานวิจัย จำแนกข้อมูล หาความสัมพันธ์ และทำการสังเคราะห์

ด้วยผังมโนภาพ หรือ แผนที่ความคิด (mind map) เพื่อหาข้อค้นพบใหม่

ผลการวิจัย

การคิดแบบองค์รวมแบ่งเป็น 3 หัวข้อ ประกอบด้วย (1) ลักษณะการส่งผลกระทบเมื่อมองแบบองค์รวม (2) ความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับเวลา (3) วิธีคิดแบบองค์รวมสำหรับโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะผู้วิจัยได้ผลการวิจัย ดังนี้

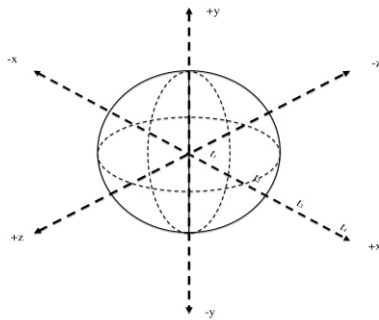
1. ลักษณะการส่งผลกระทบเมื่อมองแบบองค์รวม การคิดแบบองค์รวม มีองค์ประกอบที่มีปัจจัยจำนวนมากแต่จะมากขึ้นอยู่กับ รูปแบบงาน รูปแบบกิจกรรม และจำนวนผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของกิจกรรม การมองแบบองค์รวมคือการมองเพื่อให้เห็นผลกระทบตามสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น จากกิจกรรมที่ทำ ซึ่งเป็นลักษณะที่มีจริงในธรรมชาติ ดังเช่นลักษณะของการเกิดคลื่นเมื่อมีแผ่นดินไหว จะมีการส่งคลื่นออกไปทุกทิศทางเป็นคลื่นทรงกลม และเมื่อคลื่นกระทบตัวกลาง ตัวกลางแต่ละตัวแต่ละทิศทางก็จะมีปฏิกิริยาที่แตกต่างกัน แล้วแต่รูปแบบของการสั่นพ้อง(Resonance)และส่งผ่านคลื่นเหล่านั้นไปยังตัวกลางอื่นๆต่อไปเรื่อยๆ(นิธิวัฒน์ ชูสกุล, 2552)



ภาพที่ 1 ภาพแบบจำลองคลื่นทรงกลม

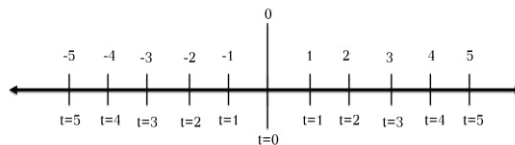
สอดคล้องกับแนวคิดนิเวศวิทยา เรื่องสายใยของห่วงโซ่อาหาร และเครือข่ายโซ่อุปทาน คือ การที่มีโซ่อุปทานที่ซับซ้อน และ เชื่อมต่อกันอย่างมากมาย โดย ทุกๆจุดในโซ่อุปทานเป็นจุดเชื่อมต่อของอีกหลายๆโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเชื่อมต่อด้วยคน เพราะคนมีสถานะหลายบทบาทในโซ่อุปทาน ตั้งแต่ผู้ผลิต จนถึงผู้บริโภคในทุกลำดับ ดังนั้นการกระทำ 1 กิจกรรมย่อมมีผลกระทบเป็นคลื่นทรงกลม (Spherical Wave) ออกไปอีกหลายกิจกรรม

2. ความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับเวลา ในการดำเนินกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน พบว่าทุกกิจกรรมมีมิติเวลาแฝงอยู่ เช่น การวางแผนในกิจกรรมทั้งหมด คือการนำ “เวลานำ” (Lead Time) ของทุกกิจกรรม หรือรอบการทำงาน(Cycle Time)ร้อยต่อกัน กระบวนการทางโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน จึงไม่เพียงแต่ส่งคุณค่า (Value) ไปให้ลูกค้า ผ่านกิจกรรมทางโลจิสติกส์ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย แต่ขณะเดียวกันยังเป็นการส่งคุณค่าผ่านเส้นของเวลา ผู้เขียน เรียกเส้นนี้ว่า “เส้นโลจิสติกส์กาลเวลา” (Time Line of Logistics) เพราะทุกกิจกรรม จะส่งคุณค่าต่อกันไปในเวลาถัดไป คล้ายการลากเส้นตรงที่ร้อยต่อกันในเวลาถัดไป นอกจากนี้เส้นโลจิสติกส์กาลเวลา ยังมีทิศทางที่ทำให้ผลลัพธ์ของกิจกรรมแตกต่างกัน ดังนั้นในทุกกิจกรรม จึงดำเนินบนเส้นโลจิสติกส์กาลเวลาเพื่อส่งคุณค่าให้กิจกรรมของตนเองในเวลาถัดไป หากในเวลาถัดไปไม่มีการส่งคุณค่าของกิจกรรมนั้น กิจกรรมนั้นก็หายไปในเวลานั้น



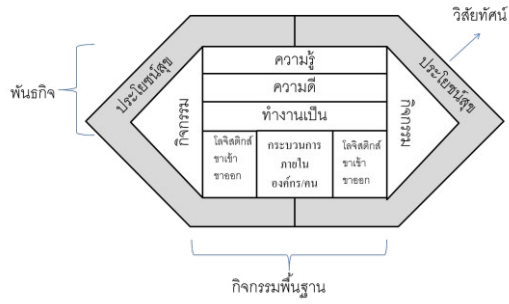
ภาพที่ 2 ทิศทางลัทธิของเวลาในอภิวรรณจักร
ที่มา : (ปรเมษฐ์ บุญศรี, 2544)

3. วิธีคิดแบบองค์รวมสำหรับโลกจิตตีสและโซ่อุปทาน จากความสัมพันธ์ในระบบนิเวศสิ่งมีชีวิตอาศัยโดยมีความสัมพันธ์หลายแบบ แต่ในที่สุดสามารถสรุปได้ 3 แบบคือ ให้ประโยชน์ เสียประโยชน์ และ ไม่ได้ประโยชน์ หรือสามารถ อธิบายความสัมพันธ์ด้วยสัญลักษณ์ทางคณิตศาสตร์ได้ว่า +, -, 0 ซึ่งในสถานะความเป็นจริงในนิเวศของโซ่อุปทานก็มีลักษณะเช่นนั้นเหมือนกัน แต่เกณฑ์ที่จะบ่งบอกถึงผลที่จะเป็น บวก ลบ และศูนย์ คือ การนำภูมิสังคม และ ระบบการเงิน มาวิเคราะห์ จะเห็นทิศทางของเวลาจำนวนมาก ตลอดจนผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน พบว่าความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจริงของโซ่อุปทานนั้นซับซ้อนและสัมพันธ์กันกับโซ่อุปทานอื่นๆเป็นจำนวนมาก จนกลายเป็น คลื่นอุปทานแบบทรงกลม(Spherical Supply Wave)



ภาพที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของค่าต่างๆของมิติเวลา กับเลขจำนวนจริงค่าต่างๆ
ที่มา : (ปรเมษฐ์ บุญศรี, 2544)

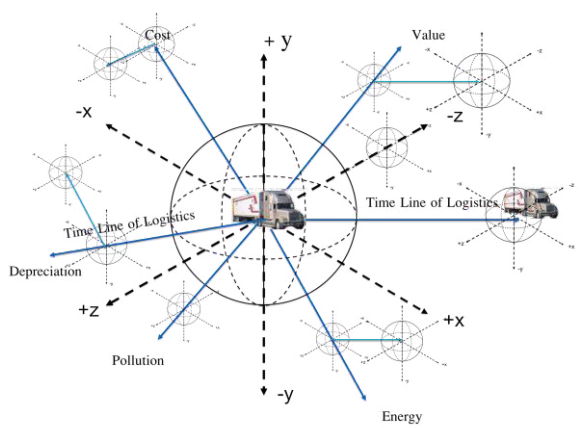
จากภาพที่ 3 เส้นจำนวนที่มีค่าตัวเลขเป็นบวกข้างหนึ่งและลบอีกข้างหนึ่ง แต่ในขณะที่เวลาได้ดำเนินไปเวลาในเส้นจำนวนทั้งสองด้าน จะมีค่าบวกเสมอในทุกทิศทาง ตั้งแต่ $t=0$ ไปเรื่อยๆ โดยทิศทางที่ต่างกันบนเส้นจำนวนจะให้ผลที่แตกต่างกัน (ทิศที่เป็นบวกเมื่อเวลาเพิ่มขึ้นให้ค่าบวกเพิ่มขึ้น และในทิศที่เป็นลบก็มีผลลัพธ์เช่นเดียวกัน หากนำแนวพระราชดำริเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง และหลักภูมิสังคมมาเป็นเกณฑ์ โดยอ้างอิงจากพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา เมื่อ 4 ธันวาคม 2543 ว่า “เศรษฐกิจพอเพียงนี้ขออย่าว่าเป็นทั้งเศรษฐกิจหรือความประพฤติ ที่ทำอะไรเพื่อให้เกิดผล คือ เกิดผลมันมาจากเหตุ ถ้าทำเหตุที่ดี ถ้าคิดให้ดี ผลที่ออกมา คือสิ่งที่ติดตามเหตุ การกระทำ ก็จะเป็นการกระทำที่ดี และผลของการกระทำนั้น ก็จะเป็นการกระทำที่ดี ดีแปลว่ามีประสิทธิผล ดีแปลว่ามีประโยชน์ ดีแปลว่ามีความสุข ” (พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว อังใน สุเมธ จุฑนต์วิเชกุล, 2554) ซึ่งจะทำให้เห็นทิศทางของผลที่เป็นบวก(ดี) เป็นลบ (ไม่ดี)อย่างชัดเจน



ภาพที่ 4 Real Value Chain ตามแนวพระราชดำรัส
 ทิมา : (ณัฐพนธ์ เกษสาคร, 2556)

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการแสดงผลและทิศทางของกิจกรรมตาม ภูมิสังคม

ลำดับ	ภูมิสังคม	กิจกรรมดี(ประสิทธิผล, ประโยชน์, สุข)	กิจกรรมไม่ดี(ไม่มีประสิทธิผล, ไม่เป็นประโยชน์, ไม่สุข)
1	นิสัยใจคอของคน	สุจริต	ทุจริต
2	สิ่งแวดล้อม	ใช้อย่างคุ้มค่าและบำรุงรักษา	ใช้อย่างฟุ่มเฟือยและทำลาย
3	วัฒนธรรมประเพณี	สอดคล้องกับวัฒนธรรมฯ	ทำลายวัฒนธรรมฯ
4	ความเป็นอยู่	มีกิน มีใช้ มีเก็บโดยรวม	มีความเหลื่อมล้ำในสังคมสูง บางคนเท่านั้นมีกิน มีใช้ มีเก็บ แต่บางคนไม่พอ กิน ไม่พอใช้ มีหนี้สิน
5	สภาพสังคม	รู้ รัก สามัคคี	เอารัดเอาเปรียบ หลอกหลวง แดกสามัคคี
6	แนวทางการแก้ปัญหา	เรียบง่ายประหยัด	ซับซ้อน ยุ่งยาก ค่าใช้จ่ายสูง
7	การพัฒนา	เห็นผลได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว	หวังผลได้ในระยะสั้นแต่ผลเสียในระยะยาว



ภาพที่ 4 Spherical Supply Wave & Time Line of Logistics
 ทิมา : (ณัฐพนธ์ เกษสาคร, 2556)

จากภาพที่4 จะเห็นได้ว่าเมื่อรถบรรทุก 1 คันวิ่งไปยังที่หมายเพื่อส่งของ เส้นโลจิสติกส์กาลเวลา ได้วิ่งไปยังทิศทางต่าง ๆ โดยเวลาที่เดินหน้าไปพร้อมกัน เช่น ในเวลาเดียวกันนั้น ขณะที่รถวิ่งไปข้างหน้า มูลค่าสินค้าในรถ

เพิ่มขึ้น ยางรถยนต์เสื่อมเพิ่มขึ้น ความเสื่อมรถเพิ่มขึ้น พลังงานเชื้อเพลิงลดลง มลพิษเพิ่มขึ้น ค่าแรงคนขับรถเพิ่มขึ้น ถนนเสื่อมมากขึ้น ความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้น ฯลฯ หากมองผลกระทบที่ต่อเนื่อง จะพบว่า พลังงานเชื้อเพลิงที่ลดลง ส่งผลกระทบต่อ ให้ ต้องซื้อพลังงานเพิ่ม ค่าใช้จ่ายก็จะเพิ่มขึ้น แต่ปั้มน้ำมันมีปริมาณน้ำมันที่ลดลง แต่มีรายรับเพิ่มขึ้น ปริมาณการส่งน้ำมันก็เพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบในอีกโซ่อบทานหนึ่ง มลพิษที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ชุมชนที่อยู่ใกล้ ถนน เสื่อมสภาพ สร้างความไม่พึงพอใจ อาจส่งผลต่อการต่อต้าน หรือการย้ายถิ่นฐาน ซึ่งก็มีผลกระทบต่ออีกโซ่อบทานอีกโซ่หนึ่ง คนขับรถได้รับค่าแรง ทำให้สถานะการเงินที่บ้านดีขึ้น มีเงินซื้อของใช้ ทำให้อีกกระบวนการของโซ่อบทานขับเคลื่อน ลูกค้ที่ได้รับการส่งมอบ มีความพึงพอใจ ใช้บริการเพิ่ม ทุกอย่างก็บรรยายมาก็จะเพิ่มขึ้น ต่อในเวลาเดียวกันแต่ทิศทางเวลาและผลกระทบที่เกิดขึ้นแตกต่างกัน แต่ทั้งหมดถูกเชื่อมต่อโดย คน กิจกรรม และ เวลา

สรุปและอภิปรายผล

โลจิสติกส์และโซ่อบทานอภิมาน (Meta Logistics and Supply Chain) เป็นการอธิบายถึงจุดที่เล็กและเปราะบางที่สุดในโซ่อบทาน ซึ่งเป็นจุดที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้โซ่อบทานขาด (ณัฐพนธ์ เกษสาครและมานิตย์ สิงห์ทองชัย, 2556) การนำแนวพระราชดำริสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มาศึกษา ทำให้พบจุดเชื่อมต่อที่สำคัญ และเป็นจุดเชื่อมต่อของโซ่อบทานจำนวนมหาศาล นั่นคือ มนุษย์หรือคน ด้วยเหตุนี้ กิจกรรมที่เกิดขึ้นหนึ่งกิจกรรมจึงสามารถส่งผลกระทบออกไปในหลายโซ่อบทาน หรือส่งผลกระทบในลักษณะ คลื่นอุปทานแบบทรงกลม (Spherical Supply Wave) นอกจากนี้ผลกระทบที่ถูกส่งออกเป็นคลื่นนั้นจะเกิดขึ้นในเวลาพร้อมกัน และทิศทางเวลาที่ต่างกันตามทิศของกิจกรรมที่มีค่า บวกหรือลบ ซึ่งค่าดังกล่าวขึ้นอยู่กับ ตัวกลางหรือโซ่อบทานที่รับผลนั้นๆ ว่า ผลที่ได้รับนั้น ให้ประสิทธิผล ให้ประโยชน์ ให้ความสุขหรือไม่ ถ้าให้ก็เป็นบวก ถ้าให้ด้านตรงข้ามก็เป็นลบ โดยกิจกรรมและผลจะเกิดขึ้นและส่งต่อผ่าน เส้นโลจิสติกส์กาลเวลา (Time Line of Logistics) ดังนั้นทุกกิจกรรมที่คนๆหนึ่งกระทำจึงมีผลกระทบไม่มากก็น้อยในคลื่นอุปทาน การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อบทานให้ยั่งยืนด้วยการคิดแบบองค์รวม จึงต้องมองความสัมพันธ์ดังกล่าวมาแล้วให้ได้ และต้องคำนึงถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นในทุกทิศของเวลาในเวลาถัดไป เพราะทุกการกระทำจะให้ผลและมีรอบเวลาที่ส่งผลกลับสู่จุดเริ่มต้นของกิจกรรม

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นกระบวนการทัศน์ใหม่ แสดงให้เห็นถึงความจริงในโซ่อบทานที่เป็น สามัญลักษณะและเป็นภาพกว้าง ในลักษณะของการพัฒนาแนวคิดแบบองค์รวม ซึ่งงานวิจัยในอนาคตสามารถ ทำกรณีศึกษาในรายละเอียดในแต่ละโซ่อบทานได้ และเพื่อความเข้าใจง่าย สามารถนำความสัมพันธ์ในคลื่นอุปทานแบบทรงกลม มาสร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ เพื่อหากิจกรรม และ โซ่อบทานที่จะได้รับผลกระทบที่เป็นบวกเป็นลบ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการพัฒนา งานด้านโลจิสติกส์และโซ่อบทาน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ปรเมษฐ์ บุญศรี ที่ท่านให้เกียรติเป็นที่ปรึกษาในงานวิจัยนี้รวมถึงคำแนะนำและแนวคิดต่างๆที่เป็นประโยชน์อย่างสูงในงานวิจัยนี้ โดยเฉพาะเรื่องการพิสูจน์เวลาเป็นปริมาณเวกเตอร์

ขอขอบพระคุณ ดร.นิธิวัฒน์ ชูสกุล ที่ท่านอธิบายเรื่องการเกิดแผ่นดินไหวและเรื่องคลื่นซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- ปรเมษฐ์ บุญศรี. (2545). *การพิสูจน์เวลาเป็น ปริมาณเวกเตอร์ด้วยคณิตศาสตร์*. วารสารราชบัณฑิต ปีที่ 27 ฉบับที่ 2 มีนาคมถึงพฤษภาคม 2545. หน้า 399-407.
- ปรเมษฐ์ บุญศรี. (2544). *พีระมิตความลับที่ถูกเปิดเผย: ความลับของพีระมิตคือฟิลิกส์ชั้นสูงงานที่ไอน์สไตน์ยังค้นคว้าไม่เสร็จ*. กรุงเทพฯ : บริษัทคอนเซ็ปท์ไลน์จำกัด.
- สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2550) *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 1 (2550-25554)*, 20 ตุลาคม 2556, nesdb.go.th
- สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2550) *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 2 (2556-2560)* 20 ตุลาคม 2556, nesdb.go.th
- นงพงา สุขวานิช.(2536). "หนังสือ สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่มที่ 17." 23 ตุลาคม 2556. <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=17&page=main>
- สุเมธ ตันติเวชกุล. (2554). "พื้นฐานความคิดเศรษฐกิจพอเพียงจากงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ." 25 ตุลาคม 2556, cse.nida.ac.th
- วิจิต หล่อจิระชุนท์กุล และ จิราวัลย์ จิตรถเวช.(2554). "การพัฒนาดัชนีและตัวชี้วัดการพัฒนาที่ยั่งยืน." 25 ตุลาคม 2556,cse.nida.ac.th
- จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา.(2554). "แนวคิดการพัฒนาและการทรงงานเชิงพัฒนาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว" 25 ตุลาคม 2556, cse.nida.ac.th
- ณัฐพงษ์ ทองภักดี .(2554). "ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: ความเป็นมาและความหมาย" 25 ตุลาคม 2556, cse.nida.ac.th
- จุฬาพรรธ ผนุชชีวิต.(2554). "การสื่อสารแบบเน้นการมีส่วนร่วมเพื่อความสมดุลและยั่งยืน" 25 ตุลาคม 2556, cse.nida.ac.th
- ณดา จันทน์สม.(2554). "ธุรกิจกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง " 25 ตุลาคม 2556,cse.nida.ac.th
- อาแว มะแส และ ณัฐวัชร ฝาภู.(2554). "นโยบายสาธารณะกับการพัฒนาชุมชนและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในชนบท" 25 ตุลาคม 2556, cse.nida.ac.th
- อมรรัตน์ อภินันท์หมกุล.(2554). "รัฐกับการพัฒนาทุนสังคม" 25 ตุลาคม 2556, cse.nida.ac.th
- อภิชาติ โสภางค์ และคณะ .(2551). "โครงการศึกษาระบบโซ่อุปทานลำไยสดในประเทศไทย". 10 ตุลาคม 2556,<http://elibrary.trf.or.th>
- สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย.(2553). "โครงการศึกษาแนวทางการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร". 10 ตุลาคม 2556,<http://elibrary.trf.or.th>
- กาญจนา เศรษฐนันท์ และคณะ.(2552). "โครงการศึกษากระบวนการจัดการโซ่อุปทานและการกระจายของกล้วยเดี่ยวเส้นสด". 10 ตุลาคม 2556,<http://elibrary.trf.or.th>
- รุธิร์ พนมยงค์ และคณะ.(2555). "โครงการปรับปรุงการเข้าถึงของสินค้าไทยสู่ตลาดญี่ปุ่นด้วยการบูรณาการกับห่วงโซ่อุปทานของญี่ปุ่น". 10 ตุลาคม 2556,<http://elibrary.trf.or.th>
- ภาชีณี พยงแย้ม.(2553). "การปรับปรุงระบบห่วงโซ่อุปทานสำหรับผลิตภัณฑ์ไก่ปรุงสุกส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น". 10 ตุลาคม 2556,<http://elibrary.trf.or.th>
- Nithiwatthn Choosakul.(2009).Study on the periodic ionospheric variations after large earthquakes using GPS data.Dissertation for ph.D. in Science,Kyoto University
- P.Childer and D.R.Towill.2011. "Arcs of supply chain integration." Internatiol Journal of Production Research Vol.49, No.24, 15 December 2011, 7441-7468
- Florence Pirard, Serguei Iassinovski and Fouad Riane.2011.A simulation based approach for supply

- network control." *International Journal of Production Research* Vol.49, No.24, 15 December 2011, 7205- 7226
- Kevin Burgess, Prakash J. Singh and Rana Koroglu.2006. "Supply chain management: a structured literature review and implications for future research". *International Journal of Operations & Production Management* Vol. 26 No. 7, 2006 pp. 703-729
qEmeraldGroupPublishingLimited 0144-3577
- Peters, N. J., Hofstetter, J. S., & Hoffmann, V. H. (2011). Institutional entrepreneurship capabilities for interorganizational sustainable supply chain strategies. *International Journal of Logistics Management*, 22(1), 52-86. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09574091111127552>
- Morali, O., & Searcy, C. (2013). A review of sustainable supply chain management practices in canada. *Journal of Business Ethics*, 117(3), 635-658.
doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-012-1539-4>
- Abbasi, M., & Nilsson, F. (2012). Themes and challenges in making supply chains environmentally sustainable. *Supply Chain Management*, 17(5), 517-530.
doi:<http://dx.doi.org/10.1108/13598541211258582>
- Fabbe-Costes, N., Roussat, C., & Jacques, C. (2011). Future sustainable supply chains: What should companies scan? *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41(3), 228-252. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09600031111123778>
- Vinayan, G., Jayashree, S., & Marthandan, G. (2012). Critical success factors of sustainable competitive advantage: A study in malaysian manufacturing industries. *International Journal of Business and Management*, 7(22), 29-45. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1353608748?accountid=31558>
- Defee, C. C., Theodore P. (Ted) Stank, & Esper, T. (2010). Performance implications of transformational supply chain leadership and followership. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 40(10), 763-791.
doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09600031011093205>
- Gobbi, C. (2011). Designing the reverse supply chain: The impact of the product residual value. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41(8), 768-796.
doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09600031111166429>
- Bourlakis, M., Maglaras, G., & Fotopoulos, C. (2012). Creating a "best value supply chain"? empirical evidence from the greek food chain. *International Journal of Logistics Management*, 23(3), 360-382. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09574091211289228>
- Ki-Hoon, L., & Cheong, I. (2011). Measuring a carbon footprint and environmental practice: The case of hyundai motors co. (HMC). *Industrial Management + Data Systems*, 111(6), 961-978. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/02635571111144991>
- Bouglet, J., Joffre, O., & Simon, E. (2012). How to reconcile business with sustainable development: An innovation approach. *Society and Business Review*, 7(3), 212-222.
doi:<http://dx.doi.org/10.1108/17465681211271305>
- Arlbjørn, J. S., Freytag, P. V., & de Haas, H. (2011). Service supply chain management. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41(3), 277-295.
doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09600031111123796>

- Salimath, M. S., & Jones, Raymond, I., II. (2011). Population ecology theory: Implications for sustainability. *Management Decision*, 49(6), 874-910.
 doi:<http://dx.doi.org/10.1108/00251741111143595>
- P.R.C. Gopal, & Thakkar, J. (2012). A review on supply chain performance measures and metrics: 2000-2011. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 61(5), 518-547. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/17410401211232957>
- Hunt, S. D., & Davis, D. F. (2012). GROUNDING SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IN RESOURCE-ADVANTAGE THEORY: IN DEFENSE OF A RESOURCE-BASED VIEW OF THE FIRM. *Journal of Supply Chain Management*, 48(2), 14-20. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1020412026?accountid=31558>
- Vaaland, T. I., & Owusu, R. A. (2012). What is a responsible supply chain? *International Journal of Business and Management*, 7(4), 154-171. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1013822571?accountid=31558>
- Lee, S. M., Kim, S. T., & Choi, D. (2012). Green supply chain management and organizational performance. *Industrial Management + Data Systems*, 112(8), 1148-1180.
 doi:<http://dx.doi.org/10.1108/02635571211264609>
- Hazen, B. T., Cegielski, C., & Hanna, J. B. (2011). Diffusion of green supply chain management. *International Journal of Logistics Management*, 22(3), 373-389.
 doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09574091111181372>
- Fawcett, S. E., Wallin, C., Allred, C., Fawcett, A. M., & Magnan, G. M. (2011). INFORMATION TECHNOLOGY AS AN ENABLER OF SUPPLY CHAIN COLLABORATION: A DYNAMIC-CAPABILITIES PERSPECTIVE. *Journal of Supply Chain Management*, 47(1), 38-59. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/864752601?accountid=31558>
- Gyaneshwar, S. K. (2012). Operational performance through supply chain management practices. *International Journal of Business and Social Science*, 3(2) Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/913056825?accountid=31558>
- Genchev, S. E., Richey, R. G., & Gabler, C. B. (2011). Evaluating reverse logistics programs: A suggested process formalization. *International Journal of Logistics Management*, 22(2), 242-263. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09574091111156569>
- Lambrechts, F., Taillieu, T., Grieten, S., & Poisquet, J. (2012). In-depth joint supply chain learning: Towards a framework. *Supply Chain Management*, 17(6), 627-637.
 doi:<http://dx.doi.org/10.1108/13598541211269238>
- Randall, W. S., Pohlen, T. L., & Hanna, J. B. (2010). EVOLVING A THEORY OF PERFORMANCE-BASED LOGISTICS USING INSIGHTS FROM SERVICE DOMINANT LOGIC. *Journal of Business Logistics*, 31(2), 35-IX. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/805382234?accountid=31558>

ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทย The Performance of Thailand's Logistics Management

สุธีรา อะทะวงษา*
วัชร วัชรนารี**

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอถึงประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นองค์ประกอบหลักสำคัญที่เป็นต้นทุนโลจิสติกส์ ได้แก่ การจัดการการขนส่งสินค้า การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง และการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ผลการศึกษาพบว่าโดยภาพรวมประสิทธิภาพการจัดการ โลจิสติกส์ของประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้นจากการพิจารณาต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยที่มีต้นทุนลดลงอย่างต่อเนื่อง และการมีอันดับของดัชนีวัดประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ที่ดีขึ้น โดยประเทศไทยมีจุดเด่นในด้านการส่งมอบตรงเวลามากที่สุด รองลงมาคือด้านการติดตามและตรวจสอบสินค้า ด้านการจัดส่งสินค้าระหว่างประเทศ ด้านความสามารถการดำเนินงานโลจิสติกส์ ส่วนด้านที่มีประสิทธิภาพน้อยที่สุดคือด้านพิธีการศุลกากรและด้านโครงสร้างพื้นฐาน ดังนั้นประเทศไทยควรเร่งพัฒนาการขนส่งทางราง การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ การลดต้นทุนค่าขนส่งสู่ศูนย์ปลายทาง และการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการงานด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การจัดการโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพของการจัดการโลจิสติกส์

Abstract

The purpose of this article is to present Thailand's logistics management performance. Focuses on the key components of logistics costs, such as transportation, inventory and logistics management. The results of this study showed that the overall performance of logistics management in Thailand is likely to improve. By considering the cost of logistics in Thailand has continued to decline. The ranking of the logistics performance index has improved, as Thailand has been featured on the most timeliness. Secondly, tracking and tracing, international shipments and logistics competence. The least logistics performances are customs and infrastructure. Therefore, Thailand should accelerate the development of railway transportation, multimodal transportation, reducing wasted transportation and applying modern technology in logistics management process to increase the performance of logistics management in Thailand.

Keywords: Logistics Management, Performance of Logistics Management

* บ.ด.บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำโปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการ) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

** กำลังศึกษาต่อ บ.ด.บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำโปรแกรมวิชาวิศวกรรมโลจิสติกส์และการจัดการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

บทนำ

สมาคมผู้เชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชนได้นิยามหมายของคำว่าจัดการ โลจิสติกส์ ไว้ว่า “ Logistics management is that part of supply chain management that plans, implements, and controls the efficient, effective forward and reverses flow and storage of goods, services and related information between the point of origin and the point of consumption in order to meet customers' requirements” (Council of Supply Chain Management Professionals, 2018) ซึ่งหมายถึง การจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการซัพพลายเชนที่มีการวางแผน มีการดำเนินงาน และมีการควบคุม ประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นตลอดกระบวนการทั้งไปและย้อนกลับ การจัดเก็บสินค้าและบริการ รวมทั้งข้อมูลสารสนเทศ ที่เกี่ยวข้องระหว่างจุดเริ่มต้นและจุดสุดท้ายที่มีการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ยิ่งในยุคที่ ธุรกิจปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงทั้งที่เป็นคู่แข่งกันที่อยู่ประเทศเดียวกันและคู่แข่งที่เป็นธุรกิจจาก ต่างประเทศโดยอาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ และการขนส่งกระจายสินค้าเพื่อจำหน่ายยัง ต่างประเทศผ่านการขนส่งรูปแบบต่างๆ ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางราง และทางอากาศ ที่สามารถเชื่อมถึงกันได้โดยง่าย และสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น หากการเติบโตด้านการค้ามีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นย่อมส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านโลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศให้มีความเติบโต จากการ รายงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมระบุว่า ต้นทุนการผลิตและตลาดผู้บริโภคกำลังมีการเติบโตอย่างรวดเร็วใน เอเชีย บริษัทข้ามชาติมีจำนวนมากขึ้น มีการตั้งโรงงานผลิตการค้าปลีกและการค้าในภูมิภาคระหว่างปี พ.ศ. 2553 ถึง พ.ศ. 2556 มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) เข้าสู่อาเซียนเพิ่มขึ้นร้อยละ 22 มีมูลค่าประมาณ 122 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยญี่ปุ่นและสหภาพยุโรปเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญเพื่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนที่ดีขึ้นและ เพิ่มการกระจายความเสี่ยงให้กับผู้ค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์และผู้ผลิตยานยนต์ต่างต้องการที่จะใช้ outsource การขนส่งไปยังบริษัทอื่นๆ (3PLs) ประเทศไทยจึงเป็นที่นิยมสำหรับบริษัทโลจิสติกส์ที่กำลังมองหาแก่ลูกค้าที่มีตลาดใน เอเชีย อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของไทยจึงถูกครอบงำโดยบริษัทต่างชาติโดยมีผู้ค้ารายสำคัญ ได้แก่ DHL, DB Schenker, Yusen Logistics และ Kerry Logistics ซึ่งมีบริการขนส่งสินค้าทางเรือและบริการซัพพลายเชน มากมายในประเทศไทย โดยบริษัทโลจิสติกส์หลายรายมักจะรับเหมาช่วงงานด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ไปยัง 3PLs โดยมีฝ่ายโลจิสติกส์หรือตัวแทนที่ดำเนินการเกี่ยวกับบุคลากรและขั้นตอนการประกาศต่างๆ ในหลายตลาดใน เอเชีย (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2561) หากมองถึงศักยภาพของกลุ่มประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศใน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะประสานความร่วมมือกันอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2558 นี้ อาจกล่าวได้ ว่า ไทยมีศักยภาพสูงเป็นอันดับต้นๆ ในการเป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ของอาเซียน ด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ ได้เปรียบโดยอยู่ตรงศูนย์กลางของภูมิภาค และมีพรมแดนเชื่อมต่อกับประเทศเศรษฐกิจสำคัญทั้งสิงคโปร์ มาเลเซีย จีน และเวียดนาม ทั้งยังเป็นประตูสู่ประเทศที่เศรษฐกิจเติบโตอย่างรวดเร็ว อาทิ พม่า ลาว กัมพูชา นอกจากนี้ ไทย ยังมีโครงสร้างพื้นฐานที่ครบครันซึ่งเอื้อแก่การขนส่งทั้งทางบกและทางอากาศ รวมไปถึงมีทรัพยากรบุคคลที่มีความ เชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์ระดับคุณภาพเป็นจำนวนมาก อีกหนึ่งประเด็นใหญ่ในธุรกิจโลจิสติกส์ของประเทศไทยคือ ต้นทุนซึ่งมีสัดส่วนที่สูงกว่าประเทศใกล้เคียงทั้งประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ โดยปัจจุบันประเทศไทยมีต้นทุน ด้านโลจิสติกส์อยู่ที่ 18% ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ขณะที่มาเลเซียและสิงคโปร์อยู่ที่ต่ำกว่า 10% (Forbes Thailand, 2557)

ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถการจัดการโลจิสติกส์อย่างเป็นระบบโดยเฉพาะ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ให้สามารถแข่งขันกับนานา ประเทศได้ด้วยการดำเนินงานที่มีต้นทุนต่ำ มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความรวดเร็วในการขนส่งตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ด้วยเหตุผล ดังกล่าวเป็นเหตุให้รัฐบาลต้องเร่งส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้าบริการ และการลงทุนใน อนุภูมิภาคและภูมิภาคอาเซียนสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

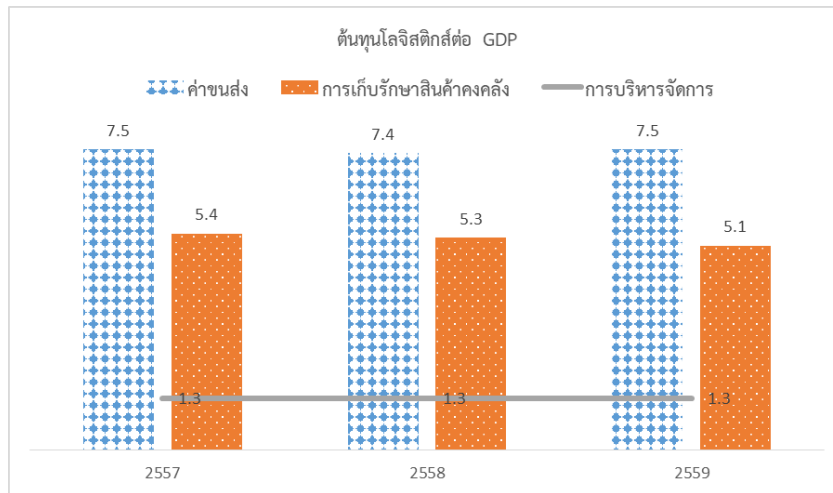
แห่งชาติฉบับที่ 12 สำหรับรายรายเอียดของบทความนี้จะได้นำเสนอถึงประสิทธิภาพของการจัดการโลจิสติกส์และยุทธศาสตร์และการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทยโดยอาศัยข้อมูลจากหน่วยงานทั้งภาครัฐภาคเอกชนตลอดจนบทความวิชาการต่างๆ เพื่อชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ แนวโน้มการพัฒนาประสิทธิภาพโลจิสติกส์ และข้อเสนอแนะการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นได้ต่อไปในอนาคต

ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทย

1. สถานการณ์ทั่วไปของประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทย

ในยุคของโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่การค้าระหว่างประเทศมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ประกอบกับนโยบายการเปิดเสรีทางการค้า ส่งผลให้ประเทศต่างๆ ต้องพัฒนาศักยภาพของตนเองและประสานความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการขับเคลื่อนสินค้า บริการ ข้อมูล เงินทุน และพัฒนาศักยภาพให้ประเทศสามารถแข่งขันในเวทีการค้าโลกได้ การจัดการโลจิสติกส์นับเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งของหลายๆ ประเทศในการนำมาใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้า ซึ่งนอกจากโลจิสติกส์จะเป็นกลไกขับเคลื่อนสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นกระบวนการสนับสนุนการขายเสมือนหนึ่งเป็นสินค้าและบริการ ขณะเดียวกันโลจิสติกส์ยังเป็นต้นทุนสำคัญของธุรกิจที่จะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยภาพรวม ทำให้สินค้าและบริการมีต้นทุนต่ำลง ถึงมือผู้บริโภคในระยะเวลาที่รวดเร็วและถูกต้องอันส่งผลให้เกิดมูลค่าการค้าระหว่างประเทศขยายตัว ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

จากรายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทยประจำปี 2559 พบว่าโครงสร้างต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยในช่วงปี 2550-2558 ประเทศไทยยังคงมีต้นทุนค่าขนส่งสินค้าที่ยังคงเป็นองค์ประกอบหลักสำคัญของต้นทุนโลจิสติกส์ทั้งหมด รองลงมาคือต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง และต้นทุนการบริหารจัดการโลจิสติกส์ สำหรับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ภาพรวมของประเทศพบว่ามีประสิทธิภาพดีขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560ค, หน้า 2) โดยที่ผ่านมามาหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องได้ร่วมดำเนินการขับเคลื่อนและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับภาคธุรกิจไทยมีความตื่นตัวและให้ความสำคัญของการพัฒนาระบบการบริหารจัดการโลจิสติกส์ภายในองค์กรมากขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 17.1 ต่อ GDP ในปี 2550 เป็นร้อยละ 14.0 ต่อ GDP ในปี 2558 และปี 2559 มีแนวโน้มลดลงเหลือร้อยละ 13.9 ต่อ GDP ประกอบด้วยต้นทุนค่าขนส่งสินค้าร้อยละ 7.5 ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลังและต้นทุนการบริหารจัดการ ร้อยละ 5.1 และร้อยละ 1.3 ตามลำดับ (แสดงภาพที่ 1) อย่างไรก็ตามการพัฒนาความร่วมมือด้านการบริหารจัดการระดับซัพพลายเชนตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำและการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistics) ยังมีการดำเนินการในวงจำกัดและไม่สะท้อนผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมมากนัก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560ข, หน้า 57-58)



ภาพที่ 1 ต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยคิดเป็นร้อยละต่อ GDP
ที่มา (ปรับปรุงจาก สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561: 2)

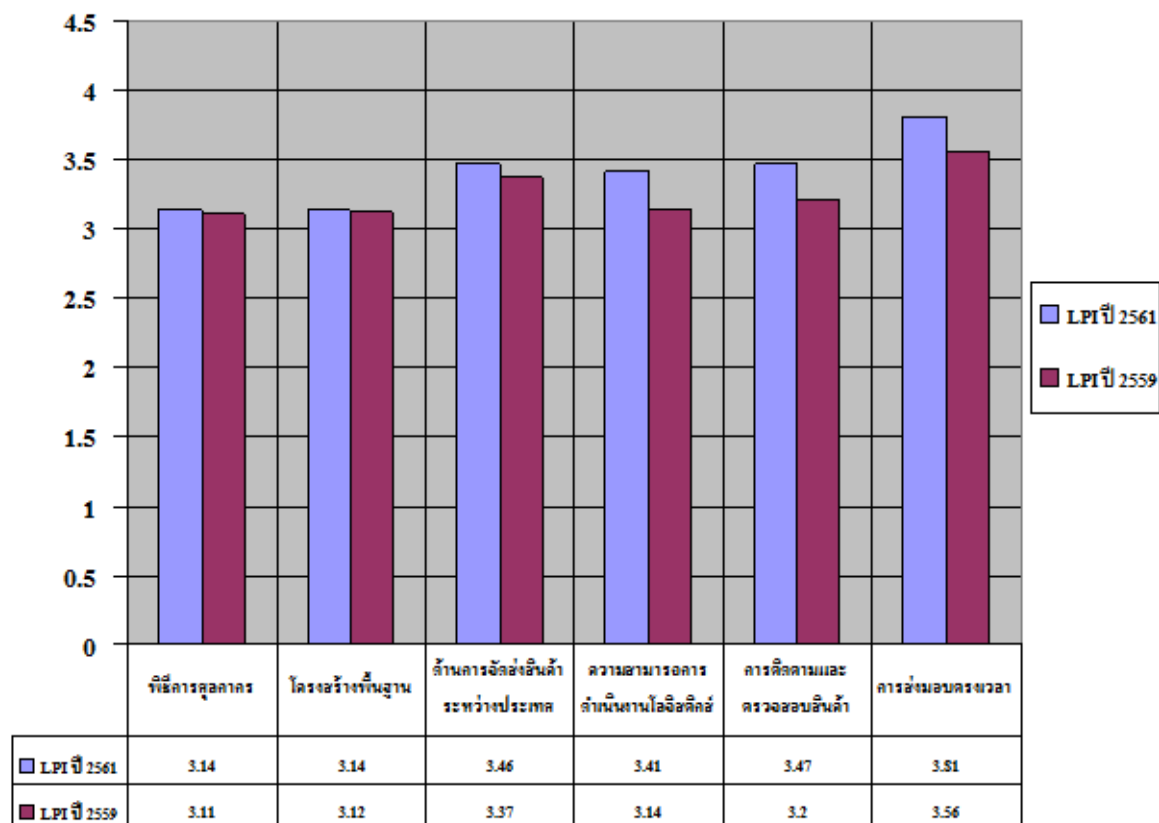
อย่างไรก็ตามการจะวัดว่าประเทศใดมีประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์มากหรือน้อยเพียงใดนั้นสามารถพิจารณาได้จากดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index: LPI) ซึ่งดำเนินการโดยธนาคารโลก โดยดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ หรือ LPI จะประกอบด้วยเกณฑ์การวัด 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านพิธีการศุลกากร (Customs) 2) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) 3) ด้านการจัดส่งสินค้าระหว่างประเทศ (International Shipments) 4) ด้านความสามารถการดำเนินงานโลจิสติกส์ (Logistics competence) 5) ด้านการติดตามและตรวจสอบสินค้า (Tracking and Tracing) และ 6) ด้านการส่งมอบตรงเวลา (Timeliness) โดยมีข้อมูลการรายงานเป็นประจำทุก 2 ปี ซึ่งพบว่าปัจจุบันประเทศไทยมีประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ที่ดีมากยิ่งขึ้นจากอันดับที่ 45 ในปี 2559 เป็นอันดับที่ 32 ในปี 2561 เมื่อเทียบกับ 160 ประเทศทั่วโลกแต่ยังคงเป็นรองประเทศในแถบเอเชียบางประเทศ (The World Bank, 2018) ดังแสดงตัวอย่างการจัดอันดับตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 การจัดอันดับของดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์

ประเทศ	อันดับ LPI ปี 2561	อันดับ LPI ปี 2559
ญี่ปุ่น	5	12
สิงคโปร์	7	5
ฮ่องกง	12	9
เกาหลีใต้	25	24
จีน	26	27
ไต้หวัน	27	25
ไทย	32	45
เวียดนาม	39	64

ที่มา (The World Bank, 2018)

หมายเหตุ: ดัชนี LPI มีการรายงานข้อมูลเป็นประจำทุก 2 ปี



ภาพที่ 2 ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทยปี 2559 และปี 2561

จากตารางที่ 1 ประเทศไทยมีอันดับ LPI ปี 2561 อยู่ในอันดับที่ 5 ของโลก โดยการรายงานพบว่าประเทศไทยมีจุดเด่นคือการประสิทธิภาพด้านโครงสร้างพื้นฐานและการส่งมอบตรงเวลา ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือด้านความสามารถดำเนินงานโลจิสติกส์ ด้านการติดตามและตรวจสอบสินค้า ด้านพิธีการศุลกากร และด้านการจัดส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 4.05 3.99 และ 3.59 ตามลำดับ ตามมาด้วยประเทศสิงคโปร์ (อันดับที่ 7) และฮ่องกง (อันดับที่ 12) ประเทศเกาหลีใต้ จีน และไต้หวัน ยังคงอยู่ในอันดับใกล้เคียงกันคืออันดับที่ 25 ถึง 27 ส่วนประเทศเวียดนามนั้นนับว่าเป็นประเทศที่น่าจับตามองเป็นอย่างยิ่งเพราะสามารถพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ได้อย่างก้าวกระโดดโดยพัฒนาจากอันดับที่ 64 ในปี 2559 เป็นอันดับที่ 39 ในปี 2561 โดยมีจุดเด่นการพัฒนาในด้านการส่งมอบตรงเวลา ด้านการติดตามและตรวจสอบสินค้า และด้านความสามารถดำเนินงานโลจิสติกส์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 3.45 และ 3.40 ตามลำดับ

ในขณะที่ประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 32 ในปี 2561 สำหรับประสิทธิภาพของไทยพบว่า มีจุดเด่นในด้านการส่งมอบตรงเวลามากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 รองลงมาคือด้านการติดตามและตรวจสอบสินค้า มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ด้านการจัดส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ด้านความสามารถดำเนินงานโลจิสติกส์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ส่วนด้านที่มีคะแนนน้อยที่สุดคือด้านพิธีการศุลกากรและด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 (The World Bank, 2018) ดังแสดงภาพที่ 2 ประกอบ

สอดคล้องกับการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่างๆ โดย World Economic Forum (WEF) ผ่านรายงาน The Global Competitiveness Report (GCR) ประจำปี 2560 - 2561 กำหนดปัจจัยที่นำมาใช้ในการจัดอันดับเรียกว่า Global Competitiveness Index (GCI) ไว้ 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐาน (Basic requirements) ปัจจัยยกระดับประสิทธิภาพ (Efficiency enhancers) และปัจจัยนวัตกรรมและศักยภาพ

ทางธุรกิจ (Innovation and sophistication factors) ซึ่งประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 32 จากทั้งหมด 137 ประเทศ มีอันดับดีขึ้นกว่าปีก่อน 2 อันดับจากอันดับที่ 34 เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศในอาเซียน ประเทศไทยมีความสามารถทางการแข่งขันต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์ (อันดับที่ 3) และประเทศมาเลเซีย (อันดับที่ 23) ทั้งนี้ การจัดอันดับเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐานทางรางประเทศไทยมีอันดับที่ดีขึ้นกว่าปี 2560 ถึง 5 อันดับ จากอันดับที่ 77 เป็นอันดับที่ 72 สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาทางรางประเทศไทยที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบราง (สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ, 2561) ดังนั้นการจัดการโลจิสติกส์ในประเทศไทยจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องเร่งขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์โดยเฉพาะด้านการจัดการพิธีการศุลกากรให้มีความรวดเร็ว มีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการขนส่งด้วยต้นทุนที่ต่ำ มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพอันจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยให้มีความแข็งแกร่ง ตลอดจนสามารถมีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้มากยิ่งขึ้น

2. ประสิทธิภาพการจัดการการขนส่งสินค้า

สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (2560 หน้า 58-59) ได้รายงานถึงขีดความสามารถด้านคมนาคมขนส่งของไทยในปี 2559 จากการจัดอันดับโดยสถาบันการจัดการนานาชาติ (International Institute for Management Development: IMD) เมื่อเทียบกับอันดับในปี 2558 สามารถสรุปความสามารถด้านคมนาคมขนส่งของประเทศไทยได้ดังนี้

ด้านที่มีประสิทธิภาพดีขึ้น ได้แก่

- การขนส่งทางถนน (อันดับที่ 47 ในปี 2558 เป็นอันดับที่ 26 ในปี 2559)
- การขนส่งทางรถไฟ (อันดับที่ 43 ในปี 2558 เป็นอันดับที่ 42 ในปี 2559)

ด้านที่มีประสิทธิภาพลดลง ได้แก่

- การกระจายตัวของโครงสร้างพื้นฐาน (อันดับที่ 40 ในปี 2558 เป็นอันดับที่ 41 ในปี 2559)
- การจัดการโลจิสติกส์ (อันดับที่ 41 ในปี 2558 เป็นอันดับที่ 47 ในปี 2559)
- การขนส่งทางน้ำ (อันดับที่ 38 ในปี 2558 เป็นอันดับที่ 43 ในปี 2559)

ด้านที่มีประสิทธิภาพคงที่ ได้แก่

- การขนส่งทางอากาศ (อันดับที่ 20 ในปี 2558 และในปี 2559)
- คุณภาพการขนส่งทางอากาศ (อันดับที่ 36 ในปี 2558 และในปี 2559)
- การพัฒนาและบำรุงรักษา (อันดับที่ 34 ในปี 2558 และในปี 2559)

จากผลการจัดอันดับตัวชี้วัดด้านคมนาคมขนส่งของประเทศไทยดังกล่าวข้างต้นซึ่งพิจารณาตามเกณฑ์ชี้วัดทั้ง 8 ด้านพบว่ามีเพียง 2 ด้านที่มีการจัดอันดับที่ดีขึ้นโดยด้านที่มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดมากที่สุดคือการขนส่งทางถนน รองลงมาคือการขนส่งทางรถไฟที่มีอันดับดีขึ้นเล็กน้อย ขณะที่ด้านที่มีผลการพัฒนาลดลงได้แก่ การกระจายตัวของโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการโลจิสติกส์ การขนส่งทางน้ำ ส่วนการพัฒนาการขนส่งทางอากาศ คุณภาพการขนส่งทางอากาศ และการพัฒนาและบำรุงรักษามีการพัฒนาเป็นไปอย่างคงที่

ปัจจุบันรูปแบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศของประเทศไทยยังคงนิยมใช้การขนส่งสินค้าทางถนนเป็นหลัก โดยมีสัดส่วนมากถึงประมาณร้อยละ 80 ของรูปแบบการขนส่งทั้งหมด รองลงมาคือใช้การขนส่งสินค้าทางน้ำและชายฝั่งทะเลมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 8 ใช้การขนส่งทางรางประมาณร้อยละ 2 และการขนส่งทางอากาศที่มีความนิยมใช้น้อยที่สุดคือประมาณร้อยละ 0.01 ซึ่งแน่นอนว่าการขนส่งทางถนนโดยการใช้รถบรรทุกต่างๆ ย่อมมีต้นทุนค่าขนส่งสูงกว่าการขนส่งทางราง เนื่องจากต้องใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ใช้แรงงานตลอดจนมีความเสี่ยงสูงกว่ารูปแบบการขนส่งอื่น การขนส่งสินค้าทางถนนจึงส่งผลให้ประเทศไทยยังคงมีต้นทุนโลจิสติกส์ในภาพรวมสูงกว่าประเทศอื่นที่นิยมใช้การขนส่งสินค้าทางรางมากกว่า

3. ประสิทธิภาพการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

การเก็บรักษาสินค้าคงคลังถือเป็นหน้าที่หนึ่งในกระบวนการจัดการโลจิสติกส์ที่มีความสำคัญถือว่าเป็นต้นทุนหลักของโครงสร้างต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยโดยมีต้นทุนสูงเป็นลำดับที่สองรองจากต้นทุนการขนส่ง

ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลังจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปริมาณของสินค้าที่เก็บและระยะเวลาที่เก็บสินค้าในคลัง ยังมีปริมาณมากและระยะเวลามากย่อมมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้นเนื่องจากต้องมีค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการดูแลสินค้าให้อยู่ในสภาพดี เช่น ค่าพื้นที่เก็บสินค้า ค่าจ้างพนักงาน ค่าเสียโอกาสและความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น จุฑาทิพย์ ลีธรรนาพิพัฒน์ และธีระวัฒน์ จันทิก (2561 หน้า 237-238) ได้ทำการศึกษาการจัดการสินค้าคงคลังอย่างมืออาชีพ โดยนำเสนอว่าการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างมืออาชีพนั้นต้องรู้จักการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่ถูกต้อง ไม่ใช่การเก็บสินค้าทุกรายการในคลังสินค้า โดยผู้บริหารจะต้องมีความรู้และความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับความหมายของคลังสินค้า โดยปัจจัยสู่ความสำเร็จของการจัดการสินค้าคงคลังแบบมืออาชีพ สามารถจัดแบ่งได้ 5 มิติ ประกอบด้วย 1) มิติด้านเวลา 2) มิติด้านคุณภาพ 3) มิติด้านต้นทุน 4) มิติด้านผลผลิตภาพ และ 5) มิติด้านเทคโนโลยี เพื่อที่จะนำองค์การไปในทิศทางที่เหมาะสม นอกจากนี้การพิจารณาในกลุ่มสินค้าต่างๆ ว่ามีลักษณะอย่างไร มีความรวดเร็วในการหมุนเวียนในคลังถึมากน้อยอย่างไร และมีความจำเป็นหรือไม่ที่ต้องเก็บไว้ในจำนวนที่มาก เมื่อเทียบกับความต้องการในท้องตลาดจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงวิธีการจัดเก็บสินค้าที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรของตนเองโดยสามารถนำมาปฏิบัติ และปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมต่อธุรกิจต่างๆ ได้

เมื่อพิจารณาถึงประสิทธิภาพของการเก็บรักษาสินค้าคงคลังโดยพิจารณาจากต้นทุนจากปี 2550 ถึงปี 2558 พบว่าประเทศไทยมีต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลังลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 7.7 ต่อ GDP ในปี 2550 เป็นร้อยละ 5.2 ต่อ GDP ในปี 2558 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2560ค, หน้า 6-7) ปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลังในปี 2558 *ประการแรก* ประกอบด้วยการปรับเพิ่มของการถือครองสินค้าคงคลัง โดยมีดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลังมีค่าเพิ่มขึ้น ในขณะที่ดัชนีอัตราส่วนสินค้าสำเร็จรูปคงคลังมีค่าต่ำสะท้อนว่าธุรกิจมีสินค้าคงคลังไว้ในครอบครองจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากการชะลอตัวของปริมาณการส่งออกสินค้า และ *ประการที่สอง* เกิดขึ้นจากการปรับตัวลดลงของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีซึ่งถึงแม้ว่าผู้ประกอบการมีสัดส่วนการถือครองสินค้าคงคลังเพิ่มมากขึ้นแต่อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดีปรับตัวลดลงจากร้อยละ 7.13 ในปี 2557 เป็นร้อยละ 6.85 ในปี 2558 เป็นผลมาจากนโยบายผ่อนคลายการเงินของคณะกรรมการนโยบายการเงินเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจภายใต้ภาวะเศรษฐกิจและการเงินของโลกที่มีความไม่แน่นอนรวมทั้งสภาพการใช้จ่ายภายในประเทศทั้งภาครัฐและเอกชนรวมถึงการส่งออกที่ยังไม่ฟื้นตัวชัดเจน

4. ประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์

เมื่อพิจารณาถึงประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์จากแนวโน้มต้นทุนการบริหารจัดการพบว่ามีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปี 2550 มีต้นทุนการบริหารจัดการโลจิสติกส์คิดเป็นร้อยละ 1.6 ต่อ GDP และคิดเป็นร้อยละ 1.3 ในปี 2554 ถึงปี 2559 สะท้อนให้เห็นว่าตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีต้นทุนการบริหารจัดการโลจิสติกส์ในสัดส่วนเท่าเดิม จากการรายงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยฉบับที่ 3 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560ข, หน้า 60) ระบุว่า การดำเนินงานที่ผ่านมาได้เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการซัพพลายเชนเพื่อสร้างโอกาสและศักยภาพการเก็บเกี่ยวมูลค่าเพิ่มจากซัพพลายเชน โดยการพัฒนาโลจิสติกส์ภาคการเกษตรได้มีการเร่งรัดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโลจิสติกส์ภาคการเกษตรมากขึ้น เช่น การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก สุขอนามัยบริเวณท่าเรือ การก่อสร้าง และปรับปรุงศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว การก่อสร้างโกดังเก็บสต็อกยาง และมีการอบรมพัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรให้มีความสามารถในการบริหารจัดการ การตลาด การสร้างเครือข่าย และส่งเสริมการดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น Zero Waste การจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ และการใช้พลังงานทดแทนเป็นต้น แต่ปัญหาพบว่ายังคงดำเนินงานได้จำกัดเนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ขาดองค์ความรู้และความเข้าใจที่เพียงพอสำหรับการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ขณะที่ในภาคอุตสาหกรรมบริษัทต่างชาติและบริษัทขนาดใหญ่ได้พัฒนาระบบซอฟต์แวร์และนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทันสมัยมาใช้ในการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น เช่น ระบบ Barcode RFID GPS ในขณะที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมยังขาดการพัฒนาองค์ความรู้ ไม่มีระบบการจัดเก็บข้อมูลมาตรฐานเพื่อการวางแผน

ดำเนินงานและควบคุมกระบวนการทางธุรกิจ นอกจากนี้การพัฒนาความร่วมมือระดับห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ปลายน้ำถึงต้นน้ำเฉพาะสาขาบริการที่สำคัญของประเทศ เช่น การท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมยังดำเนินการในวงจำกัดและไม่สะท้อนผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

ยุทธศาสตร์และการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทย

ปัจจุบันประเทศไทยใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) โดยยังคงยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ถึง 11 และยึดหลักการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดความเหลื่อมล้ำและขับเคลื่อนการเจริญเติบโตจากการเพิ่มผลิตภาพการผลิตบนฐานการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรมโดยมียุทธศาสตร์ทั้งหมด 10 ยุทธศาสตร์ มี 6 ยุทธศาสตร์ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และอีก 4 ยุทธศาสตร์ที่เป็นปัจจัยสนับสนุน ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560ก)

1. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
2. ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
3. ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
4. ยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
5. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่ง
6. ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคมไทย

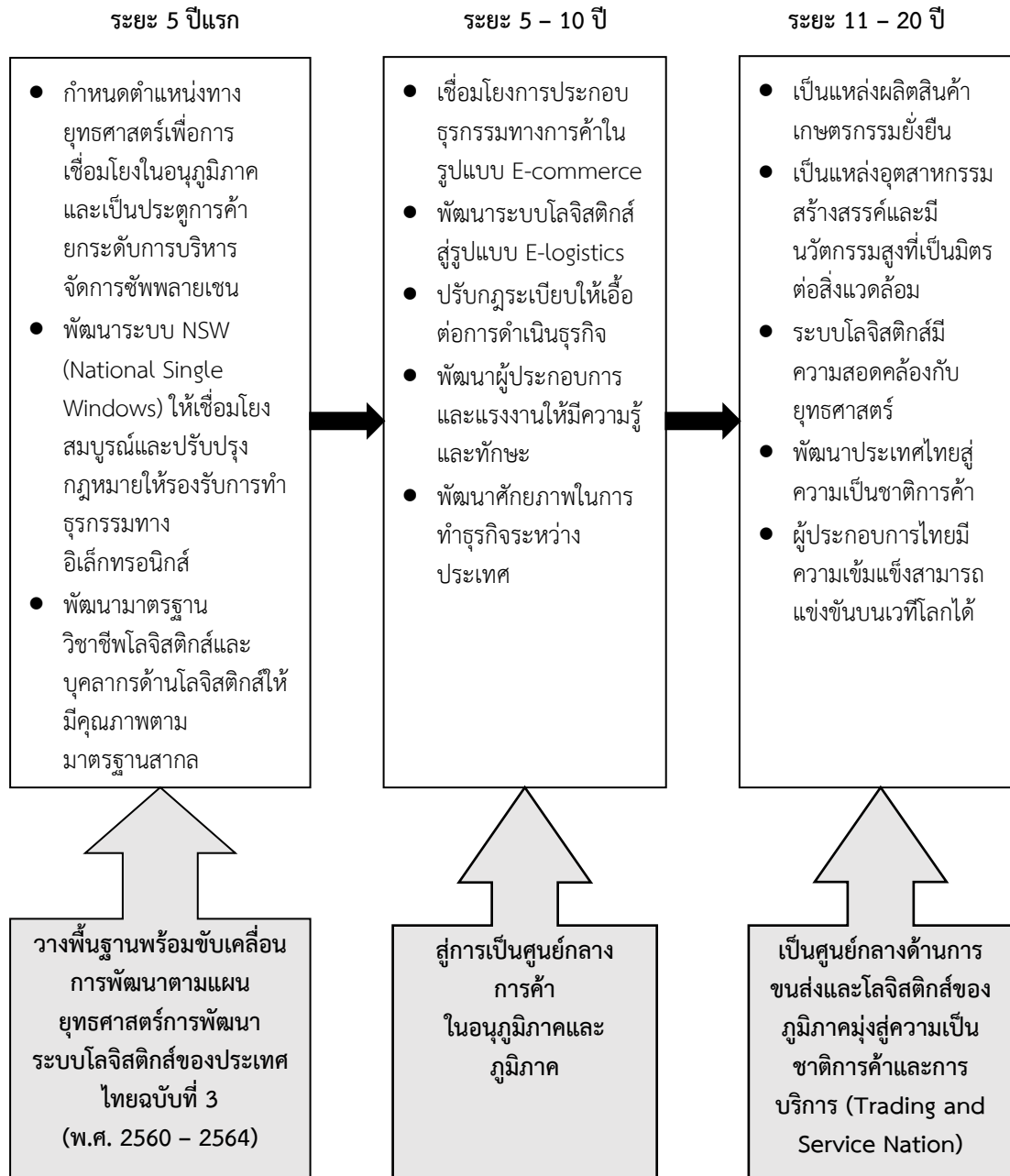
7. ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์
8. ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม
9. ยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ
10. ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

สำหรับด้านยุทธศาสตร์และการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทย พบว่าสาระสำคัญการพัฒนา ระบบ โลจิสติกส์ของประเทศไทยได้กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 7 ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 โดยยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์จะมุ่งเน้นการขยายขีดความสามารถและพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อรองรับการขยายตัวของเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของทุกกลุ่มในสังคม สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาความเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคและในอาเซียนอย่างเป็นระบบ ส่งเสริมโครงข่ายเชื่อมโยงภายในประเทศ สนับสนุนการพัฒนาพื้นที่ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจต่างๆ พัฒนาระบบการบริหารจัดการและการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการ สร้างความเป็นธรรมเข้าถึงบริการพื้นฐานและการคุ้มครองผู้บริโภคการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ และการพัฒนาผู้ประกอบการสาขาโลจิสติกส์และหน่วยงานที่มีศักยภาพเพื่อขยายการทำธุรกิจในต่างประเทศ โดยมีกรอบเป้าหมายการพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560ข, หน้า 2-19) ซึ่งผู้เขียนได้สรุปสาระสำคัญของเป้าหมายการพัฒนาดังแสดงภาพ ที่ 3 ประกอบ

ทั้งนี้ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) มีเป้าหมายให้ประเทศไทยสามารถยกระดับระบบโลจิสติกส์ของประเทศไปสู่การเป็นศูนย์กลางทางการค้า การบริการ และการลงทุนในภูมิภาค ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์หลัก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560ข) สามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเพิ่มมูลค่าระบบซัพพลายเชน มีกลยุทธ์คือ 1) ยกระดับการบริหารจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนภาคเกษตรกรรมและภาคอุตสาหกรรมให้ได้มาตรฐาน 2) เชื่อมโยงการค้าสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) 3) พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Providers: LSPs) ให้สามารถแข่งขันได้

เป้าหมายการพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ระยะ 20 ปี



ภาพที่ 3 เป้าหมายการพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ระยะ 20 ปี

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก มีกลยุทธ์คือ 1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านขนส่งและเครือข่ายโลจิสติกส์ตามเส้นทางยุทธศาสตร์เพื่อเชื่อมโยงอนุภูมิภาคและเป็นประตูการค้า 2) พัฒนาระบบ NSW (National Single Window: NSW) ให้สมบูรณ์ 3) พัฒนาระบบการโลจิสติกส์ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ 4) เร่งแก้ไขอุปสรรคการค้าระหว่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านโลจิสติกส์ มีกลยุทธ์คือ 1) พัฒนามาตรฐานวิชาชีพโลจิสติกส์ 2) พัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล 3) วิจัยและพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านโลจิสติกส์ 4) ประเมิน ติดตาม ข้อตกลงความร่วมมือระหว่างประเทศและพัฒนาระบบข้อมูลเพื่อประเมินผลการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ

หากประเทศไทยสามารถดำเนินงานได้ตามยุทธศาสตร์ดังกล่าวอย่างครบถ้วนจะส่งผลให้ประเทศไทยมีความสามารถในการจัดการโลจิสติกส์โดยภาพรวมดีขึ้นซึ่งสามารถพิจารณาได้จากการจัดอันดับ LPI มีอันดับการค้ำระหว่างประเทศ (Trading Across Border) ของประเทศไทยดีขึ้น และมีต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP ลดลงอย่างต่อเนื่องอันเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ อาทิ การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานคมนาคม โดยเฉพาะการขนส่งทางรางและการขนส่งทางน้ำ การปรับปรุงระบบพิธีการศุลกากรที่รวดเร็ว การพัฒนาผู้ประกอบการให้มีมูลค่าการค้าอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มสูงขึ้น และการพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ที่มีคุณภาพ ซึ่งจะทำให้การพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

บทสรุป

ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทย โดยภาพรวม มีการบริหารจัดการที่ดีมากขึ้นและมีแนวโน้มที่ดี จากการจัดอันดับของดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ LPI ที่มีอันดับดีขึ้น โดยประเทศไทยมีจุดเด่นในด้านการส่งมอบตรงเวลามากที่สุด รองลงมาคือด้านการติดตามและตรวจสอบสินค้า ด้านการจัดส่งสินค้าระหว่างประเทศ และด้านความสามารถการดำเนินงานโลจิสติกส์ ส่วนด้านที่มีประสิทธิภาพน้อยที่สุดคือ ด้านพิธีการศุลกากรและด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ยังคงใช้การขนส่งสินค้าทางถนนเป็นหลัก เนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็วจึงยังคงพบว่าต้นทุนโลจิสติกส์ในภาพรวมของไทยสูงกว่าประเทศอื่นที่นิยมใช้การขนส่งสินค้าทางรางมากกว่า ดังนั้นจึงเห็นควรให้ประเทศไทยต้องเร่งพัฒนาระบบการขนส่งตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบ โลจิสติกส์ของประเทศไทยที่ได้วางไว้ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ของภูมิภาคตลอดจนสามารถมุ่งสู่ความเป็นชาติการค้าและการบริการได้ต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อเสนอแนะการจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น มีดังนี้

1. เป็นที่ทราบดีว่าต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศ มากกว่าร้อยละ 50 เกิดจากต้นทุนการขนส่ง ซึ่งประเทศไทยนั้น การขนส่งในประเทศส่วนใหญ่เป็นการขนส่งทางถนนเป็นหลัก ซึ่งมีต้นทุนสูง ในขณะที่การขนส่งทางบกนั้นระบบรางเป็นการขนส่งที่มีต้นทุนต่ำที่สุด ซึ่งประเทศไทยนั้นมีเส้นทางขนส่งทางรางที่ยังไม่ทั่วถึง แต่อย่างไรก็ตามรัฐบาลทุกยุคทุกสมัยพยายามผลักดันให้มีการสร้างเส้นทางขนส่งทางรางมากขึ้น โดยล่าสุดคณะรัฐมนตรีได้อนุมัติเส้นทางรถไฟเพื่อการขนส่งสินค้าจำนวนหลายเส้นทาง กระจายเพิ่มไปในท้องที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าเพื่อขนส่งไปยังแหล่งจำหน่ายด้วยต้นทุนที่ต่ำลง ทั้งนี้ ระบบรางที่จำเป็นสำหรับโลจิสติกส์ไทยที่ควรคำนึงถึงเป็นระบบแรกคือ ระบบรางเพื่อการขนส่งสินค้า เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันอันเนื่องมาจากต้นทุนที่ต่ำกว่านั่นเอง

2. ปัจจุบัน แม้ประเทศไทยจะมีพระราชบัญญัติการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal Transportation) พ.ศ. 2548 แล้วก็ตาม แต่ยังมีปัญหาของการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบอยู่อีกเป็นจำนวนมาก ทั้งที่ การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบนี้จะเป็นการขนส่งสินค้าหลักระหว่างนานาประเทศทั่วโลก และประสิทธิภาพโลจิสติกส์ไทยก็ขึ้นอยู่กับขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบนี้ด้วยเช่นกัน ซึ่งปัญหาที่พบได้แก่ ความล่าช้าที่ยังไม่ครอบคลุมถึงการนำระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์อันเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ปัญหาการเชื่อมโยงเส้นทางระหว่างขนส่งรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งข้อกฎหมายหลายฉบับที่ยังคงขัดแย้งกัน ตลอดจนปัญหาการสนับสนุนผู้ดำเนินการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ เนื่องจากขั้นตอนและวิธีการขนส่งสินค้ามีความยุ่งยาก ผู้ขนส่งยังขาดแคลนอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) และเครือข่ายการบริการ ภาระด้านการเงินอื่น ๆ อีกด้วย

(จิตพงษ์ อัยสานนท์, มปป.) ดังนั้น ภาครัฐควรตระหนักถึงปัญหาเหล่านี้ และทำการปรับปรุงแก้ไขโดยเร็ว ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของการค้า การแข่งขันในโลกที่เป็นไปอย่างไม่หยุดยั้ง

3. ปัญหาสำคัญประการหนึ่งของประสิทธิภาพโลจิสติกส์คือ การขนส่งสินค้าไปปลายทางแล้วหากกลับไม่มีสินค้ากลับมาด้วย เป็นเพียงรถบรรทุกเที่ยวเปล่าเท่านั้น เป็นปัญหาโลจิสติกส์ที่เรียกว่า "Backhaul" ซึ่งก่อให้เกิดค่าขนส่งสูงเปล่าเป็นจำนวนมาก การจัดการการขนส่งสินค้าเที่ยวกลับจึงต้องการการพัฒนาเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ ต้องอาศัยความเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับหลายหน่วยงานหลายฝ่ายด้วยกัน เพื่อให้ได้รับข้อมูลของสินค้าจากกลับอย่างทั่วถึง ตลอดจนการวางแผนร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพด้วย โดยควรมีหน่วยงานกลางที่คอยประสานงานด้านข้อมูลของสินค้าและการขนส่งในแต่ละจุด เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันและกันในลักษณะการพยากรณ์ วางแผน และเติมเต็มสินค้าจากกลับร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ (Collaboration Planning Forecasting and Replenishment) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการโซ่อุปทานย้อนกลับ

4. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วย เช่น การนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระบบโลจิสติกส์ของแต่ละหน่วยงานมาใช้ร่วมกันในลักษณะอภิข้อมูล (Big data) เพื่อนำมาหาสารสนเทศจากข้อมูลเหล่านั้นด้วยหลักการด้านวิทยาการข้อมูล เช่น การทำเหมืองข้อมูล (Data mining) ซึ่งจะได้สารสนเทศที่สำคัญสำหรับการตัดสินใจด้านการจัดการโลจิสติกส์ ตลอดจนการนำเทคโนโลยี Connected GPS เข้ามาใช้ในการจัดการการขนส่ง เพราะเป็นเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนไม่มากนัก แต่สามารถช่วยลดต้นทุนทางด้านเชื้อเพลิงการขนส่งได้กว่าร้อยละ 40 (Thaipublica, 2017) นอกจากนี้ ในปัจจุบันยังมีเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Thing: IoT) ที่ถูกนำมาใช้งานในหลาย ๆ ด้าน ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานด้านโลจิสติกส์ได้ด้วยเช่นกัน กล่าวอีกนัย การเพิ่มประสิทธิภาพโลจิสติกส์ของประเทศไทยนั้น สามารถทำได้หากมีความเข้าใจในเทคโนโลยีสารสนเทศและนำระบบสารสนเทศที่พัฒนาอยู่ตลอดมาประยุกต์ใช้งานให้เกิดประโยชน์แก่งานที่เกี่ยวข้องได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2561). **โอกาสของตลาดโลจิสติกส์ในประเทศไทย**. [On-line]. Available: <https://dip-sme-academy.com/knowledgehub/article/106> [2562, มกราคม 14].
- จุฑาทิพย์ สีสานนาพิพัฒน์ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). การจัดการสินค้าคงคลังอย่างมีอาชีพ. **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal Silpakorn University**, 11(2), 226-241. [On-line]. Available: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/issue/view/9493> [2561, พฤศจิกายน 28].
- จิตพงษ์ อัยสานนท์. (มปป.). **มองรอบทิศ คิดอย่างซัพพลายเชน การขนส่งสินค้าต่อเนื่องหลายรูปแบบ (ตอนที่ 2)**. [On-line]. Available: <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/> [2562, มกราคม 13].
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560ก). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564**. กรุงเทพฯ: สำนักงานฯ.
- _____. (2560ข). **แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานฯ.
- _____. (2560ค). **รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทยประจำปี 2559**. กรุงเทพฯ: สำนักงานฯ.
- _____. (2561). **รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทยประจำปี 2560**. กรุงเทพฯ: สำนักงานฯ.
- สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร. (2560). **รายงานประจำปี 2559**. กรุงเทพฯ: สำนักงานฯ.
- สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ. (2561). **ระบบราง โครงสร้างพื้นฐานสำคัญสู่การ "ลดต้นทุนโลจิสติกส์" ของประเทศไทย**. [On-line]. Available: <http://www.tradelogistics.go.th> [2561, พฤศจิกายน 28].

- Council of Supply Chain Management Professionals. (2018). **CSCMP's Definition of Logistics Management**. [On-line]. Available: https://cscmp.org/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms.aspx?hkey=60879588-f65f-4ab5-8c4b-6878815ef921 [2018, November 26].
- Forbes Thailand. (2557). **ไทยเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ในอาเซียนได้ ถ้าช่วยกัน**. [On-line]. Available: <http://www.forbesthailand.com/commentaries-detail.php?did=152> [2562, มกราคม 14].
- Thaipublica. (2017). **EIC วิเคราะห์ธุรกิจโลจิสติกส์ไทย 4.0 ปรับโหมดใช้เทคโนโลยีสุดล้ำรับแข่งขันยุค Big Data**. [On-line]. Available: <https://www.admissionpremium.com/logis/news/3545> [2562, มกราคม 13].
- The World Bank. (2018). **Logistics Performance Index**. [On-line]. Available: <https://lpi.worldbank.org/international/global> [2018, November 26].

ความพร้อมในการตรวจสอบและการพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตร ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน

The Readiness of Inspection and Development the Standard of agriculture Products to Compete in ASEAN

วิไลพร ไชโย

บทคัดย่อ

ความพร้อมชุมชนเกษตรและการพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน โดยการวิจัยเชิงคุณภาพและสนับสนุนด้วยการวิเคราะห์เชิงปริมาณจากข้อมูลปฐมภูมิของกลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ 9 กลุ่ม อาศัยวิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (PAR) วิเคราะห์ศักยภาพด้วย SWOT analysis และ Diamond Model ของ Michael E. Porter พบว่า ศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน มีจุดแข็งคือ กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต แต่มีจุดอ่อนคือ กลุ่มเกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองราคาพ่อค้าคนกลางน้อย ด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก พบว่า กลุ่มเกษตรกรมีหน่วยงานที่คอยให้ความช่วยเหลือทั้งด้านความรู้และเงินทุนแก่กลุ่มเกษตรกร แต่อุปสรรคที่สำคัญคือ การแข่งขันของสินค้าเกษตรในพื้นที่และในตลาดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สำหรับแนวทางในพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตร มี 5 ประเด็น 1) ด้านมาตรฐานสินค้าเกษตร ต้องเป็นที่น่าเชื่อถือ เห็นได้ชัดเจน และควรจะพัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าเกษตรให้ได้รับความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า 2) ควรพัฒนาองค์ความรู้ในด้านการพัฒนาสินค้าเกษตร เพื่อนำมาพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรตามระบบการจัดการคุณภาพ โดยมีหน่วยงานที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือ 3) การสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ และการสร้างกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายในการช่วยเหลือกัน 5) การหาแนวทางในการเพิ่มผลผลิตโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงอุปกรณ์การเกษตรที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต เพื่อสร้างมาตรฐานในการผลิตและลดต้นทุนในด้านแรงงาน

คำสำคัญ: ความพร้อม, การตรวจสอบ, การพัฒนา, มาตรฐานสินค้าเกษตร

Abstract

The potentiality of agriculture community and inspection and development the standard of agriculture products to compete in ASEAN. It was the qualitative research and supported by quantitative analysis from the primary data of 9 groups of agriculturists attended the project. Participatory action research, SWOT analysis and Michael E Porter's diamond model were used in this study. The study found that the strengths were that they have capable members in production however lack power to negotiate with middle men. The opportunity was that they were supported both knowledge and budgets from other organization. The threats were that they confronted high competition of agricultural products in communities. As result, 5 items of guidelines were created to inspect and develop the standard of agricultural products to compete in ASEAN. 1) the standard of agricultural products was generally accepted and could be used

both in quantity and quality. Thus, agriculturist in Chiang Mai should develop the accreditation of the quality of agricultural products so that customers will be confident 2) Agriculturists should develop knowledge concerning agricultural products in order to develop the standard of agricultural products and supported by other organizations 3) Young smart farmers should be promoted and do agriculturists it should look for guidelines to increase the production particularly how to use technology and new innovation as well as modern agricultural instrument for production in order to decrease labor's cost.

Keyword: The Readiness, Inspection ,Development, Standard of agriculture Products

บทนำ

ปัจจุบันประชาชนทุกภาคส่วนมีความตื่นตัวและให้ความสำคัญต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อาเซียนหรือ AEC มากยิ่งขึ้น โดยได้หันมาให้ความสำคัญและคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นภายหลังการเปิดตลาด เป็นสำคัญ ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพ และเมื่อหากพิจารณาถึงอุตสาหกรรมไทยที่มีความสำคัญและควรผลักดันให้มุ่งสู่การค้าระหว่างประเทศมากยิ่งขึ้น อุตสาหกรรมนั้นก็คืออุตสาหกรรมเกษตร เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไทยประกอบอาชีพเกษตรกรรม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐต้องชี้ให้เห็นถึงผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบรวมทั้งหาแนวทางในการพัฒนาและผลักดันให้กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปิดตลาดในครั้งนี้เป็นสำคัญ (วีระศักดิ์ สมยานะ, 2558)

สำหรับแนวทางการพัฒนาในแต่ละกลุ่มสินค้า ควรสนับสนุนการลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลผลิตและพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานและตรงตามความต้องการของตลาด ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมเกษตรไทยภายหลังการเปิดตลาด นั่นคือ “มาตรฐานสินค้าเกษตร” โดยภาคธุรกิจการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยอาจใช้กลยุทธ์เรื่องของคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตรเป็นจุดขายสำคัญเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาประเทศไทยประสบปัญหาการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าโดยอ้างมาตรฐานและคุณภาพสินค้าไม่เป็นไปตามที่กำหนด ส่งผลให้สินค้าเกษตรจำนวนมากไม่ยอมถูกปฏิเสธการนำเข้าจากผู้ซื้อ ซึ่งปัญหาดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศของไทยทั้งในเชิงมูลค่าและปริมาณ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือความไม่ใส่ใจหรือขาดมาตรการและกระบวนการตรวจสอบที่รัดกุมของผู้ประกอบการหรือผู้ส่งออกไทย (ฐิติมาสุก จรัสเจษฎา, 2555)

ทั้งนี้ ได้มีการดำเนินงานด้านมาตรฐานและการรับรอง โดยคณะกรรมการที่ปรึกษาด้านมาตรฐานและคุณภาพของอาเซียน (ASEAN Consultative Committee for Standards and Quality-ACCSQ) คณะกรรมการที่ปรึกษามาตรฐานและคุณภาพของอาเซียน, 2557) ได้แก่

1) การปรับมาตรฐาน/กฎระเบียบทางเทคนิค (Harmonization of Standards/technical regulations) เป็นการปรับมาตรฐานและกฎระเบียบที่ใช้แตกต่างกันอยู่ในแต่ละประเทศให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลก็อาจกำหนดขึ้นใหม่หรือนำมาตรฐานของประเทศสมาชิกที่มีใช้อยู่มาปรับให้สอดคล้องเป็นที่ยอมรับซึ่งกันและกัน

2) การจัดทำความตกลงยอมรับร่วม (Mutual Recognition Arrangement-MRA) เป็นการกำหนดขอบข่ายและเงื่อนไขในการยอมรับผลการตรวจสอบรับรองที่ดำเนินการโดยหน่วยตรวจสอบรับรองของประเทศสมาชิกผู้ส่งออกเพื่อนำมาใช้ประกอบการตรวจสอบรับรองสินค้าโดยไม่ต้องตรวจสอบรับรองซ้ำในประเทศผู้นำเข้า

หากมองถึงนโยบายการวิจัยที่ต้องลงสู่ชุมชนท้องถิ่นภายใต้กรอบประชาคมอาเซียนด้านการพัฒนาเศรษฐกิจการเกษตรนั้น จังหวัดเชียงใหม่ถือว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการเกษตรในลำดับต้น ๆ ของประเทศไทย ผลของการเปิดอาเซียนก่อให้เกิดปรากฏการณ์ย้ายถิ่นฐานแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานภาคเกษตรในเชียงใหม่อย่างต่อเนื่องส่วนใหญ่เป็นแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านของไทย เชียงใหม่ยังจะเป็น

ศูนย์กลางทางเศรษฐกิจเมื่อมีการเชื่อมโยง North-South Corridor จากทางตอนใต้ของจีน รวมถึง East-West Corridor จากสหภาพเมียนมาร์ ซึ่งเชื่อมต่อกันทางถนน และรถไฟความเร็วสูง นอกจากนั้นเชียงใหม่ยังเป็นศูนย์กลางทางการบินในอนุภูมิภาคด้วย การขยายตัวของจังหวัดเชียงใหม่เองที่มีการสร้างเครือข่ายสาธารณูปโภค เช่น ถนนวงแหวน และศูนย์กลางการประชุมนานาชาติ เชียงใหม่จึงมีความพร้อมในการพัฒนาเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้สูง การกระจายตัวของเศรษฐกิจภาคเกษตรจะเกิดประสิทธิภาพในทุก ๆ ด้าน

โอกาสของชุมชนเกษตรกลุ่มเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันในแง่การผลิตถือว่าชุมชนเกษตรของจังหวัดเชียงใหม่ มีโอกาสและศักยภาพสูง ที่สามารถนำทิศทางของอาเซียนมากำหนดการทำมาตรฐานสินค้าเกษตร เพื่อที่จะมุ่งการทำตลาดมากขึ้น ซึ่งนอกจากนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการจะเป็น "ศูนย์กลางออร์แกนิก" (Organic Hub) โดยพาณิชย์จังหวัดเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้เกษตรกรเข้าสู่ตลาดสากลได้มากขึ้น เช่น การเริ่มต้นในจังหวัดของตนเองก่อนด้วยการจัด ตลาดนัดสีเขียว นอกจากนี้ มีศูนย์ภาคเป็นฝ่ายติดตามผู้ประกอบการและพาไปสู่ตลาดที่ใหญ่ขึ้น ซึ่งกิจกรรมทางการตลาดที่จัดขึ้นคือ งาน ORGANIC & NATURAL EXPO 2011 ซึ่งเป็น การแสดงความพร้อมด้านการค้า ด้วยการเป็นงานแสดงสินค้าและบริการอินทรีย์ รวมทั้งผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติครั้งแรกในประเทศไทย การจัดกลุ่มธุรกิจสินค้าอินทรีย์ (Organic Business Community) เพื่อสร้างเครือข่ายอินทรีย์ในประเทศ การจัดทำหนังสือ Organic Mapping ซึ่งได้รวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลแหล่งผลิตสินค้าอินทรีย์ทั้งหมดในประเทศ และเมื่อปลายเดือนสิงหาคมที่ผ่านมาได้ จัดงาน Organic Symposium หรือการสัมมนาทางวิชาการเกษตรอินทรีย์ เพื่อแสดงว่าไทยมีความพร้อมด้านวิชาการและความรู้

ด้วยเหตุนี้ คณะนักวิจัยจึงได้จัดทำโครงการวิจัยเพื่อทบทวนและวิเคราะห์สถานการณ์ และทิศทางการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ต่อภาคเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ต่อการปรับตัวในอาเซียน โดยจัดทำเป็นโครงการก่อนการวิจัยจริง (Pre-research) เป็นการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนแผนกลยุทธ์ท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ ด้านเศรษฐกิจเกษตร วิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันในอาเซียนต่อภาคเกษตร ปัญหา และอุปสรรค เพื่อให้ได้โจทย์วิจัย ทำให้การประชุมเชิงปฏิบัติการสามารถสรุปปัญหาที่เกิดขึ้นกับภาคเกษตรของท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่สำคัญคือปัญหาด้านการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน โดยเฉพาะระบบการตรวจสอบที่ต้องโปร่งใสและชัดเจน ได้มาตรฐานในระบบอาเซียนหรือระดับโลก เพราะจะทำให้สินค้าเกษตรของจังหวัดเชียงใหม่เป็นที่ยอมรับและเข้าตลาดอาเซียนได้อย่างเต็มภาคภูมิ

กรอบทฤษฎีชุดโครงการ ใช้การวิเคราะห์วิเคราะห์ศักยภาพด้วย SWOT analysis และ Diamond Model ของ Michael E. Porter ทั้งปัจจัยสนับสนุนและเงื่อนไขข้อจำกัดในการพัฒนาสินค้าเกษตร (Agriculture Product) ให้ยั่งยืนต่อไป แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาสินค้าเกษตร (Agriculture Product) และภาคการเกษตรของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีปัจจัย 4 ด้าน ที่เสริมหนุนและควบคู่กันไปนั่นคือ ระบบมาตรฐาน (Standard system) ระบบตลาด (Marketing system) ความเป็นมาตรฐานของธุรกิจชุมชน (Business Communities) และการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ซึ่งเป็นความท้าทาย (Challenge) ของภาคการเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ที่จะพัฒนาตนเองไปสู่การแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาศักยภาพของชุมชนเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน

วิธีการศึกษา

1. ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง/ผู้เข้าร่วมการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความต้องการเข้าร่วมโครงการ ใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified sampling) จากอำเภอต่าง ๆ ที่สนใจจะเข้าร่วมโครงการทั้งหมด 25 อำเภอ

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีสุ่มแบบเจาะจงตามวัตถุประสงค์ (purposive sampling) มีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 20 ชุมชนคัดเลือกให้เหลือ 9 ชุมชน ที่มีศักยภาพด้านการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตร เมื่อเปรียบเทียบกับประชคมอาเซียน ดังนี้

ลำดับ	อำเภอ	ตำบล	กลุ่มเกษตรกร
1	สันกำแพง	ทต.ออนใต้	กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว
2	แม่ว้าง	อบต.บ้านกาด	กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ปลูกผักบ้านกาด (หอมหัวใหญ่)
3	แม่อาย	อบต.บ้านหลวง	เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสอินทรีย์
4	สารภี	ทต.ชมพู	กลุ่มเกษตรกรลำไยจัมโบ้
5	แมริม	อบต.ห้วยทราย	เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์
6	สันป่าตอง	อบต.ท่าวังพร้าว	กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว
7	สันป่าตอง	ทต.บ้านแม่	กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์
8	สันป่าตอง	อบต.น้ำบ่อหลวง	เกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่
9	สันป่าตอง	อบต.น้ำบ่อหลวง	กลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย

2. ข้อมูลและเครื่องมือในการวิจัย

1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสำรวจ สอบถามและสัมภาษณ์ในพื้นที่ 9 อำเภอ 9 ชุมชนทั่วจังหวัดเชียงใหม่

2) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสาร งานวิจัยเกี่ยวกับการตรวจสอบมาตรฐาน สินค้าเกษตร ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการเสนอยุทธศาสตร์ในการพัฒนาศักยภาพภาคการเกษตรชุมชนจังหวัดเชียงใหม่

3) ชนิดเครื่องมือการประเมิน แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต และแบบประเมิน ดังนี้

3.1) แบบฟอร์มแสดงความประสงค์เข้าร่วมโครงการ

3.2) แบบฟอร์มเพื่อประเมินคัดกรองผู้เข้าร่วมโครงการ

3.3) แบบฟอร์มวิเคราะห์และประเมินผลในส่วนของผลผลิตใช้แบบสำรวจ Diamond Model ของ Michael E. Porter

3.4) แบบฟอร์มการประเมิน Focus Group 3 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ภาครัฐ

ภาคเอกชน และภาคชุมชน

3. การวิเคราะห์และประเมินผล

1) วิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนอภิปรายผลเทียบกับการวิเคราะห์ SWOT และ Diamond Model ของ Michael E. Porter ทั้งภายในด้วย (บริบท, โครงสร้าง, กลยุทธ์, เงื่อนไข/ข้อจำกัด, ปัจจัยเกื้อหนุน, องค์ความรู้/ภูมิปัญญา) และภายนอก (ข้อมูลสถิติ, แนวโน้ม demand ของกลุ่มประเทศในอาเซียน, การสำรวจเชิงสังเกตการณ์, กลยุทธ์ของประเทศคู่แข่ง) การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการเสริมหนุนด้วยการฝึกอบรมเพื่อนำไปสู่ปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพ “การวิจัยเพื่อการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน” นำผลที่ได้มาประเมินผล แลกเปลี่ยนเรียนรู้ รายงานผลการประเมินวิเคราะห์ ปัญหาอุปสรรค และความสำเร็จและเสนอเวทีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ

2) ขั้นตอนการประเมินผล ในการประเมินผลครั้งนี้จะแบ่งการประเมินผลเป็นสองรูปแบบ คือ การประเมินผลในเชิงปริมาณ การหาข้อมูลสถิติจากค่าเฉลี่ยการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงในลักษณะของสถิติเชิงพรรณนาและการประเมินผลเชิงคุณภาพการประเมินผลเชิงคุณภาพ ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพมาประมวล เพื่อยืนยันหรือเสริมข้อมูลเชิงปริมาณให้มีความสมบูรณ์เพิ่มขึ้น

ผลการศึกษา

1. 1. ความพร้อมด้านการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกร ผลการวิเคราะห์ และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1.1. กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน มีสมาชิกจำนวน 283 คน โดยสมาชิกในกลุ่มที่มีทักษะ และความชำนาญต่าง ๆ คือ คุณอินโถ สิงห์อุป คุณแก้ว ปัญญาเรือน และคุณไกรสร กันทะพรม ซึ่งมีทักษะความชำนาญในด้าน การผลิตข้าว การทำปุ๋ย และการเลี้ยงโคนม บนพื้นที่ดิน เป็นดินร่วนปนทราย เหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร ทั้งข้าว ข้าวโพด พริก และพืชไร่ ส่วนแหล่งน้ำในพื้นที่ของกลุ่มเกษตรกรจะอยู่ใกล้กับอ่างเก็บน้ำห้วยลานหรือแม่แห และกลุ่มมีการขุดบ่อน้ำใช้ในการเพาะปลูก ที่ตั้งของกลุ่มเกษตรกรจึงมีความเหมาะสมในการทำ การเกษตร สามารถเพาะปลูกพืชได้เป็นอย่างดี

สมาชิกในกลุ่มเกษตรกรสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการผลิต เรื่องการปลูกข้าว แก่ นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่กลุ่มเกษตรกรใน แต่ละประเด็น ดังนี้ (1) ด้านการผลิต จากศูนย์วิจัยข้าวอำเภอสันป่าตองให้ความรู้เรื่อง การเพาะพันธุ์เมล็ด (2) การ ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรของกลุ่มจากวิทยุชุมชน (3) ด้านการเงิน/บัญชี จากสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ เรื่อง การ ทำบัญชีครัวเรือน เกษตรกรเคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากแหล่งเงินทุนรวมของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว และ กองทุนหมู่บ้าน

2) เจ็อนไขด้านความต้องการของตลาด พบว่า สินค้าเกษตรของกลุ่ม (ข้าว) จะขายส่งทั้งหมด ร้อยละ 100 ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า เมล็ดข้าวพันธุ์มะลิและสันป่าตอง 1 ของกลุ่มมีคุณภาพที่ดี โดยสินค้าเกษตรของกลุ่มต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพทุกครั้งก่อนส่งขาย ในราคา กิโลกรัม ละ 20 บาท สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับชุมชน โดยผู้บริโภคหลัก คือ คนในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมี อัตราส่วนการเติบโตของความต้องการในชุมชนอยู่ในระดับคงที่

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน กลุ่มเกษตรกรยังไม่มีรายได้เปรียบในอุตสาหกรรม ผู้ผลิต และรายได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากเป็นกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในระดับชุมชน

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรมีความต้องการที่จะ สร้างโรงสีในพื้นที่ของตนเอง ส่วนเป้าหมายบุคลากร คือ สมาชิกทุกคนในกลุ่มเกษตรกรมีความมุ่งมั่นในการเพาะ เมล็ดพันธุ์ข้าวให้มีคุณภาพสูงอย่างสม่ำเสมอ และการแข่งขันของสินค้าเกษตรในพื้นที่มีสูง

5) รัฐบาล กลุ่มเกษตรกรได้รับความช่วยเหลือจากศูนย์วิจัยข้าวอำเภอสันป่าตอง และสหกรณ์ จังหวัดเชียงใหม่

6) เหตุสุดวิสัย กลุ่มเกษตรกรมักจะได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติในเรื่องของภัยแล้ง

1.2. กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ปลูกผักบ้านกาด (หอมหัวใหญ่) ตำบลบ้านกาด อำเภอแม่วาง

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพ ความรู้ ทุน โครงสร้าง พื้นฐาน) กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ปลูกผักบ้านกาด เกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ มีทักษะและความชำนาญในการ ผลิตในระบบอินทรีย์ ไม่มีหน่วยงานที่เคยให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่เกษตรกรการดูแล และการเก็บเกี่ยว หอมหัวใหญ่ ส่วนต้นทุนในการทำงาน ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิต ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินทราย ซึ่ง เหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร โดยเฉพาะหอมหัวใหญ่ และข้าวโพดหวาน แหล่งน้ำที่ใช้ในการ

เพาะปลูกจากแม่น้ำในชุมชน ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรกรมีความเหมาะสมในการทำ การเกษตรได้ มีทรัพยากรการผลิตที่สมบูรณ์

2) เจ็อนไซด์ด้านความต้องการของตลาด พบว่า สินค้าเกษตร (หอมหัวใหญ่) จะขายส่งแก่พ่อค้า คนกลางทั้งหมด ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า ไม่มีการแบ่งเกรดของสินค้าเกษตรกร จะซื้อขายสินค้าตามราคาตลาด การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อจะมีเจ็อนไซด์ในการซื้อขาย คือ พ่อค้าคนกลาง จะวางเงินค้ำมัดจำให้แก่เกษตรกรล่วงหน้า

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรมีผู้ซื้อ (พ่อค้าคนกลาง) มารับเหมา ทั้งหมด

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้น ยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่การทำเกษตรยั่งยืน ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ คู่แข่งทางการตลาดของสินค้าเกษตรเริ่มมี จำนวนมากขึ้น

5) รัฐบาล เกษตรกรไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล

6) เหตุสุควิสัย หรือโอกาส เกษตรกรมักจะได้รับผลกระทบ เรื่อง ความสามารถในการควบคุม การผลิต การเกิดโรคติดต่อจากพืช ทำให้ผลผลิตมีลักษณะที่ไม่สวยงาม รสชาติไม่ดี และน้ำหนักต่อลูกไม่ได้ มาตรฐาน

1.3 เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสินทรีย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่เอย

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน เกษตรกรทำเป็นธุรกิจครอบครัว ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการ เพาะปลูก การดูแล และการเก็บเกี่ยวเสาวรสิน (พันธุ์โทง เบอร์ 2 และพันธุ์พื้นเมือง) เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญด้าน การเพาะปลูกเสาวรสินในระบบอินทรีย์ จึงมีความต้องการในการให้ความรู้แก่ชาวบ้านในพื้นที่ เพราะต้องการให้ เกษตรกรมีสุขภาพที่ดี และผู้บริโภคได้รับประทานผลไม้ที่มีคุณภาพ เกษตรกรจึงถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการผลิต การดูแล และการเก็บเกี่ยวเสาวรสิน แก่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามาศึกษาดูงาน และแจกยอตพันธุ์พื้นเมืองแก่ผู้ที่สนใจ เกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานใด ๆ

2) เจ็อนไซด์ด้านความต้องการของตลาด พบว่า สินค้าเกษตร (เสาวรสิน) จะขายเป็นผลสด โดยจะ ขายส่งทั้งหมด ส่วนผลิตภัณฑ์น้ำเสาวรสินจะขายปลีกตามท้องตลาดในชุมชน ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า สินค้าเกษตรต้องมีคุณภาพและมาตรฐาน ผ่านการตรวจสอบจากเกษตรกรทุกครั้ง และส่วนที่ตกเกรดจะนำไปแปรรูปเป็นน้ำเสาวรสิน การซื้อขายจะดำเนินการ 3 รูปแบบ คือ (1) จ่ายเป็นเงินสด ซึ่งจะ จ่ายทันทีที่รับสินค้า (2) จ่ายเงินสดหลังจากได้รับของแล้ว 1 อาทิตย์ และ (3) โครงการหลวงจ่ายเงินทุกสิ้นเดือน นอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เสาวรสินทรีย์ของเกษตรกรจึงมีความต้องการของตลาดสูง ในทุกรอบของการผลิต โดยผู้ซื้อและพ่อค้าคนกลางจะเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเองที่หน้าสวนของเกษตรกร

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรม ผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรไม่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม

4) กลยุทธ์ เกษตรกรต้องการพัฒนาคุณภาพสินค้าและการตลาดให้มั่นคงและยั่งยืน อีกทั้ง เกษตรกรมีจุดมุ่งหวังในการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรรายอื่นในพื้นที่ให้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านสุขภาพและ รายได้ของเกษตรกร จึงอยากสนับสนุนเกษตรกรในพื้นที่ให้หันมาปลูกเสาวรสินกันมากขึ้น เพราะเสาวรสินใช้สารเคมีใน การปลูกน้อยและมีความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ กลุ่มเกษตรกรไม่ได้รับ ผลกระทบในประเด็นนี้ เพราะในพื้นที่ยังไม่มีเกษตรกรที่ปลูกเสาวรสินทรีย์รายอื่น

5) รัฐบาล เกษตรกรไม่เคยได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล

6) เหตุสุควิสัย หรือโอกาส เกษตรกรไม่เคยประสบเหตุสุควิสัยหรือโอกาสใด ๆ

1.4 กลุ่มเกษตรกรลำไยจัมโบ้ ตำบลชมพู อำเภอสารภี

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน ผู้นำกลุ่มคือ นายอติคม วรรณเวก ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตลำไยจัมโบ้ และเป็นผู้ให้ข้อมูลต่าง ๆ การลดต้นทุน การผลิต และการพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตร (ลำไย) ในระบบอินทรีย์แก่เกษตรกรผู้ปลูกลำไยในชุมชน ปัจจุบันสมาชิกกลุ่มเริ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทางกลุ่มเกษตรกรไม่มีต้นทุนด้านแรงงาน เนื่องจากเพาะปลูกและดูแลกันเองในแต่ละครัวเรือน กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกที่เชี่ยวชาญด้านการผลิตในเรื่อง การลดต้นทุน การผลิต และการพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตร (ลำไย) อีกทั้งยังสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการผลิตแก่ชุมชนเกษตรกรอื่นนอกพื้นที่ ส่วนหน่วยงานที่เคยให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่กลุ่มในเรื่อง การผลิต โดยเฉพาะการผลิตสินค้าเกษตรในระบบอินทรีย์ จากสำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และกรมการพัฒนาชุมชน ส่วนด้านการเงิน/บัญชี ในเรื่องการทำบัญชีครัวเรือน จาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ กลุ่มเกษตรกรเคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากรัฐบาล ประมาณร้อยละ 20 และทุนของตนเอง ร้อยละ 80

2) สินค้าเกษตร (ลำไยจัมโบ้) ของกลุ่มเกษตรกรจะมีทั้งการขายส่งและขายปลีก โดยผู้ซื้อหลักคือ กลุ่มพ่อค้าคนกลางรายใหญ่ในส่วนของความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า มีการคัดเกรดและคุณภาพ การซื้อขายจะใช้วิธีการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า (แบบ pre-order) จ่ายเงินก่อนส่งสินค้าไปให้ผู้บริโภค สินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรมีความต้องการในระดับประเทศ โดยอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนความรู้และความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่จะทราบจากสื่อออนไลน์

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรมีลูกค้าประจำ

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน เป้าหมายองค์กร กลุ่มเกษตรกรต้องการแก้ไขปัญหาเรื่อง ราคาลำไยที่ตกต่ำ ต้องการรวมกลุ่มเพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองราคาสินค้า และสร้างกลุ่มให้มีประสิทธิภาพและความยั่งยืน ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ สินค้าเกษตร (ลำไย) มีการแข่งขันในตลาดสูง

5) รัฐบาล กลุ่มเกษตรกรได้รับความช่วยเหลือจากสำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กรมการพัฒนาชุมชน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.)

6) เหตุสุทธวิสัย หรือโอกาส กลุ่มเกษตรกรได้รับผลกระทบเรื่องราคาผลผลิตที่ตกต่ำ และการแข่งขันของสินค้าที่สูง เช่น การเข้ามาของลำไยพันธุ์อื่นจากจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีคุณภาพมากกว่า ทำให้ราคาตลาดของลำไยในพื้นที่ตกต่ำลง

1.5 เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน เกษตรกรทำเป็นธุรกิจครอบครัว มีสมาชิกทั้งหมด 5 คน ซึ่งมีคุณกัญญ์วิร์ เกิดเจริญ เป็นผู้นำ และมีความเชี่ยวชาญในด้านคุณสมบัติของดิน คุณภาพด้านการผลิตสินค้าเกษตร และการตลาด รวมถึงการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญในการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรทั้งพื้นที่เพาะปลูกพืชแบบผสมผสานในระบบอินทรีย์ทั้งหมด ซึ่งเกษตรกรหาความรู้เรื่องการเพาะปลูก การสร้างตลาดสินค้า ด้านบรรจุภัณฑ์สินค้า และการจัดการฟาร์ม ด้วยตนเอง อีกทั้งยังมีพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่อง

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า พบว่า สินค้าเกษตร (ข้าวไรซ์เบอร์รี่) ของเกษตรกรจะขายปลีกทั้งหมด โดยผลผลิตที่ได้ในแต่ละรอบการผลิต เกษตรกรจะแบ่งเป็น 5:1 คือ เกษตรกรเก็บไว้รับประทานเอง 1 ส่วน และขายแก่ผู้บริโภค 5 ส่วน ในส่วนของความต้องการของผู้ซื้อ

มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า สินค้าเกษตรจะมีการคัดเกรดและคุณภาพที่สมบูรณ์ที่สุด และมีการแพ็คสินค้าแบบสุญญากาศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ คนในชุมชน และลูกค้าประจำ โดยอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับคงที่

3) เกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรยังเป็นธุรกิจขนาดเล็ก เน้นคุณภาพของสินค้าเป็นสำคัญ

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน เกษตรกรมีความมุ่งหวังพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรของตนให้มีคุณภาพสูงสุด สามารถนำไปขายได้ในราคาที่สูง และต้องการให้การทำการเกษตรนี้มีความยั่งยืน ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ เกษตรกรไม่ได้รับผลกระทบในด้านนี้

5) รัฐบาล เกษตรกรไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล

6) เหตุสุควิสัย หรือโอกาส เกษตรกรได้รับผลกระทบ เรื่อง ภัยแล้ง เป็นบางฤดูกาล ทำให้ผลผลิตไม่ได้คุณภาพเท่าที่ต้องการ คุณภาพไม่ได้ตามมาตรฐาน ทำให้ขายสินค้าเกษตรในราคาต่ำลง

1.6. กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกหลักทั้งหมด 4 คน ซึ่งสมาชิกทุกคนมีความเชี่ยวชาญในทุกด้านของการปลูกลำไยพันธุ์อีดอจากประสบการณ์ สมาชิกในกลุ่มมีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตสามารถเพาะปลูกลำไยให้ได้ผลผลิตที่ดี มีคุณภาพ และมีรสชาติที่อร่อย อีกทั้งเกษตรกรยังสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการผลิต แก่ศูนย์ควบคุมโรคจังหวัดเชียงใหม่ และมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนด้านความรู้เรื่อง การพัฒนาการผลิตลำไยให้มีคุณภาพและยั่งยืน จากที่ว่าการอำเภอสันป่าตอง

2) โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า สินค้าเกษตร (ลำไย) ของกลุ่มเกษตรกรจะขายเหมาะสมทั้งหมดแก่พ่อค้าคนกลางที่สนใจรับซื้อ ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า สินค้าเกษตร (ลำไย) ของกลุ่มเกษตรกรจะซื้อขายตามราคากลางในตลาดในขณะนั้น โดยเกษตรกรสามารถตกลงราคากันเองกับพ่อค้าคนกลางได้โดยตรง ส่วนการคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ การซื้อขายพ่อค้าคนกลางจะเข้ามาตรวจสอบผลผลิตในแต่ละรอบการผลิตด้วยตนเอง หากพึงพอใจจะตกลงซื้อขายกับเกษตรกรทันที โดยจะจ่ายเงินสดให้แก่เกษตรกร หากนอกฤดูกาล ผู้ซื้อจะเดินทางเข้ามาซื้อและเลือกสินค้าเกษตร (ลำไย) ด้วยตนเอง แต่หากในฤดูกาล เกษตรกรจะขนส่งสินค้าเกษตร (ลำไย) ส่งให้แก่ลูกค้าเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ ลูกค้าส่วนมากจะเป็นลูกค้าประจำ มีการซื้อขายกันทุกรอบการผลิต และสินค้าเกษตรของกลุ่มยังมีความเป็นที่ต้องการต่อเนื่อง

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรมีตลาดที่มีผู้ซื้อ (พ่อค้าคนกลาง) ประจำ

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน เป้าหมาย กลุ่มเกษตรกรต้องการพัฒนามาตรฐานคุณภาพของสินค้าให้มีความมั่นคงและยั่งยืน ส่วนเป้าหมายบุคลากร คือ เกษตรกรมีเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณผลผลิตให้มีจำนวนมากขึ้น ในขณะที่ต้นทุนทางการเกษตรลดลง (การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิต) ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ สินค้าเกษตร (ลำไย) มีการแข่งขันสูงทั้งในและต่างประเทศ

5) รัฐบาล องค์การบริหารส่วนตำบลท่าวังพร้าว เป็นตัวกลางในการหาหน่วยงานเข้ามาพัฒนา กลุ่มเกษตรกร และมีโครงการสนับสนุนกลุ่มเกษตรกร ทั้งด้านการผลิตและการตลาดของสินค้าเกษตร

6) เหตุสุควิสัย หรือโอกาส กลุ่มเกษตรกรได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติในเรื่องของภัยแล้ง พายุลมฝน ส่งผลทำให้ผลผลิตเกิดความเสียหายและได้ปริมาณผลผลิตที่ลดลง

1.7 กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน กลุ่มมีสมาชิก จำนวน 14 คน ซึ่งสมาชิกในกลุ่มจะมีทักษะและความชำนาญในด้านการเพาะปลูก ดูแล และเก็บเกี่ยวข้าว จากประสบการณ์และการเข้าร่วมอบรมจากหน่วยงานภายนอก ส่วนต้นทุนในการทำงาน กลุ่มเกษตรกรมีผู้นำที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต คือ คุณสมพล ใหม่จันทร์ และยังเป็นผู้ที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้สนใจได้ ในเรื่องระบบการปลูกข้าวด้วยวิธีธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่กลุ่มเกษตรกร ในเรื่องของการผลิต จาก สำนักงานเกษตรอำเภอสันป่าตอง ศูนย์วิจัยข้าว และกรมพัฒนาที่ดิน แหล่งเงินทุนกลุ่มเกษตรกรเคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากกรมพัฒนาที่ดิน ในด้านการผลิต การทำปุ๋ยหมัก จำนวน 30,000 บาท และการปลูกพืชทดแทนในโครงการประชารัฐ จำนวน 400,000 บาท

2) เจ็อนไขด้านความต้องการของตลาด โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า พบว่า สินค้าเกษตรของกลุ่ม (ข้าว) จะขายส่ง ร้อยละ 95 โดยจะขายให้กับบริษัทเอกชน และจะเก็บไว้บริโภคเอง ร้อยละ 5 ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า ผู้ซื้อ (บริษัทรับซื้อรายใหญ่) จะเห็นถึงขั้นตอนในการผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน และมีคุณภาพที่คงที่ โดยทางกลุ่มเกษตรกรจะขายข้าวเปลือกในกิโลกรัมละ 20 บาท และประกันราคาความเสียหาย กิโลกรัมละ 20 บาท และข้าวสีจะขายในกิโลกรัมละ 40 บาท การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเจ็อนไขในการซื้อขาย คือ ซื้อขายสินค้าภายใน 10-15 วัน โดยจ่ายเป็นเงินสดให้แก่เกษตรกร สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลักคือ กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (บริษัท เดอะสุซเซอส์ จำกัด) ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ราคาสินค้าเกษตรกลับลดลงจากปีที่ผ่านมา (ปี 2559)

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง แต่กลุ่มเกษตรกร มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต คือ กลุ่มเกษตรกรสามารถควบคุมปริมาณการผลิตได้ และสมาชิกในกลุ่มเกษตรกรสามารถดูแล ตรวจสอบกันได้อย่างทั่วถึง

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรต้องการลดต้นทุนในการผลิตสินค้าเกษตร ส่วนเป้าหมายบุคลากร คือ เกษตรกรมีเป้าหมายต้องการพัฒนาสินค้าเกษตรจนสามารถส่งขายออกไปยังต่างประเทศได้ ต้องการขยายจำนวนสมาชิกในกลุ่มเกษตรกรให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาข้าวกล้อง และการพัฒนาปุ๋ยอินทรีย์ให้เป็นเชิงธุรกิจ

5) รัฐบาล กลุ่มเกษตรกรได้รับความช่วยเหลือด้านความรู้ จากสำนักงานเกษตรอำเภอ สันป่าตอง ศูนย์วิจัยข้าว และกรมพัฒนาที่ดิน

6) เหตุสุตวิสัย หรือโอกาส กลุ่มเกษตรกรไม่มีเหตุสุตวิสัย หรือโอกาสใด ๆ

1.8 เกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน เกษตรกรทำเป็นธุรกิจครอบครัว มีสมาชิกทั้งหมดจำนวน 3 คน โดยเกษตรกรจะมีความเชี่ยวชาญ ในด้านโรคพืช การใช้สารอินทรีย์ และชนิดพันธุ์หอมหัวใหญ่ และการควบคุมปริมาณการใช้ปุ๋ยเคมี ด้านการผลิต การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ การเพาะกล้า การใช้ปุ๋ย (ทั้งเคมีและชีวภาพ) และการสังเกตอาการของพืช นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่เคยให้ความช่วยเหลือด้านความรู้ให้แก่เกษตรกรในเรื่องการผลิต เรื่องการใช้ปุ๋ยและโรคพืชต่าง ๆ จาก เจ้าหน้าที่เกษตรขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำบ่อหลวง

2) เจ็อนไขด้านความต้องการของตลาด โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า พบว่า สินค้าเกษตร (หอมหัวใหญ่) จะขายส่ง ร้อยละ 100 ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า แบ่งเป็น การเหมาซื้อ คัดเกรดตามความสวยงามของผลผลิต เช่น ต้นอวบ ทรงลำต้น และหัวสวย ตามเกรด 0,1,2,3 ซึ่งจะตกลงราคากันเองระหว่างผู้ซื้อและเกษตรกร ส่วนการซื้อขายเป็นกิโลกรัมราคาจะแตกต่างกันไปตามเกรดของสินค้า ซึ่งจะอ้างอิงราคาตลาด ณ เวลานั้น ส่วนการคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเจ็อนไขในการซื้อขาย คือ ผู้ซื้อและเกษตรกรจะทำการซื้อขายภายใน 7-15 วัน และจะวางมัดจำ ร้อยละ 5 โดยไม่มี

สัญญาในการซื้อขาย โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้น โดยกลไกของราคาขึ้นอยู่กับ การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ และผู้ซื้อรู้จักสินค้าเกษตรโดยการบอกเล่าจากลูกค้ารายอื่น ๆ และบริเวณพื้นที่ตั้งของกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ปลูกหอมหัวใหญ่ ซึ่งพ่อค้าคนกลางจะรู้จักกันอยู่แล้ว โดยปัจจัยความต้องการที่เกื้อหนุน คือ สหกรณ์หอมหัวใหญ่ จะจัดหาเมล็ดพันธุ์และควบคุมเมล็ดพันธุ์หอมหัวใหญ่

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน เกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และไม่มี ความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากเกษตรกรมีตลาดขายสินค้าเกษตรของตนเอง

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน เป้าหมายบุคลากร คือ เกษตรกรมีเป้าหมายที่ต้องการพัฒนาคุณภาพหอมหัวใหญ่ให้ดียิ่งขึ้นไป และสามารถกำหนดราคาขายเองได้ ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) มีการแข่งขันกันในประเทศ เช่น อำเภอแม่วาง อำเภอฝาง และจังหวัดอุดรดิตถ์ เป็นต้น

5) รัฐบาล รัฐบาลจะจำกัดช่วงและการนำเข้าหอมหัวใหญ่จากต่างประเทศ และทางกลุ่มยังได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนด้านความรู้จากองค์การบริหารส่วนตำบลน้ำบ่อหลวง

6) เหตุสุควิสัย หรือโอกาส กลุ่มเกษตรกรยังไม่สามารถควบคุมในเรื่องของโรคพืชได้

1.9 กลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน สมาชิกกลุ่มมีจำนวน 20 คน โดยมีสมาชิกในกลุ่มที่มีทักษะและความชำนาญในด้านการผลิตลำไยให้ได้ผลผลิตที่สวยที่สุด ลูกใหญ่ ผิวสวย และรสชาติดี กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตลำไยพันธุ์ดี ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การปลูก การดูแล การให้ปุ๋ย ตัดแต่งกิ่ง และการเก็บเกี่ยวผลผลิต เกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงาน

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า พบว่า สินค้าเกษตรของกลุ่ม (ลำไย) จะขายส่งโรงงานรับซื้อลำไยทั้งหมด ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า การซื้อขายจะแบ่งเป็น 4 เกรด ได้แก่ เกรด AA ราคา 26-34 บาท เกรด A ราคา 18 บาท เกรด B ราคา 8 บาท และเกรด C ราคา 1 บาท การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเงื่อนไขในการซื้อขาย คือ การซื้อขายจะเป็นแบบวันต่อวัน ราคาของสินค้าเกษตรขึ้นอยู่กับกลไกราคาตลาด และซื้อขายเป็นเงินสดจ่ายให้แก่เกษตรกรทันที สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มพ่อค้าคนกลาง (โรงงานรับซื้อลำไย) ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้น แต่สินค้าเกษตรกลับราคาตกต่ำลง และปริมาณผลผลิตขึ้นอยู่กับสภาพอากาศที่ไม่สามารถควบคุมได้

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบ ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรมีตลาดขายสินค้าเกษตรของตนเอง

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน กลุ่มเกษตรกรไม่มีเป้าหมายองค์กร เป้าหมายบุคลากร และการแข่งขันภายในประเทศ

5) รัฐบาล กลุ่มเกษตรกรไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล

6) เหตุสุควิสัย หรือโอกาส กลุ่มเกษตรกรมักจะได้รับผลกระทบจากราคาสินค้าเกษตรที่ตกต่ำ และปริมาณผลผลิตขึ้นอยู่กับสภาพอากาศที่ไม่สามารถควบคุมได้

2. แนวทางการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตร การวิจัยอาศัยการวิเคราะห์และประเมินผลโดยใช้แบบจำลอง Diamond Model ของ Michael E. Porter

ตารางที่ 1 แนวทางการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกร ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน

ลำดับ	ประเด็น	จำนวนกลุ่มเกษตรกร	ร้อยละ
1	กลุ่มเกษตรกรควรมีการสร้างมาตรฐานสินค้าเกษตร เป็นเกณฑ์ที่รับรองกันโดยทั่วไป ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการเทียบกำหนดทั้งด้านปริมาณและคุณภาพของสินค้าเกษตร ผลที่ได้จากการปฏิบัติกรอย่างใดอย่างหนึ่งที่เป็นมาตรฐานที่ได้รับความเห็นชอบจากองค์การ ซึ่งมาตรฐานนั้นต้องเป็นที่น่าเชื่อถือกัน อาจอยู่ในลักษณะของเอกสารที่ระบุข้อกำหนดต่าง ๆ ไว้	9	34.62
2	กลุ่มเกษตรกรควรพัฒนาองค์ความรู้ในด้านการพัฒนาสินค้าเกษตร เพื่อนำมาพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรตามระบบการจัดการคุณภาพ จากหน่วยงานที่คอยเข้ามาให้ความช่วยเหลือ	7	26.92
3	การสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ ให้หันมาประกอบอาชีพเกษตรกรรม เนื่องจากเยาวชนรุ่นใหม่มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ที่จะต่อยอดพัฒนาสินค้าเกษตรให้ได้รับรองคุณภาพ มาตรฐานสินค้าเกษตร สร้างมูลค่าเพิ่มและตลาดที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น	4	15.38
4	การสร้างกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายในการช่วยเหลือกันในด้าน การผลิต การแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ต่าง ๆ การสร้างตลาดร่วมกัน การช่วยกันตรวจสอบกระบวนการในการผลิตและผลผลิตที่ได้สร้างเป็นมาตรฐานของกลุ่มเกษตรกร เพื่อที่จะพัฒนาให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรได้ในอนาคต	4	15.38
5	การหาแนวทางในการเพิ่มผลผลิตโดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงอุปกรณ์การเกษตรที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต	2	7.69
รวม			100.00

ที่มา : จากการทำวิจัย

จากตารางที่ 1 แสดงแนวทางการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียนพบว่า ส่วนใหญ่คือ มาตรฐานสินค้าเกษตร เป็นเกณฑ์ที่รับรองกันโดยทั่วไป ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการเทียบกำหนดทั้งด้านปริมาณและคุณภาพของสินค้าเกษตร ผลที่ได้จากการปฏิบัติกรอย่างใดอย่างหนึ่งที่เป็นมาตรฐานที่ได้รับความเห็นชอบจากองค์การ ซึ่งมาตรฐานนั้นต้องเป็นที่น่าเชื่อถือกันอาจอยู่ในลักษณะของเอกสารที่ระบุข้อกำหนดต่าง ๆ ไว้ ทั้งนี้กลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ควรจะพัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าเกษตรให้ได้รับความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า เช่น ความปลอดภัย มาตรฐาน คุณภาพ และความเป็นเอกลักษณ์ที่ดีให้กับตัวสินค้าเกษตรของกลุ่ม เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างมาตรฐานทั้งยกระดับในการผลิตสินค้าเกษตรให้สูงขึ้น มีจำนวนกลุ่มเกษตรกรทั้งหมด 9 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 34.62

รองลงมา คือ กลุ่มเกษตรกรควรพัฒนาองค์ความรู้ในด้านการพัฒนาสินค้าเกษตร เพื่อนำมาพัฒนา มาตรฐานสินค้าเกษตรตามระบบการจัดการคุณภาพ โดยมีหน่วยงานที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือ ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยต่าง ๆ กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรอำเภอ ศูนย์วิจัยข้าว กรมพัฒนา

ที่ดิน และองค์การบริหารส่วนตำบลที่รับผิดชอบ เป็นต้น มีจำนวนกลุ่มเกษตรกรทั้งหมด 7 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 26.92

ประเด็นการสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ ให้หันมาประกอบอาชีพเกษตรกรรม เนื่องจากเยาวชนรุ่นใหม่มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ที่จะต่อยอดพัฒนาสินค้าเกษตรให้ได้รับรองคุณภาพ มาตรฐานสินค้าเกษตร สร้างมูลค่าเพิ่มและตลาดที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น และการสร้างกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายในการช่วยเหลือกันในการผลิต การแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ต่าง ๆ การสร้างตลาดร่วมกัน การช่วยกันตรวจสอบกระบวนการในการผลิต และผลผลิตที่ได้สร้างเป็นมาตรฐานของกลุ่มเกษตรกร เพื่อที่จะพัฒนาให้ได้การรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรได้ในอนาคต มีจำนวนเท่ากับ 4 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 15.38

ประเด็นสุดท้าย คือ การหาแนวทางในการเพิ่มผลผลิตโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงอุปกรณ์การเกษตรที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต เช่น โรงสีขนาดเล็ก เครื่องบรรจุแบบสูญญากาศ เป็นต้น เพื่อสร้างมาตรฐานในการผลิตและลดต้นทุนในด้านแรงงาน มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 7.69

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การวิจัยเพื่อการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน” อาศัยแนวคิดกระบวนการวิเคราะห์ SWOT ของนันทิยา หุตานวัตร และคณะ (2546) ในการวิเคราะห์จุดแข็ง โอกาส จุดอ่อน และอุปสรรคของกลุ่มเกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 9 กลุ่มเกษตรกร ซึ่งการวิจัยพบว่า จุดแข็งของกลุ่มเกษตรกรที่สำคัญ คือ กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิต ทั้งการปลูก การดูแล และการเก็บเกี่ยวผลผลิต ด้านโอกาสที่สำคัญ คือ กลุ่มเกษตรกรมีหน่วยงานที่คอยให้ความช่วยเหลือทั้งด้านความรู้ และเงินทุนแก่กลุ่มเกษตรกร แต่กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมยังมีจุดอ่อนที่สำคัญ คือ กลุ่มเกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองราคาพ่อค้าคนกลางน้อย และมีอุปสรรคที่สำคัญ คือ การแข่งขันของสินค้าเกษตรในพื้นที่และในตลาดมีมาก

จากการวิเคราะห์และประเมินผลโดยใช้แบบจำลอง Diamond Model ของ Michael E. Porter และแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีปัจจัยส่งเสริมและทำลายสู่ความเป็นเลิศต่อการตรวจสอบและพัฒนา มาตรฐานสินค้าเกษตร ประกอบไปด้วย 1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition) 2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition) 3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries) 4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และ การแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry) 5) รัฐบาล (Government) และ 6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance) ทำให้เห็นถึงศักยภาพของชุมชนในแต่ละแห่ง และทราบแนวทางในการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรของชุมชน ทั้งหมด 5 ประเด็น ซึ่งประเด็นที่สำคัญที่สุด คือ กลุ่มเกษตรกรควรมีการสร้างมาตรฐานสินค้าเกษตร เป็นเกณฑ์ที่รับรองกันโดยทั่วไป ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการเทียบกำหนดทั้งด้านปริมาณและคุณภาพของสินค้าเกษตร ผลที่ได้จากการปฏิบัติกรอย่างใดอย่างหนึ่งที่เป็นมาตรฐานที่ได้รับความเห็นชอบจากองค์การ ซึ่งมาตรฐานนั้นต้องเป็นที่น่าเชื่อถือกันอาจอยู่ในลักษณะของเอกสารที่ระบุข้อกำหนดต่าง ๆ ไว้ วิไลพร ไชโย (2560) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (2556) มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารของประเทศไทย ในการกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเครื่องมือในการควบคุมและส่งเสริมสินค้าเกษตร ให้มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อความปลอดภัยและคุ้มครองผู้บริโภคป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดแก่เกษตรกรหรือกิจการการค้าสินค้าเกษตร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาผลกระทบของประชาคมอาเซียนที่มีต่อกลุ่มเกษตรกรชุมชนท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ในการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรของ ชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ หลังจากนั้นทำการคัดเลือกชุมชนที่มีศักยภาพ เพื่อนำมาเป็นตัวแทนของชุมชนในการวางแผนการพัฒนาการเกษตรด้านการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ให้มีศักยภาพการแข่งขันใน

อาเซียน ต่อจากนั้นการวิจัยควรบูรณาการการทำงานกับชุมชนนอกจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายของการขยายผลการวิจัยให้เกิดประโยชน์ของการนำไปใช้ให้มากขึ้น รวมถึงการวางแผนการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรร่วมกับชุมชนในประเทศอาเซียน เพื่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าเกษตรอย่างยั่งยืนและเกิดประโยชน์ร่วมกันมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- ก่อวดี ผลเกลี้ยง. (2558). **มาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรของอาเซียน**. สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ: กรุงเทพมหานคร. (ออนไลน์). แหล่งที่มา http://www.agriman.doae.go.th/home/news2/ASEAN%202558/05_AC-26.02.2556.pdf
- คณะกรรมการที่ปรึกษามาตรฐานและคุณภาพของอาเซียน. (2557). **หน้าที่หลักที่สำคัญของคณะกรรมการ**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา <https://www.etda.or.th/terminology-detail/1519.html>
- ฐิติผาสุก จรัสเจษฎา. (2555). **มาตรฐานสินค้าไทย**. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.
- นันทิยา หุตานวัตร. (2546). **SWOT การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน: คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา <http://www.jit-jai-d.blogspot.com/2007/08/swot.html>
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2556). **มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารของประเทศไทย**. แก่นเกษตร. 41 : 7-8 (2556).
- วิไลพร ไชโย (2560). **การตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน**. โครงการวิจัยงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2560
- วีระศักดิ์ สมยานะ. (2558). **รายงานการวิจัยแผนกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ในกรอบประชาคมอาเซียน ภายใต้ความร่วมมือทางวิชาการกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).

การพัฒนาแบบจำลองการจัดทำบัญชีครัวเรือนแบบมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด

นครราชสีมา : กรณีศึกษากลุ่มเกษตรกรรวงทองบ้านกระถิน

ตำบลเทพาลัย อำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา

The Model Development of Participatory Household Accounting of Community Enterprises in Nakhon Ratchasima Province : A Case Study of Ruang Thong Baan

Krathin Agricultural, Thepalai Subdistrict, Khong District,

Nakhon Ratchasima Province.

ณิชฎา กิรติอุไร¹

เมธี กิรติอุไร²

นิติภูมิ อัครวิชิตสกุล³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รายรับ รายจ่ายในครัวเรือน การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยสู่ความสำเร็จ และพัฒนาแบบจำลองบัญชีครัวเรือนของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรรวงทองบ้านกระถิน ตำบลเทพาลัย อำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา จำนวนทั้งสิ้น 60 คน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำกลุ่ม และสมาชิกจำนวน 60 คน และการสนทนากลุ่มย่อยกับตัวแทนกลุ่มที่มีการลงบันทึกบัญชีครัวเรือนอย่างสม่ำเสมอ จำนวน 8 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรรวงทองบ้านกระถินมีรายรับประจำจากอาชีพหลัก คือ การปลูกข้าว ขายเมล็ดพันธุ์ข้าว มีรายรับเสริม คือ การค้าขายสินค้าอุปโภคบริโภค การรับจ้าง รายจ่ายส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหลัก คือ ค่าปุ๋ยเคมี ค่าจ้างทำนา ค่าเก็บเกี่ยว ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือน คือ มีความสับสนและไม่เข้าใจในการจดบันทึกบัญชีครัวเรือน และขาดแรงจูงใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือน โดยมีปัจจัยที่เป็นแนวทางสู่ความสำเร็จ คือ ผู้ที่จดบันทึกบัญชีครัวเรือนต้องสามารถอ่านออก เขียนได้ มีความมุ่งมั่น ตั้งใจที่จะจัดทำบัญชีครัวเรือน และการมีส่วนร่วมในการออกแบบสมุดบัญชีครัวเรือนที่มีรูปแบบที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ สอดคล้องกับบริบทของชุมชน โดยการแลกเปลี่ยนและระดมความคิดเห็น ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาแบบจำลองบัญชีครัวเรือนที่เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชน

คำสำคัญ: บัญชีครัวเรือน, วิสาหกิจชุมชน, การมีส่วนร่วม

หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา¹

หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา²

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา³

Abstract

This research aims to analyze household income and expenses, to analyze problems, obstacles and success factors and to develop the participatory household accounting format of community enterprises in Nakhon Ratchasima Province. Research population was 60 members of Ruang Thong Baan Krathin Agricultural Community Enterprise, Thepalai Subdistrict, Khong District, Nakhon Ratchasima Province. Data collection methods included in-depth interviews with the group leader as well as the 60 members and small group discussions with 8 people representatives who kept household accounting records on a regular basis. Content analysis was then used to analyze data.

Research results showed that the members of Ruang Thong Baan Krathin Agricultural Community Enterprise earned their regular income from their main occupation, rice farming and rice seed selling, while earning their extra income from selling consumer products or being hired to do odds and ends jobs. Problems and obstacles that they faced while keeping household accounting records were the lack of clear understanding of how to keep household accounting records and the lack of motivation to keep household accounting records. In order to be successful, people in charge of keeping household accounting records must be literate and determined to keep household accounting records. Also, it is necessary that, through brainstorming sessions, they have involvement in developing the household accounting format which is easy to understand and fits well within the community's context.

Keyword: Household Accounting, Community Enterprise, Participation

บทนำ

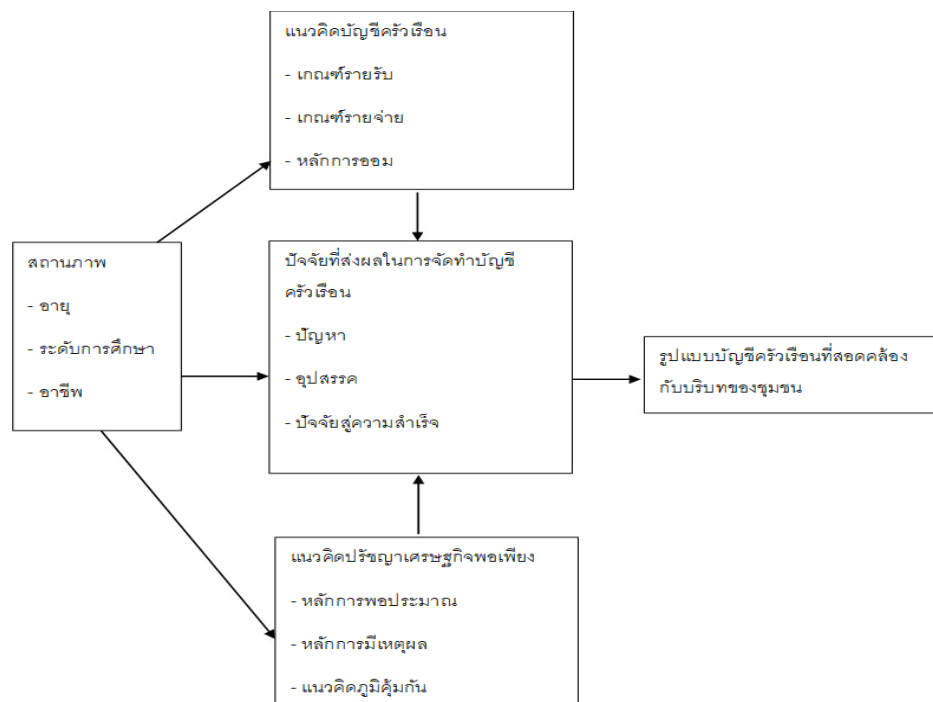
การพัฒนาศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความเข้มแข็ง โดยอาศัยองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิม ในท้องถิ่นหรือที่เรียกว่าภูมิปัญญาชาวบ้านของภาคเกษตรกรรมผนวกกับการพัฒนาสมัยใหม่ จะช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นกระบวนการสร้างสรรค์เศรษฐกิจและสังคมของชุมชน มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่า เพื่อการพึ่งพาของตนเอง ชุมชน และระหว่างชุมชน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548) ในปี พ.ศ.2548 รัฐบาลได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง เกิดการพึ่งพาตนเอง เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ดังนั้นวิสาหกิจชุมชน จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการก่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2565) โดยได้น้อมนำหลัก "ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศ เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคง เกิดภูมิคุ้มกัน และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม

ดังนั้นการจัดทำบัญชีครัวเรือนซึ่งมีรากฐานมาจากหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยให้เกษตรกรทราบถึงรายรับ-รายจ่ายในแต่ละเดือน ส่งผลให้เกิดการวางแผนทางการเงินอย่างเหมาะสมกับรายรับของครอบครัว ก่อให้เกิดการประหยัด การออมเพิ่มมากขึ้น และเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยลดการก่อหนี้สินของเกษตรกรได้อย่างยั่งยืน จากนโยบายหลักของรัฐบาล ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรรวงทองบ้านกระถิน ตำบลเทพาลัย อำเภอดง จังหวัดนครราชสีมา ได้มีการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการพัฒนาสมาชิกและชุมชน โดยมีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนบ้านกระถิน และส่งเสริมให้สมาชิกมีการจัดทำบัญชีครัวเรือน อย่างไรก็ตามผลการดำเนินงานการจัดทำบัญชีครัวเรือนยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควรเนื่องจากมีจำนวนครัวเรือนที่ทำการบันทึกบัญชีมีเพียงส่วนน้อย (พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ, 2557) ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นกระบวนการใช้การมีส่วนร่วมของชุมชนในการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่จะนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบการจัดทำบัญชีครัวเรือนที่เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรรวงทองบ้านกระถิน ตำบลเทพาลัย อำเภอดง จังหวัดนครราชสีมา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์รายรับ รายจ่ายในครัวเรือนของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อพัฒนารูปแบบสมุดบัญชีครัวเรือนของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดทำบัญชีครัวเรือนแบบมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา: กรณีศึกษากลุ่มเกษตรกรรวงทองบ้านกระถิน ตำบลเทพาลัย อำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา คณะผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) เพื่อสามารถนำผลวิจัยไปแก้ปัญหาให้กับชุมชนได้ตรงประเด็น อีกทั้งผู้วิจัยและชุมชนได้รับประสบการณ์การทำงานร่วมกันก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ในระยะที่ 1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประธานกลุ่ม คณะกรรมการ และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรรวงทองบ้านกระถิน ตำบลเทพาลัย อำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 60 คน

ในระยะที่ 2 กลุ่มเป้าหมายสำหรับสนทนากลุ่ม (Focus Group) คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรรวงทองบ้านกระถิน ตำบลเทพาลัย อำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีการจัดทำบัญชีครัวเรือนอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 1 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 8 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี บทความวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับประชากรที่ใช้ในการวิจัย โดยนำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์ ร่างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อนำไปสร้างเป็นข้อคำถามปลายเปิด ซึ่งผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความตรง (Validity) ของแบบสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบ่งเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับสมาชิกจำนวน 60 คน ประเด็นที่สัมภาษณ์เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ ปัญหาและอุปสรรคในการบันทึกบัญชีครัวเรือน รายรับและรายจ่ายของแต่ละครัวเรือน ภาระหนี้สินและการบริหารจัดการในการชำระหนี้สิน ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด ระยะที่ 2 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) มาร่วมจัดทำสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยใช้แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม กับสมาชิกที่มีการลงบัญชีต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 1 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 8 คน เพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจัดทำบัญชีครัวเรือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

1. การจัดระเบียบข้อมูล ได้แก่ การถอดคลิปเสียงการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบคำต่อคำ การเขียนบันทึก สรุปข้อมูล นำเสนอข้อความที่บ่งบอกถึงประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

2. การแสดงข้อมูลเป็นการจัดกลุ่มข้อมูลใหม่ตามแนวทางที่ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็น โดยนำข้อมูลที่ได้มาจัดแบ่งส่วนโดยยึดเกณฑ์ตามความคิดเห็นที่เป็นแนวทางเดียวกันให้อยู่กลุ่มเดียวกัน

3. การสรุปและตีความ โดยตีความและพิจารณาประเด็นที่สำคัญหรือประโยชน์ที่เกี่ยวข้องจากการสัมภาษณ์มาจัดกลุ่มเพื่อสรุปประเด็นต่าง ๆ และวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการทำบัญชีครัวเรือน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบของสมุดบัญชีครัวเรือนที่เหมาะสมกับบริบทของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรรวงทองบ้านกระถิน ตำบลเทพาลัย อำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์รายรับ รายจ่ายในครัวเรือนของสมาชิกชุมชน จังหวัดนครราชสีมา สรุปผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาที่มาของรายรับครัวเรือนของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่าสมาชิกส่วนใหญ่มีรายรับประจำ จากอาชีพหลัก คือ การปลูกข้าว ขายเมล็ดพันธุ์ข้าว โดยทำการขาย 2 ครั้ง/ปี ส่งผลให้เมื่อหมดฤดูเก็บเกี่ยวข้าวจึง ทำให้ไม่มีรายรับหลัก และขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ เลี้ยงสุกร เลี้ยงไก่ เลี้ยงเป็ด ส่วนรายรับเสริม คือ รายรับจากการรับจ้าง รายรับจากการขายสินค้า/ขายของชำ เงินที่ได้รับจากบุตรโอนมาให้ เงินกู้ทั้งในระบบและนอกระบบ รายรับที่ได้รับจากการเลี้ยงโชค เช่น สลากกินแบ่งรัฐบาล และหวยใต้ดิน

ผลการศึกษาที่มาของรายจ่ายครัวเรือนของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่าสมาชิกส่วนใหญ่มีรายจ่าย เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหลัก คือ ค่าปุ๋ยเคมี ค่าจ้างทำนา ค่าเก็บเกี่ยว ค่าจ้างใส่ปุ๋ย-พ่นยา ค่าขนส่งข้าวไปขายและค่าจ้างรถเกี่ยวข้าว ค่าขนข้าวขึ้นยุ้งฉาง เป็นต้น นอกจากนี้รายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพแล้ว ยังมีรายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีพ คือ ค่าอาหาร ค่าเครื่องดื่ม ค่าสาธารณูปโภค ค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ต ค่าเล่าเรียนของบุตรหลาน รายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชุมชน เช่น งานบวช ค่าทำบุญ เป็นต้น รายจ่ายในการเลี้ยงโชค เช่น ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ซื้อหวยใต้ดิน อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่มีภาระหนี้สินครัวเรือนที่เกิดจากการกู้ยืมเงิน สาเหตุเนื่องจากมีรายรับไม่สมดุลกับรายจ่ายของครัวเรือน ส่งผลให้ต้องมีภาระการจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ทั้งในระบบ และเงินกู้นอกระบบ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา สรุปผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาปัญหาในการทำบัญชีครัวเรือนของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่า สมาชิกส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการจัดทำบัญชีครัวเรือน คือ ขี้เกียจ รายจ่ายมากกว่ารายรับ ไม่เข้าใจในการลงบัญชีครัวเรือน เช่น ลงบัญชีผิด ไม่มั่นใจว่าลงบัญชีถูก ยกยอดมาไม่เป็น สงสัยว่าทำไมจึงไม่ต้องนำเงินที่กู้มาและเงินที่ได้รับจากบุตรหลานมาลงบัญชี บางรายไม่ทราบว่าต้องลงบัญชีแบบไหน จำแนกไม่ได้ว่าจะลงบัญชีเป็นรายรับ หรือรายจ่าย

ผลการศึกษาอุปสรรคในการทำบัญชีครัวเรือนของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่าสมาชิกส่วนใหญ่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานของภาครัฐจำนวน 4 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์นครราชสีมา ณาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาย่อยเทพาลัย สำนักงานเกษตรอำเภอ และองค์การบริหารส่วนตำบลเทพาลัย ซึ่งแต่ละหน่วยงานมีรูปแบบการลงบัญชีและสมุดบัญชีที่แตกต่างกัน จึงเกิดความสับสน ไม่ทราบว่าเล่มไหนถูกหรือผิด รองลงมา คือ สมุดบัญชีที่ไม่เหมาะสม เช่น ขนาดบรรทัดเล็กเขียนไม่ได้ ช่องที่ใช้ลงบัญชีเล็กเกินไปเนื่องจากบางคนเขียนหนังสือตัวใหญ่ ชื่อบัญชีตัวเล็กมองไม่เห็น มีหลายหน้าเกิดความสับสนทำให้การลงบัญชีแต่ละครั้งต้องใช้เวลานาน ขาดแรงจูงใจในการทำ ไม่รู้ว่าจะทำไปเพื่ออะไร

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการทำบัญชีครัวเรือนของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่า ควรมีการปรับปรุงสมุดบัญชีครัวเรือนให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตของชุมชนโดยใช้วิธีการมีส่วนร่วม เป็นการระดมความคิดเห็นจากผู้คนในชุมชน เพื่อวิเคราะห์ถึงปัญหาในการจัดทำบัญชี และร่วมกันพัฒนาสมุดบัญชีที่ง่ายต่อการบันทึกบัญชี นอกจากนี้ผู้ทำบัญชีควรอ่านออกเขียนได้ในระดับเบื้องต้น การสร้างความร่วมมือของผู้นำชุมชนก็เป็นสิ่งสำคัญ โดยเน้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน จัดให้มีโครงการเพื่อนสอนเพื่อน โดยการจัดอบรมให้กับบุคคลในชุมชนที่มีการทำบัญชีครัวเรือนสม่ำเสมอและอาสาสมัครเพื่อสามารถให้ความรู้ แนะนำ ให้กับคนในชุมชน และควรมีการติดตามประเมินผลเป็นระยะ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนารูปแบบสมุดบัญชีครัวเรือนของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
สรุปผลได้ดังนี้

แนวทางในการพัฒนารูปแบบสมุดบัญชีครัวเรือนแบบมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย

1. เขียนให้น้อยที่สุด 2. ให้มีรูปภาพประกอบกับตัวหนังสือ จะทำให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจมากขึ้น อีกทั้งเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่อ่านและเขียนหนังสือไม่คล่องสามารถลงบันทึกบัญชีได้ โดยผู้ลงบันทึกบัญชีเขียนเพียงตัวเลข 3. ขยายช่องให้ใหญ่ขึ้นสามารถลงบัญชีได้ทั้งเดือน ดังภาพที่ 1 และภาพที่ 2

บัญชีรายรับ - รายจ่าย เดือน..... พ.ศ.....

วันที่	รายรับ						รายจ่ายในการประกอบอาชีพ			รายจ่ายในครัวเรือน						รวม รายจ่าย ในครัวเรือน		
	ขายสินค้า	ขายสัตว์	ขายผลผลิต	รับจ้าง	เงินปันผล	เงินอุดหนุน	ค่าเช่า	ค่าจ้าง	ค่าวัสดุ	ค่าเดินทาง	ค่าสาธารณูปโภค	ค่าจ้าง	ค่าเดินทาง	ค่าสาธารณูปโภค	ค่าจ้าง		ค่าเดินทาง	ค่าสาธารณูปโภค
1																		
2																		
3																		
4																		
5																		
6																		
7																		
8																		
9																		
10																		
11																		
12																		
13																		
14																		
15																		
16																		
17																		
18																		
19																		
20																		
21																		
22																		
23																		
24																		
25																		
26																		
27																		
28																		
29																		
30																		
31																		
รวม																		

ภาพที่ 1 รูปแบบสมุดบัญชีครัวเรือนที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมรวงทองบ้านกระถิน ร่วมกันเสนอความเห็น



ภาพที่ 2 สมุดบัญชีครัวเรือนของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมรวงทองบ้านกระถิน ร่วมกันเสนอความเห็น

อภิปรายผล

การวิเคราะห์รายรับ รายจ่ายในครัวเรือนของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา พบว่าสมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้หลักจากการทำเกษตร ปลูกข้าวเป็นหลัก โดยมีการรวมกลุ่มกันเป็นวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มเกษตรกร ในเรื่องเมล็ดพันธุ์ในการเพาะปลูกข้าว เป็นการลดต้นทุนให้กับสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน สำหรับการขายข้าวเปลือกจะขายกันเอง ทั้งนำไปขายที่ทำข้าว หรือขายหน้าทีนาของตนเองขึ้นอยู่กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งจะมีรายได้ปีละ 1 ครั้งเท่านั้น ทำให้สมาชิกต้องหารายได้เสริม จากการเลี้ยงสัตว์ ปลูกผักสวนครัว การออกไปรับจ้างทำเกษตรหรือรับจ้างทั่วไป ค่าขายของชำ บุตรส่งเงินมาให้ เงินกู้ทั้งในและนอกระบบ และรายได้จากการเลี้ยงโชค ตามลำดับ ในส่วนรายจ่าย รายจ่ายหลักส่วนใหญ่จะเป็นรายจ่ายที่ใช้ในการประกอบอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นค่าปุ๋ย ค่ายาฆ่าแมลง ค่าจ้างทำนา ค่าจ้างรถเกี่ยวข้าว เป็นต้น นอกจากรายจ่ายในการประกอบอาชีพ ยังมีรายจ่ายในการดำรงชีพ เช่น ค่าข้าว ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าเครื่องดื่ม ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น รายจ่ายเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชุมชน เช่น งานบวช งานแต่งงาน และยังมีรายจ่ายในการเลี้ยงโชค โดยรายรับและรายจ่ายที่เกิดขึ้นเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการกู้ยืม เนื่องจากรายรับไม่พอกับรายจ่าย ทำให้เกิดภาระที่ต้องชำระดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น ปัญหาอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือน พบว่าสมาชิกส่วนใหญ่ประสบปัญหาซึ่งเกี่ยวข้องในการทำบัญชีครัวเรือน มีรายจ่ายมากกว่ารายรับ ทำให้ไม่อยากลงบัญชี เพราะยิ่งลงบัญชียิ่งคิดมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพา สระอุณ (2557) พบว่าปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้จ่ายในแต่ละวันมากกว่ารายรับ เพราะรายรับส่วนใหญ่ได้เป็นรายครั้งหรือรายเดือน แต่รายจ่ายเกิดขึ้นทุกวันจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ไม่มีการจดบันทึกรายการต่าง ๆ ไม่เข้าใจการทำบัญชีครัวเรือน เนื่องจากมีหลายหน่วยงานเข้ามาให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีครัวเรือน อีกทั้งแต่ละหน่วยงานอบรมกันคนละแบบยังทำให้สมาชิกเกิดความสับสน รวมถึงสมุดบัญชีที่แจกมีรูปแบบที่ไม่เหมาะสม เช่น ขนาดบรรทัดเล็กไม่สามารถเขียนได้ ตัวหนังสือขนาดเล็ก เป็นอุปสรรคกับผู้ลงบัญชีเนื่องจากส่วนใหญ่ผู้ลงบัญชีมีอายุมากสายตาไม่ค่อยดี และอ่านหนังสือไม่ออก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรณชนก นิลมณี และคณะ (2558) พบว่า ในการจัดทำบัญชีครัวเรือนอุปสรรคที่เกิดขึ้น ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรอ่านหนังสือไม่ออก เขียนหนังสือไม่ได้ ขาดประสบการณ์ในการทำบัญชีครัวเรือน อีกทั้งสมาชิกขาดแรงจูงใจในการจัดทำบัญชี มองว่าบัญชีครัวเรือนมีประโยชน์จริงที่สามารถใช้ควบคุมต้นทุนในการเพาะปลูกได้ แต่การทำยุ่งยาก เนื่องจากการเพาะปลูกปัจจัยที่สำคัญ คือสภาพดิน ฟ้า อากาศ จึงมองว่าการทำบัญชีไม่เกิดประโยชน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรทัย ดุษฎีดำเกิง (2557) ที่พบว่า เกษตรกรมีทัศนคติที่ดีต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน และทราบถึงประโยชน์ของการจัดทำบัญชี แต่ยังมีปัญหาว่าเกษตรกรขาดความรู้ ความเข้าใจเรื่องการทำบัญชีครัวเรือน และมีภาระที่ต้องรับผิดชอบในแต่ละวันมากทำให้ไม่สามารถจดบันทึกบัญชีได้อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งขาดแหล่งข้อมูลจากภาครัฐและเอกชนเพื่อศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการทำบัญชีและมีความคิดว่าการทำบัญชีเป็นเรื่องยุ่งยากและเสียเวลา

การพัฒนาสมุดบัญชีครัวเรือนให้เหมาะสมกับความต้องการของชุมชน พบว่า แนวทางในการปรับปรุงรูปแบบสมุดบัญชีครัวเรือนควรเขียนให้น้อยที่สุด โดยใช้รูปภาพประกอบกับตัวหนังสือ และขยายช่องให้ใหญ่ขึ้น เนื่องจากว่าผู้ทำบัญชีส่วนใหญ่อ่านหนังสือไม่ค่อยคล่อง เขียนหนังสือไม่ค่อยได้ และเขียนตัวหนังสือตัวใหญ่ จึงต้องแก้ปัญหาโดยการให้เขียนน้อยที่สุด โดยใช้รูปภาพประกอบเพื่อเพิ่มความเข้าใจในการลงบัญชี อีกทั้งต้องออกแบบให้มีการแยกช่องการลงบัญชี ออกเป็น 3 ช่อง คือ รายรับ รายจ่ายในการประกอบอาชีพ และรายจ่ายในครัวเรือน โดยตัดรายละเอียดบางส่วนที่ไม่จำเป็นออก ไม่ให้เป็นภาระหรือไม่สร้างความสับสนในการลงบัญชี สอดคล้องกับการศึกษาของ วาริพิน มงคลสมัย (2552) เรื่อง การจัดการความรู้ทางบัญชีตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ผลการ

พัฒนารูปแบบสมุดบัญชีครัวเรือน พบว่า ชุมชนในตำบลมะเขือแจ้ สนใจการบันทึกบัญชีครัวเรือนตามรูปแบบสมุดบัญชีของนักวิจัย โดยการแยกค่าใช้จ่ายที่จำเป็นและไม่จำเป็นออกจากกัน สมุดบัญชีที่เหมาะสมกับความต้องการของชุมชน จะส่งผลทำให้สมาชิกลงบัญชีครัวเรือนได้ง่ายและลงรายการทุกวัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. หน่วยงานที่สนับสนุนในการจัดทำบัญชีครัวเรือน จะต้องบูรณาการการจัดทำบัญชีครัวเรือนให้เหมือนกัน หรือให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบ มิฉะนั้นจะทำให้เกิดความสับสนในการจัดทำบัญชีครัวเรือน
2. สำหรับการออกแบบรูปแบบสมุดบัญชีครัวเรือน ควรสอบถามความต้องการของชุมชนว่ามีความต้องการสมุดบัญชีครัวเรือนในรูปแบบใด เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสมกับความต้องการที่แท้จริง
3. ควรมีการติดตามการจัดทำบัญชีครัวเรือนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือน
4. การจัดทำบัญชีครัวเรือนควรปลูกฝัง ความตั้งใจ การมีวินัยในการลงบันทึกบัญชีทุกวัน โดยนำผู้ที่ลงบัญชีครัวเรือนมาถ่ายทอดถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการทำบัญชีครัวเรือน
5. การจัดอบรม ให้ความรู้ เพื่อจัดทำบัญชีครัวเรือนควรเริ่มจากระดับเบื้องต้น เนื่องจากพื้นฐานความรู้ของสมาชิกในชุมชนไม่สูงมาก และความต้องการของสมาชิกชุมชนต้องการแค่ให้รับรู้ถึงรายได้และรายจ่ายเท่านั้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. พัฒนารูปแบบสมุดบัญชีครัวเรือนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่น ๆ เพื่อให้ตรงกับวิถีชีวิตของแต่ละชุมชน
2. พัฒนารูปแบบการอบรมบัญชีครัวเรือน เพื่อให้สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนสามารถจัดทำบัญชีครัวเรือนได้อย่างต่อเนื่องและถูกต้อง
3. ควรมีการศึกษาในเรื่องของการพัฒนารูปแบบการลงบัญชีครัวเรือน ในรูปแบบดิจิทัลที่ทันสมัย เพื่อความสะดวก ง่าย และประหยัดในการจัดทำบัญชีครัวเรือน

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. [on line]. Available: <http://www.doae.go.th> [2560, สิงหาคม 13].
- ธรรณชนก นิลมณี และคณะ. (2558). การศึกษาพฤติกรรมและสภาพปัญหาการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อลดปัญหาหนี้สินของเกษตรกรจังหวัดปราจีนบุรี (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2565). [on line]. Available: <http://www.ratchakitcha.soc.go.th.pdf> [2560, กุมภาพันธ์ 1].
- พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ. (2557). การพัฒนาระบบการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดย การมีส่วนร่วมของชุมชน ตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 2(1), 37-48.
- ยุพา สระบุญ. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน กรณีศึกษาหมู่บ้านทุ่งน้อย ตำบลหินกอง อำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, 2(2), 27-52.
- วาริพิน มงคลสมัย. (2552). การจัดการความรู้ทางการบัญชีเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการผลิต ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งสีทองของกลุ่มเกษตรกรบ้านเหมืองก๊วก ต.มะขามแจ้ อ.เมือง จ.ลำพูน. เชียงใหม่ (รายงานการวิจัย). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรทัย ดุษฎีดำเกิง. (2557). ทศนคติในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของเกษตรกรลูกค้ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ (รายงานผลการวิจัย). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

การจัดการกองทุนหมู่บ้านเพื่อแก้ปัญหาความยากจน :
กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบูรณ์

VILLAGE FUND MANAGEMENT OF POVERTY PROBLEM SOLVING: A CASE STUDY OF
PETCHABUN PROVINCE.

ชมชไม พงศ์ศรีโรจน์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การจัดการกองทุนหมู่บ้านอำเภอหนองไผ่ เพื่อแก้ปัญหาความยากจน กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับ การกำกับดูแลและการควบคุมภายในเกี่ยวกับการบริหารจัดการทางการเงินของเครือข่ายกองทุนหมู่บ้าน และ การบริหารหนี้ค้างชำระ การสอบทานการดำเนินงานของกองทุนว่ามีความสมเหตุสมผลตามนโยบายของภาครัฐในการเพิ่มโอกาส ให้กับชุมชน การสร้างศักยภาพในการเสริมสร้างความมั่นคง จากขีดความสามารถในการบริหารเงินกองทุนอย่างเป็นระบบเครือข่ายอำเภอหนองไผ่ จังหวัด เพชรบูรณ์ ประชากรที่ทำการศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 55 คน โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง 15 คน ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน กรรมการและสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน ในจังหวัดเพชรบูรณ์

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จะเป็นคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน เพศหญิง ร้อยละ 64 เพศชาย ร้อยละ 36 ภาระหนี้ค้างชำระ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ความพึงพอใจกับรายได้ อยู่ในระดับมาก รองลงมา ในความสามารถดูแลตนเองได้ โดยไม่ต้องกู้ยืมเงิน ที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน การบริหารจัดการทางการเงิน ที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ที่สูงขึ้น การกู้เงินเพิ่ม อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การจัดการกองทุนหมู่บ้าน, ปัญหาความยากจน, การดำเนินงาน

Abstract

This research aims to study Village Fund Management Nong Phai district to address poverty. Case Study in Phetchabun Province By studying about. Supervision and internal control over the financial management of the village fund network and the management of outstanding debts. Reviewing the operation of the fund is justified by the government's policy to maximize opportunities for the community. The ability to manage the capital network system Nong Phai district Phetchabun population. A total of 55 participants were selected, including 15 presidents, vice chairmen and village fund members. In Phetchabun.

The results showed that the respondents Most of them are female village fund committee, 64% male, 36% male unpaid debt. Satisfaction with income was at the high level, followed by self-care ability. The mean was negative for the financial management. The level of borrowing increased at the high level.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กองทุนหมู่บ้าน เป็นกองทุนที่เพิ่มโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงแหล่งเงินทุน และได้รับการจัดตั้งขึ้นมาแล้วไม่น้อยกว่า 15 ปี เพื่อทำหน้าที่เป็นสถาบันการเงินของชุมชน โดยรัฐบาลใส่ทุนประเดิมให้กองทุนละ 1 ล้านบาทและดำเนินนโยบายต่อเนื่องกันมาในหลายรัฐบาล โดยมีการเพิ่มทุนเป็นระยะตามผลการดำเนินงาน ปี 2554-2555 มีการเพิ่มกองทุนละ 1 ล้านบาท ถือเป็น การเพิ่มทุนในระยะที่ 3 จำนวน 53,590 กองทุน (ฐานเศรษฐกิจ ,2559) เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชน สร้างงาน สร้างอาชีพและเพิ่มรายได้ในภาคครัวเรือน ช่วยลดปัญหาหนี้ในระบบ (Thai Parliament Budget Office: Thai PBO) แต่เนื่องจากแหล่งเงินทุนของภาครัฐที่จัดสรรให้กองทุนหมู่บ้านเป็นการกระจายเงินทุน หรือวงเงินกู้ ที่ไม่เพียงพอ

การบริหารจัดการระหว่างกรรมการและสมาชิกกองทุนมักไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของกองทุน ประกอบกับไม่มีระบบการจัดการ ขาดการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพในการติดตามเงินกองทุนทำให้เกิดปัญหาหนี้ค้างชำระและเงินขาดบัญชี (Non- Performing Loan: NPL) จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า กองทุนหมู่บ้านฯ ได้รับการเพิ่มทุนหลายครั้งและมีงบประมาณจำนวนมากกระจายสู่หมู่บ้านและชุมชนแต่ปัญหาการบริหารจัดการ พบว่า 5,827 กองทุนแสดงข้อมูลไม่ครบถ้วน และกรรมการไม่รับผิดชอบผลการดำเนินงานทำให้เกิดปัญหาในด้านการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้าน จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการจัดการกองทุนหมู่บ้านเพื่อแก้ปัญหาความยากจน: กรณีศึกษา อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านอย่างมีประสิทธิภาพและมีการบริหารการเงินที่เหมาะสมสืบต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาความยากจนของสมาชิกกองทุนหมู่บ้านอำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาระบบการจัดการเงินกองทุนหมู่บ้าน อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์

นิยามศัพท์

1. การจัดการกองทุนหมู่บ้าน (Village Fund Management) หมายถึง ระบบการบริหารจัดการในการพัฒนากองทุนนำไปสู่ความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน มีการประเมินผลโครงการด้วยการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามหลักธรรมาภิบาล และสนับสนุนการปลูกจิตสำนึก ทำให้เกิดความรับผิดชอบในภาระหน้าที่สร้างขีดความสามารถในการบริหารจัดการตามภูมิปัญญาและความสามารถในระดับท้องถิ่น ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารเงินกองทุนที่มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2. ปัญหาความยากจน (Poverty problem) หมายถึง การด้อยโอกาสในหมู่บ้านและชุมชน ขาดความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจ ไม่สามารถพึ่งตนเองได้

3. การดำเนินงาน (Operations) หมายถึง ความสามารถหรือผลสำเร็จที่ได้รับจากการบริหารจัดการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ มีการกำกับ ตรวจสอบและติดตาม ตรงตามวัตถุประสงค์ของเงินกองทุน

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 55 คน โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง 15 คน ประกอบด้วยสมาชิกกองทุน และ คณะกรรมการหมู่บ้านผู้ทำหน้าที่ในการบริหารเงินกองทุนหมู่บ้าน อำเภอหนองไผ่ จังหวัด เพชรบูรณ์

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ สมาชิกเงินกองทุนหมู่บ้านรายชื่อที่ปรากฏในปี2561

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล ระยะเวลา 1 ปี (เริ่มตั้งแต่ เดือน มกราคม ถึง เดือน ธันวาคม 2561)

4. ขอบเขตด้านตัวแปร ที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ปีที่ศึกษา และปัจจัยด้านสภาพหนี้ค้างชำระ ลักษณะการกู้ยืมของสมาชิก ผลการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้าน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดีของคณะกรรมการบริหารจะมีส่วนช่วยในการลดภาระหนี้สินของสมาชิกกองทุนหมู่บ้านอำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. การบริหารจัดการเงินกองทุนที่ได้รับจากภาครัฐจะมีประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากเงินกองทุน และแก้ปัญหาความยากจนได้อย่างแท้จริง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการกองทุนหมู่บ้าน

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดในการวัดประสิทธิภาพ โดยใช้ทฤษฎีระบบ (The Systems Theory) ในการระบุตัวชี้วัดและกำหนดตัวแปร เพื่อการรวบรวมข้อมูลในรูปแบบ CIPP Model โดยสตีฟเฟิล ได้อธิบายว่า การวัดผลที่เป็นระบบ สามารถนำมาใช้อธิบายตัวบ่งชี้สำหรับตัวแปรที่ทำการศึกษา ดังนี้

การประเมินสถานะแวดล้อม (Context Evaluation) ความต้องการเงินกองทุนของสมาชิกกองทุนหมู่บ้านและการบริหารจัดการเงินกองทุนที่สอดคล้องกับนโยบายการบริหารจัดการเงินในแต่ละโครงการ

การประเมินผลปัจจัยเบื้องต้น (Input Evaluation) คุณสมบัติของคณะกรรมการบริหาร รองประธานและเลขานุการ ในการจัดสรรเงินงบประมาณตามแผนงาน และ โครงการ

การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) สภาพการดำเนินงานและ ความรู้ความเข้าใจในการบริหารการเงิน การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการเงินงบประมาณจากภาครัฐ

การประเมินผลผลิตที่เกิดขึ้น (Product Evaluation) การดำเนินงานที่คุ้มค่ามีคุณภาพในการบริหารจัดการเงินกองทุนหมู่บ้าน สร้างความพึงพอใจให้กับคณะกรรมการบริหารและสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน

ขอบเขตการประเมิน	ประเด็นการประเมิน
การประเมินสภาพแวดล้อม (Context Evaluation)	<ol style="list-style-type: none"> 1. วัตถุประสงค์ของเงินกองทุนตามนโยบายภาครัฐ 2. นโยบายการใช้จ่ายเงินกองทุนหมู่บ้าน 3. ความต้องการเงินกองทุนของหน่วยงาน/สังคม 4. ตัวชี้วัดในการบริหารจัดการเงินกองทุน
การประเมินผลปัจจัยเบื้องต้น (Input Evaluation)	<ol style="list-style-type: none"> 1. คน/บุคลากร/คณะกรรมการหมู่บ้าน 2. เงินงบประมาณ 3. ค่าใช้จ่ายจัดสรรกองทุนหมู่บ้าน
การประเมินผลกระบวนการ (Process Evaluation) ด้านผลกระทบ (Impact Evaluation)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในและภายนอก

	<ol style="list-style-type: none"> 2. ระดับความรู้ความเข้าใจ/ สภาพการดำเนินงาน ตามโครงการที่เกิดกับผู้เกี่ยวข้องเพิ่มเติม 3. คุณภาพของการบริหารโครงการ
การประเมินผลผลิตที่เกิดขึ้น (Product Evaluation) ด้านประสิทธิผล (Effective Evaluation)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประสิทธิภาพด้านการจัดการ 2. ประสิทธิภาพด้านการสร้างความสัมพันธ์ 3. ประสิทธิภาพด้านการดำเนินงานที่คุ้มค่า 4. ความพึงพอใจในการดำเนินงาน

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

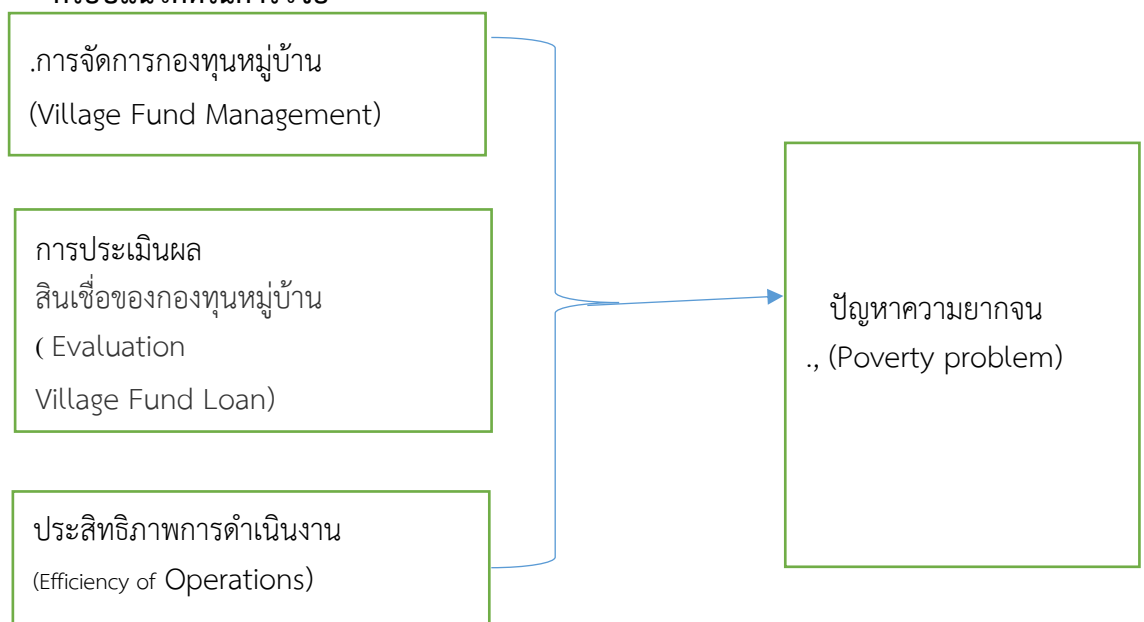
การตรวจสอบผลการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านที่ได้รับการเพิ่มทุนและงบประมาณจำนวนมากนำมากระจายสู่หมู่บ้านและชุมชน ขณะที่ภาระหนี้สินของกองทุนหมู่บ้านยังคงค้างชำระ ดังนั้นเพื่อให้ทราบถึงสถานะที่แท้จริงของเงินกองทุนหมู่บ้านฯ และหนี้ค้างชำระ ตลอดจนผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของกองทุนว่ามีกองทุนหมู่บ้าน ที่มีผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและดำเนินกิจการที่เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

Geist (1981: 304) ได้อธิบายว่า ประสิทธิภาพในการตรวจสอบเป็นการทวนคุณภาพของงาน

Butt and Palmer (1985: 10) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพว่า เป็นการสร้างความมั่นใจในประโยชน์สูงสุดสำหรับทรัพยากรที่ทุ่มเทในแต่ละกิจกรรม

Tawanda Zinyama (2012) ได้อธิบายว่า ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานด้านบัญชีจะเกี่ยวข้องกับการดำเนินการในการตรวจสอบบัญชีและมีความสัมพันธ์กับความเป็นอิสระทางการเงิน ของผู้ตรวจสอบและรายงานทางการเงินที่แสดงสถานะในปัจจุบัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ คณะกรรมการบริหาร สมาชิกกองทุนหมู่บ้านอำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 55 คน โดยคัดเลือกตัวอย่าง 15 คนจากประชากรทั้งหมด มาทำการศึกษาวิจัยโดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งรายบุคคล และ รายกลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างตรงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการเงินกองทุนหมู่บ้าน สภาพหนี้ที่ทำให้เกิดปัญหา และ กระบวนการสร้างประสิทธิภาพในระยะยาว

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล และ ใช้วิธีการทางสถิติในตรวจสอบข้อมูลที่เก็บรวบรวม โดยการศึกษาสถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ร้อยละค่าเฉลี่ย (mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ของการสังเกตการณ์ในแต่ละมิติ และ แนวคิดรวมของข้อมูล ระดับการวัดและความสัมพันธ์ของตัวแปร เครื่องยืนยันความสัมพันธ์กัน หรือ ระดับที่สองตัวแปรสอดคล้องกันตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ปีที่ทำการศึกษา ซึ่งเป็นแบบตรวจสอบรายการ โดยมีตัวเลือกคำตอบให้เลือกเพียงคำตอบเดียว โดยเพศและระดับตำแหน่งเป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ส่วนอายุ การศึกษา เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinary Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจกับรายได้ และ ความสามารถดูแลตนเองได้ โดยไม่ต้องกู้ยืมเงิน ตลอดจนแนวทางการบริหารจัดการทางการเงินของสมาชิกที่เกี่ยวข้องกับการกู้เงินเพื่อสร้างรายได้ ของสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน และการกู้เงินเพิ่มในลักษณะฉุกเฉิน

ผลการวิจัย

ผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน เลือกจากประชากรทั้งหมด 55 คน สรุปผลได้ ดังนี้

แสดงการวิเคราะห์จำนวนร้อยละของการศึกษา ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ การจำแนกกลุ่ม ระดับความคิดเห็น ดังนี้

ตาราง1 แสดง (ข้อมูลทั่วไป)

แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	5	36
หญิง	10	64
รวม	15	100

ตาราง2

แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามกลุ่มประชากร

	จำนวน	ร้อยละ
ประธานกรรมการ	3	18
สมาชิกกองทุนหมู่บ้าน	12	82
รวม	15	100

ตาราง 3

แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ปัจจัยสภาพแวดล้อมครอบครัวต่อหนี้สิน	X	S.D.	อันดับ	การแปลความหมาย
1.ความพึงพอใจกับรายได้ของตนเอง	4.15	0.67	1	มาก
2.มีความสามารถดูแลตนเองได้ ไม่ต้องกู้ยืม	3.99	0.72	2	มาก
3.มีความพึงพอใจต่อความเป็นสมาชิก	3.89	0.76	3	มาก
4.มีการวางแผนทางการเงินที่ดี	3.69	0.71	5	มาก
5.มีความมั่นใจในภูมิปัญญาตนเอง	3.83	0.68	4	มาก
6.มีทัศนคติที่ดีต่อเงินกองทุนหมู่บ้าน	3.69	0.75	5	มาก
7.มีความสามารถในการบริหารจัดการ	3.44	0.78	6	ปานกลาง
รวม	3.81	0.48		มาก

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน	X	S.D.	อันดับ	การแปลความหมาย
1.มีการอบรมความรู้ให้สมาชิก	3.84	0.62	2	มาก
2.ระยะเวลาดำเนินงานของกองทุน	3.76	0.63	4	มาก
3.อำนวยความสะดวกที่เพียงพอ	3.52	0.75	5	มาก
4.มีช่องทางหาประโยชน์จากเงินกองทุน	2.98	0.96	6	ปานกลาง
5.ระบบงานที่โปร่งใส	3.79	0.80	3	มาก
6.การติดตามการใช้เงินกองทุนตรงตามนโยบาย	4.03	0.85	1	มาก
7.การกำกับดูแลกิจการกองทุนที่ดี	2.36	0.94	7	น้อย
รวม	3.47	0.49		ปานกลาง

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าการจัดการกองทุนหมู่บ้านเพื่อแก้ปัญหาความยากจน: กรณีศึกษาอำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ การศึกษา ดังนี้

กองทุนหมู่บ้านใช้หลักการกระจายอำนาจ สมาชิกเป็นผู้คัดเลือกคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน ในด้านการบริหารจัดการสมาชิกกู้เงินไปสร้างอาชีพ สภาพแวดล้อมทางครอบครัวทำให้สมาชิกกองทุนหมู่บ้านมีหนี้สินจำนวนมาก เครือข่ายกองทุนหมู่บ้านมีการอบรมให้ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลด้วยความโปร่งใส การกำหนดสอบทานงานการบริหารเงินกองทุนจำนวน 13 ตำบล รวม 142 หมู่บ้าน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประกันความเสี่ยงและภาระหนี้สินของสมาชิกกองทุน ระเบียบแนวทางปฏิบัติของกองทุนหมู่บ้านที่กำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในแต่ละกองทุนหมู่บ้านให้อยู่ในอัตราที่ใกล้เคียงกัน เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าสมาชิกไม่มีความพึงพอใจต่อรายได้ของตนเอง แต่คณะกรรมการบริหารกองทุนมีความพึงพอใจต่อรายได้ที่ได้รับจากอัตราดอกเบี้ย ที่ปล่อยเงินกู้ให้กับสมาชิก งานวิจัยพบว่า ไม่มีการทบทวนนโยบายบริหารจัดการทางการเงิน และ ไม่มีการวัดคุณสมบัติด้านการศึกษาของคณะกรรมการบริหารเงินกองทุนหมู่บ้าน อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ปัญหาที่เกิดขึ้นกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางครอบครัวทำให้เกิดภาระหนี้สินจำนวนมาก หลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ ภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่ไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ปัญหารายได้ที่น้อยกว่าค่าใช้จ่าย การส่งเสริมพัฒนาการสร้างอาชีพไม่มีความต่อเนื่อง การแก้ปัญหาความยากจน ควรเพิ่มการสร้างทักษะการฝึกอบรมทักษะในการพัฒนากิจกรรมให้กับสมาชิกในการทำการค้าเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

การวิจัยในอนาคต

ควรมุ่งเน้นการศึกษา ผลกระทบของนโยบายการให้สินเชื่อแก่สมาชิกกองทุนหมู่บ้านในการสร้างรายได้ระยะสั้นที่ส่งผลกระทบต่อภาระหนี้สินในระยะยาว การสร้างตัวชี้วัด แนวปฏิบัติในการบริหารจัดการเงินกองทุนหมู่บ้านที่สามารถวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานของแต่ละหมู่บ้านได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Aghion, P., & Armendariz de Aghion, B. (2004). "New growth approach to poverty alleviation". In A. V. Banerjee, R. Benabou, & D. Mookherjee (Eds.), *Understanding poverty* (pp. 73–84). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Bruton, G. D., Khavul, S., & Chavez, H. (in press). *Micro lending in emerging economies: Building a new line of inquiry from the ground up*. *Journal of International Business Studies*
- Kaboski and Townsend (2012). *The Impact of Credit on Village Economies*, *American Economic Journal: Applied Economics* 2012, 4(2): 98–133 <http://dx.doi.org/10.1257/app.4.2.98>
- National Housing Strategy (1991). *Australian Housing: the Demographic, Economic and Social Environment*, Issues Paper No. 1, AGPS, Canberra
- Gurran N (2003). *Housing locally: positioning Australian local government housing for a new century*, *Urban Policy and Research*, 21(4), 393-412

**การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เสื่อกกบ้านศรีโยธิน
ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร**
**COST AND RETURN ANALYSIS OF THE REED MAT PRODUCT OF SRI YOTIN
VILLAGE, NONG PING SUB-DISTRICT, MUANG DISTRICT,
KAMPHAENGPHEH PROVINCE**

ปริญญา โยชนะ*
สุกัญญา นิมาลี*
อริษา พิภทองอยู่*
อนันธิตรา ดอนบันเทา**

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เสื่อกกบ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชรการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของกลุ่มทอเสื่อกก เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการทอเสื่อกก และเพื่อศึกษาผลตอบแทนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื่อกก ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร มีกลุ่มตัวอย่าง 21 คน วิธีการดำเนินงานวิจัยมี 4 ขั้นตอน ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มแม่บ้านศรีโยธิน

จากผลการศึกษา ปัญหาของกลุ่มทอเสื่อกก พบว่า กลุ่มแม่บ้านศรีโยธินนำภูมิปัญญาชาวบ้าน การทอเสื่อกก มาสร้างอาชีพเสริมหารายได้ให้กับครอบครัว แต่ต้นกกไม่เพียงพอต่อการทอเสื่อกก เนื่องจากพื้นที่เป็นดินดินลูกรัง จึงทำให้ไม่สามารถปลูกต้นกกเองได้ ชาวบ้านจึงจำเป็นต้องสั่งซื้อต้นกกจากชุมชนอื่นมาทอเสื่อ และยังหาตลาดส่งไม่ได้ ส่งผลให้ขายได้เฉพาะบริเวณใกล้เคียงเท่านั้น จากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 21 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 52.38 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 61.90 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เสื่อกกต่อปี รายได้มากกว่า 6,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.62 เงินลงทุนที่ใช้ในการซื้อวัตถุดิบ เงินลงทุนส่วนตัว 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.14 มีประสบการณ์การทอเสื่อกก 10, 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.09 มีการใช้ระยะเวลาในการทอเสื่อกก 1 ผืน ใช้เวลาทอ 3-4 วัน คิดเป็นร้อยละ 71.43 จำนวนเสื่อที่ทอได้ต่อปี 25 ผืน คิดเป็นร้อยละ 42.86 และจากการวิเคราะห์สรุปผลการตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายเสื่อกกต่อปี พบว่า ผลการคำนวณรายได้เฉลี่ย เท่ากับ 5,950 บาท กำไรเฉลี่ยเท่ากับ 2,533 บาท อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน เท่ากับ 64.04% อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เท่ากับ 95.28% และผลการคำนวณจุดคุ้มทุน จำนวน 10 หน่วยต่อปี ทางทีมผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าควรมีการจดทะเบียนให้เป็นรัฐวิสาหกิจเพื่อจะได้ขอเงินลงทุนและสวัสดิการต่างๆ ได้มากขึ้น เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มมีรายได้ที่มั่นคงขึ้น และควรขยายฐานการผลิตให้ใหญ่ขึ้น เนื่องจากจะช่วยให้ลูกค้ารู้จักแหล่งขาย

คำสำคัญ : ต้นทุนการผลิต, ผลตอบแทน, การทอเสื่อกก, วิเคราะห์, ต้นกก

* บริหารธุรกิจบัณฑิต (บช.บ.) การเงินและการธนาคาร มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

** ปริญญาโท (บช.ม.) สาขาการเงิน มหาวิทยาลัยภาคกลาง/คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Abstract

This research studies about "Cost and Return Analysis of the Reed Mat Product of Sri Yotin Village, Nong Ping Sub-district, Muang District, Kamphaengphet Province". We have objectives to study the problems of Reed Mat sale, analysis of cost and expense of Reed Mat weaving, and profit from Reed Mat sales of Nong Ping Sub-district, Muang Kamphaeng Phet District, Kamphaeng Phet Province. There are 21 samples. Working process, there are 4 steps that are mentioned to our research objectives. We collect the data by interviewing Sri Yothin housewife group members, and analyze the data by analyzing the earnings statement, production cost, financial position statement, and production cost budget that are divided on behavior.

From the study result, The problem of the Reed Mat (Suea Kok) found Sri Yothin housewife group brought weaving reed mats to increase revenue for their families but they don't have enough reed to weave the reeds mats. It is because of the areas are laterite that cannot grow the reeds. Villagers need to buy the reeds from another communities to weave the mats and cannot find the markets to sale that effect to the reed mats can sell only in nearby place. we found that almost respondents from the samples 21 people are over 60 years old that are divided into 52.38%. that are divided into 61.90%, are general work as employees. That are divided into 47.62%, the income from selling the Reed Mat product is more 6,001 Baht per year. That are divided into 57.14%, they use 3,000 Baht of their private money to buy raw materials. That are divided into 38.09%, have the experience in Reed Mat weaving around 10-20 years. That are divided into 71.43%, spend time to weave a Reed Mat about 3-4 days. That are divided into 42.86%, weave the 25 Reed Mats per year. From analyzing the profits from production and distribution per year, we found that result of calculating the average income is 5,950 Baht. Average profit is 2,533 Baht. The profit rate from investment is divided into 64.04%. The profit from property is divided into 95.28%. Calculate the Break-even Point of 10 Units Per Year. Researchers think that should have register to be State Enterprises for begging more investment and welfares. This way can help the members to have stable income and increate a bigger production because it can help consumers know about a shop

Keywords : Production cost, Profit, Reed Mat weaving, Analyze and Papyrus

บทนำ

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีการเตรียมที่จะยกระดับมาตรฐานสินค้าจากภูมิปัญญาไทยให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น ที่สะท้อนเอกลักษณ์ประจำถิ่นจนเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่สร้างเสน่ห์และมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า สร้างโอกาสให้เข้าถึงช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศตลอดจนเร่งพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดโอท็อปไทย ให้มีมาตรฐานในระดับสากลและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน คนว่างงาน และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนชาวชนบทให้ดีขึ้น เช่น การทอเสื่อกก ที่มีรูปแบบและ

ลวดลายเหมือนกันในหลายหมู่บ้านของจังหวัดกำแพงเพชร ส่งผลให้ช่องทางในการจัดจำหน่ายนั้นไม่หลากหลาย และมีอย่างจำกัด และในบางพื้นที่ไม่สามารถปลูกต้นกกได้ ส่งผลให้ต้องมีการซื้อต้นกกมาเพื่อทอ

เสื่อกก เป็นภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นเพื่อการใช้สอยในครัวเรือน ที่นำเอาต้นกกมา แปรสภาพให้เป็นเส้น และทำการย้อมสี แล้วนำมาสานทอให้เป็นผืน เพื่อนำมาใช้ปูรองนั่งหรือนอน ตลอดจนทำพิธีกรรมทางศาสนา บ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลัก คือ การทำไร่ ทำนา ค่าขาย และอาชีพเสริมคือ การทอเสื่อกก ทำติดต่อกันมาประมาณ 10 ปีกว่า และได้มีการจัดตั้งกลุ่มอย่างเป็นทางการก็จะลักษณะ ได้มีหน่วยงานทางเทศบาล ตำบลหนองปลิง เข้ามาให้ความสนับสนุน ได้รับผลตอบรับดีในระดับหนึ่งแต่สินค้ายังไม่มีความหลากหลาย การบริหารจัดการของกลุ่มยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และสภาพพื้นที่ของหมู่บ้านเป็นดินลูกรัง จึงทำให้ไม่สามารถปลูกต้นกกเองได้ ชาวบ้านจึงจำเป็นต้องสั่งซื้อต้นกกมาทอเสื่อ การทอเสื่อกกของบ้านศรีโยธิน จะเป็นงานหัตถกรรมประเภทเครื่องจักสาน เครื่องจักสานโดยทั่วไปจะหมายถึงสิ่งที่ผลิตด้วยมือ โดยวิธีจักสาน ถัก และทอ เป็นหลัก เครื่องจักสานที่ทำขึ้นในถิ่นต่างๆ มีความจำเป็น

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เสื่อกก โดยใช้องค์ความรู้พื้นฐานจากภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นการเพิ่มศักยภาพสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกระดับผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เสื่อกก เพื่อเป็นการสร้างเสริมรายได้และการส่งเสริมสนับสนุนให้กับ ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนและเข้มแข็ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของกลุ่มทอเสื่อกกบ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการทอเสื่อกกบ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อศึกษาผลตอบแทนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื่อกกบ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เสื่อกกกลุ่มแม่บ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

1. ขอบเขตเนื้อหา
 - 1.1 ศึกษาประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง ปัญหาของกลุ่มการทอเสื่อกกและลักษณะพื้นฐานบางประการของกลุ่มสมาชิกกลุ่มแม่บ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
 - 1.2 การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เสื่อกก
2. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ศึกษากลุ่มประชากรตัวอย่างบ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 21 คน

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านผู้ทอผลิตภัณฑ์เสื่อกก ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จำนวนกลุ่มแม่บ้านผู้ทอผลิตภัณฑ์เสื่อกกทั้งหมด 21 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเพื่อทราบต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เสื่อกก บ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

1. ลงพื้นที่สำรวจบ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและนำมาเป็นหัวข้อศึกษาวิจัยทางการเงิน
2. สร้างโครงร่างรายงานวิจัยทางการเงินและการธนาคาร เพื่อศึกษาที่มาและความสำคัญ กำหนดวัตถุประสงค์ และกำหนดตัวแปรต้น ตัวแปรตาม เพื่อเสนอเรื่องต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยทางการเงินและการธนาคาร
3. ร่างโครงร่างแบบสัมภาษณ์ ให้มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์และตัวแปรต้น ตัวแปรตามที่ตั้งไว้
4. นำแบบสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้อง
5. ปรับปรุงเครื่องมือวิจัยตามที่อาจารย์แนะนำ เพื่อนำไปใช้จริงในการลงสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านผู้ทอผลิตภัณฑ์เสื่อกก บ้านศรีโยธิน
6. เมื่อทำการลงพื้นที่สัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มทอผลิตภัณฑ์เสื่อกกเสร็จแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ข้อมูล
7. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการ เก็บข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาประมวลผลข้อมูลโดยใช้

1. ใช้โปรแกรม SPSS เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

2.1 ต้นทุนการผลิต (Production Cost)

$$\text{ต้นทุนการผลิต} = \frac{(\text{ต้นทุนวัตถุดิบ} + \text{ค่าแรงงาน} + \text{ค่าใช้จ่ายในการผลิต})}{\text{จำนวนสินค้าที่ผลิตในงวดนั้น}}$$

2.2 คำนวณต้นทุนรวมได้ดังนี้

TC	=	FC + VC
โดยกำหนดให้ TC	=	ต้นทุนรวม
FC	=	ต้นทุนคงที่
VC	=	ต้นทุนผันแปร

2.3 คำนวณหาต้นทุนต่อหน่วย ได้ดังนี้

$$\text{ต้นทุนต่อหน่วย} = \frac{\text{TC}}{\text{จำนวนขาย}}$$

2.4 รายได้ (Other Incomes)

$$\text{TR} = P \times Q$$

โดยกำหนดให้ TR	=	รายได้รวม
----------------	---	-----------

$$P = \text{ราคาสินค้า}$$

$$Q = \text{ปริมาณผลผลิต}$$

2.5 กำไร (Profit) หากกำไรทั้งหมดของหน่วยผลิตได้จากสมการเชิงนิยามดังนี้

$$\Pi = TR - TC$$

โดยกำหนดให้

$$\Pi = \text{กำไร หรือ ผลตอบแทน}$$

$$TR = \text{รายได้รวม}$$

$$TC = \text{ต้นทุนการผลิต}$$

2.6 อัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน (Return On Investment - ROI)

$$\text{อัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน} = \frac{(\text{รายรับ} - \text{ต้นทุน})}{\text{ต้นทุน}} \times 100 \quad \text{หน่วย \%}$$

2.7 ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return On Equity - ROE)

$$\text{ความสามารถในการทำกำไร} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}} \times 100 \quad \text{หน่วย \%}$$

2.8 คำนวณจุดคุ้มทุน (Break-Even Point)

$$\text{จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{(\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย})}$$

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สภาพปัญหาของกลุ่มทอเสื้ออกบ้านศรีโยธิน พบว่ากลุ่มแม่บ้านศรีโยธินนำภูมิปัญญาชาวบ้าน การทอเสื้ออก มาสร้างอาชีพเสริมหารายได้ให้กับครอบครัว แต่ต้นกกไม่เพียงพอต่อการทอเสื้ออก เนื่องจากพื้นที่เป็นดินลูกรัง จึงทำให้ไม่สามารถปลูกต้นกกเองได้ ชาวบ้านจึงจำเป็นต้องสั่งซื้อต้นกกจากชุมชนอื่นมาทอเสื้ออก และยังหาตลาดส่งไม่ได้ ส่งผลให้ขายได้เฉพาะบริเวณใกล้เคียงเท่านั้น

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
30-39 ปี	1	4.76
40-49 ปี	3	14.29
50-59 ปี	6	28.57
60 ปีขึ้นไป	11	52.38
รวม	21	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 21 คน พบว่า มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11คน คิดเป็นร้อยละ 52.38 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ว่างงาน	0	0
รับจ้างทั่วไป	13	61.90
แม่บ้าน	7	33.34
เกษตรกร	1	4.76
ค้าขาย	0	0
ธุรกิจส่วนตัว	0	0
รวม	21	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 21 คน พบว่า อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 61.90 รองลงมา คืออาชีพแม่บ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 33.34 และ อาชีพเกษตรกร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เสื่อกกต่อปี

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000 บาท	0	0
3,001-4,000 บาท	0	0
4,001-5,000 บาท	8	38.10
5,001-6,000 บาท	3	14.28
มากกว่า 6,001 บาท	10	47.62
รวม	21	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 21 คน พบว่า รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เสื่อกกต่อปี รายได้มากกว่า 6,001 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 47.62 รองลงมาคือ รายได้ 4,001-5,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 และ รายได้ 5,001-6,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 14.28

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามเงินลงทุนที่ใช้ในการซื้อวัตถุดิบ

เงินลงทุน	จำนวน	ร้อยละ
2,000 บาท	1	4.76
2,500 บาท	5	23.81
3,000 บาท	12	57.14
3,500 บาท	2	9.53
4,000 บาท	1	4.76
รวม	21	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 21 คน พบว่า เงินลงทุนที่ใช้ในการซื้อวัตถุดิบ เงินลงทุนส่วนตัว 3,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมา เงินลงทุนส่วนตัว 2,500 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 23.81 และเงินลงทุนส่วนตัว 3,500 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 9.53

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามประสบการณ์การทอเสื่อกก

ประสบการณ์การทอเสื่อกก	จำนวน	ร้อยละ
5 ปี	2	9.53
10 ปี	8	38.09
15 ปี	3	14.29
20 ปี	8	38.09
รวม	21	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 21 คน พบว่า มีประสบการณ์การทอเสื่อกก 10, 20 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 38.09 รองลงมาคือ 15 ปี จำนวน 3 คน และ 5 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29, 9.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามระยะเวลาทอเสื่อกก 1 ผืนต่อวัน

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 วัน	1	4.76
3-4 วัน	15	71.43
5-6 วัน	3	14.29
7 วันขึ้นไป	2	9.52
รวม	21	100

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 21 คน พบว่า มีการใช้ระยะเวลาในการทอเสื่อกก 1 ผืน ใช้เวลาทอ 3-4 วัน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมา 5-6 วัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 และ 7 วันขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามจำนวนที่ทอเสื่อได้ต่อปี

จำนวนเสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
20 ผืน	6	28.57
25 ผืน	9	42.86
30 ผืน	6	28.57
รวม	21	100

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 21 คน พบว่า จำนวนเสื่อที่ทอได้ต่อปี 25 ผืน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ จำนวนเสื่อที่ทอได้ 20, 30 ผืน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57

ผลการศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนในการทอเสื่อกก บ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนในการทอเสื่อกก

จากการศึกษา พบว่า ต้นทุนในการทอเสื่อกก บ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 21 คน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ต้นทุนในการทอเสื้อกท้อปี

รายการ	ต้นทุนคงที่ (FC)	ต้นทุนผันแปร (VC)	ต้นทุนรวมทั้งหมด (TC)
โหมม	866		866
ฟิม	369		369
กรรไกร	32		32
ต้นกก		1,420	1,420
เชือก		405	405
สีย้อม		804	804
ต้นทุนรวม	1,267	2,629	3,896

จากตารางที่ 4.8 ต้นทุนในการทอเสื้อกท้อปี พบว่าต้นทุนจากการผลิตมีต้นทุนคงที่ (FC) ได้แก่ โหมม ฟิม และกรรไกร เท่ากับ 1,267 บาท ต้นทุนผันแปร (VC) ได้แก่ ต้นกก เชือก สีย้อม เท่ากับ 2,629 บาท ต้นทุนรวม (TC) ในการทอเสื้อกท้อปีเท่ากับ 3,896 บาท

ตารางที่ 4.9 ต้นทุนจากการผลิตเสื้อกท้อปี

รายการ	สูตร	ผลลัพธ์
	(ต้นทุนวัตถุดิบ+ค่าแรงงาน+ค่าใช้จ่ายในการผลิต)	
1. ต้นทุนการผลิต (Production Cost)	จำนวนสินค้าที่ผลิตในงวดนั้น $\frac{(2,629+100+3,430)}{25} = \frac{6,159}{25}$	246 บาท/ผืน
2. ต้นทุนรวม (Total Cost)	FC + VC 1,267+2,629	3,896 บาท/ปี
3. ต้นทุนต่อหน่วย (Unit Cost)	TC จำนวนขาย $\frac{3,896}{25}$	156 บาท/หน่วย

*หมายเหตุ 1) ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย = ต้นทุนผันแปร

$$= \frac{\text{ผลิตสินค้าได้}}{\text{ผลิตสินค้าได้}} = \frac{2,629}{25} = 105$$

จากตารางที่ 4.9 ต้นทุนจากการผลิตเสื้อกท้อปี พบว่าต้นทุนการผลิตจากการคำนวณตามสูตร ต้นทุนวัตถุดิบบวกค่าแรงงานบวกค่าใช้จ่ายในการผลิตหารจำนวนสินค้าที่ผลิตในงวดนั้น เท่ากับ 246 บาทต่อผืน ต้นทุนรวมจากการคำนวณตามสูตรต้นทุนคงที่ (FC) บวก ต้นทุนผันแปร (VC) เท่ากับ 3,896 บาทต่อปี ต้นทุนต่อหน่วยจากการคำนวณตามสูตรต้นทุนผันแปร (TC) หาร จำนวนขาย เท่ากับ 156 บาทต่อหน่วย

ผลการศึกษาผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายเสื้อกท้อของกลุ่มทอเสื้อกท้อ บ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ข้อมูลเกี่ยวกับผลตอบแทนจากการทอเสื่อกก

จากการศึกษา พบว่า ผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายเสื่อกกต่อปี ผู้ผลิตเสื่อกกบ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 21 คน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายเสื่อกกต่อปี

ผู้ผลิต	รายได้จากการขาย	รายได้ทั้งหมด
รายที่ 1	6,000	6,000
รายที่ 2	6,000	6,000
รายที่ 3	7,500	7,500
รายที่ 4	19,250	19,250
รายที่ 5	6,000	6,000
รายที่ 6	7,500	7,500
รายที่ 7	5,000	5,000
รายที่ 8	5,000	5,000
รายที่ 9	5,000	5,000
รายที่ 10	5,000	5,000
รายที่ 11	5,000	5,000
รายที่ 12	5,000	5,000
รายที่ 13	6,250	6,250
รายที่ 14	6,250	6,250
รายที่ 15	5,000	5,000
รายที่ 16	6,250	6,250
รายที่ 17	6,250	6,250
รายที่ 18	4,000	4,000
รายที่ 19	6,250	6,250
รายที่ 20	6,250	6,250
รายที่ 21	6,250	6,250
รายได้รวม		135,000
รายได้เฉลี่ย		6,428.57

จากตารางที่ 4.9 รายได้จากการผลิตและจำหน่ายเสื่อกกต่อรอบปี พบว่ารายได้จากการจำหน่ายเสื่อกกเฉลี่ยต่อรายอยู่ที่ 6,428.57 บาท

ผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายเสื่อกกต่อปี โดยใช้สูตรส่วนทางการเงิน ดังนี้

ตารางที่ 4.11 ผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายเสื่อกกต่อปี

รายการ	สูตร	ผลลัพธ์
1. รายได้ (Other Incomes)	$P \times Q$ 238 x 25	5,950 บาท/ปี
2. กำไร (Profit)	$TR - TC$ 6,429 - 3,896	2,533 บาท/ปี
3. อัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)	$\frac{\text{กำไรสุทธิ} \times 100}{\text{เงินลงทุน}}$ 2,791 x 100	64.04 %

	4,358	
	$\frac{\text{กำไรสุทธิ} \times 100}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$	
4. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROE)	$\frac{2,791 \times 100}{2,929}$	95.28 %
	$\frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{(\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย})}$	
5. จุดคุ้มทุน (Break-Even)	$\frac{1,267}{(238-105)} = \frac{1,267}{133}$	10 หน่วย/ปี

จากการวิเคราะห์สามารถสรุปผลการตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายเสื้อกศอกต่อปี พบว่า ผลการคำนวณรายได้ จากการคำนวณ เท่ากับ 5,950 บาท/ปี ผลการคำนวณหากำไรเท่ากับ 2,533 บาท/ปี ผลการคำนวณอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน เท่ากับ 64.04 % แสดงว่าผู้ลงทุนได้นำเงินไปลงทุนและได้บริหารเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการคำนวณอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เท่ากับ 95.28 % และผู้ลงทุนต้องผลิตสินค้าจำนวน 10 หน่วยต่อปี จึงจะคุ้มทุน

ทางทีมผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าควรมีการจดทะเบียนให้เป็นรัฐวิสาหกิจเพื่อจะได้ขอเงินลงทุนและสวัสดิการต่างๆ ได้มากขึ้น เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มมีรายได้ที่มั่นคงขึ้น และควรขยายฐานการผลิตให้ใหญ่ขึ้น เนื่องจากจะทำให้ลูกค้ารู้จักแหล่งขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการทอเสื้อกศอก บ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จากกลุ่มตัวอย่าง 21 ตัวอย่าง พบว่า ต้นทุนในการทอเสื้อกศอกต่อปี โดยมีต้นทุนรวมโดยเฉลี่ยทั้งหมด 3,896 บาท แบ่งเป็นต้นทุนคงที่โดยเฉลี่ย 1,267 บาท ต้นทุนผันแปรโดยเฉลี่ย 2,629 บาท ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการทอเสื้อกศอก ตามสูตรต้นทุนการผลิต เท่ากับ 246 บาทต่อผืน ต้นทุนรวม เท่ากับ 3,896 บาทต่อปี และต้นทุนต่อหน่วย เท่ากับ 156 บาทต่อหน่วย จากการศึกษาของ ดวงจิตร์ กั้วศรี, 2551 พบว่า จำนวนต้นทุนการผลิตวัตถุดิบในการผลิตผ้าไหมแพรวาลายเกาะ ประกอบด้วย ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และต้นทุนรวม

ผลการศึกษาผลตอบแทนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อกศอกที่บ้านศรีโยธิน ตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ผลการศึกษาผลตอบแทนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อกศอกตามสูตรรายได้ โดยเฉลี่ยเท่ากับ 5,950 บาทต่อปี กำไรโดยเฉลี่ย เท่ากับ 2,533 บาทต่อปี ผลการคำนวณอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับ 64.04 % ผลการคำนวณอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROE) เท่ากับ 95.28 % และผลการคำนวณจุดคุ้มทุน ผู้ลงทุนต้องผลิตสินค้าจำนวน 10 หน่วยต่อปี จึงจะคุ้มทุน ซึ่ง จีรพรรณ ขุนทองปาน, 2554 ได้ใช้สูตรวิเคราะห์อัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) และผลการคำนวณอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROE) มาใช้วิเคราะห์การปลูกอ้อยโรงงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ควรมีการจดทะเบียนให้เป็นรัฐวิสาหกิจชุมชนเพื่อจะได้มีการ ขอเงินลงทุนและสวัสดิการต่างๆ ได้มากขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่ม และทำให้สมาชิกในกลุ่มมีรายได้ที่มั่นคงขึ้น
2. ควรขยายฐานการผลิตให้ใหญ่ขึ้น เนื่องจากจะได้ทำให้ลูกค้ารู้จักแหล่งขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อไป

1. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา พัฒนาผลิตภัณฑ์จากเปลือกของกลุ่มทอเสือก บ้านศรีโยธิน ที่เหมาะสมกับต้นทุน
2. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดของเสือก ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2560). สินค้าโอท็อป 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์. [Online]. Available: <http://www.lukhamhan.ac.th/course/blog/5335> [2561, พฤษภาคม 25]
- เข็มเพชร เจริญรัตน์และคณะ. (2557). การเงินธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พิจิชีร็อกซ์.
- จิรวรรณ ขุนทองปาน. (2551). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการเพาะปลูกอ้อยโรงงาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- เฉลิมขวัญ ครุฑบุญยงค์. (2551). วิเคราะห์ เเจาะลึก อัตราส่วนทางการเงิน. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: บริษัท วี พรินท์ จำกัด.
- ฐาปนา ฉิ้นไพศาล. (2551). การเงินธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: หจก. ยงพล เทรดดิ้ง.
- ดวงจิตร์ กวีศรี. (2551). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตผ้าไหมแพรวาลายเกาะบ้านโพธิ์ อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สำนักวิทยบริการ
- ประภากร สุคนธมณี. 2556. การสร้างสรรค์งานทอผ้าไหมร่วมสมัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรรณญา ธุนิมิตรกุล. (2553). การเงินธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์.
- เพ็ญพิมล ลีโนทัย. (2554). การเงินธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ทริบเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- วัชรพล บุญสมบุญรณ์. (2551). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของ กิจการผลิตน้ำมันไบโอดีเซลจากน้ำมันพืชใช้แล้ว. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ลำไย มากเจริญ. (2551). การบัญชีเพื่อการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ทริบเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2555). การบัญชีบริหาร. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.
- R. Garrison และคณะ. (ม.ป.ป.). การบัญชีบริหาร. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล

การทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (COLLABORATIONS IN TOURISM SUPPLY CHAIN)

สุทัศน์ ภูษา¹
มานิตย์ สิงห์ทองชัย²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรมการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในโซ่อุปทานส่วนใหญ่จะได้รับแรงกระตุ้นจากสมาชิกที่อยู่ในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเดียวกัน โดยการให้องค์กรตนเองเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกันเป็นเครือข่าย เพื่อให้เกิดการการทำงานร่วมกัน ประสานงาน กันอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องระหว่างองค์กรคู่ค้าในระดับที่เหมาะสม ซึ่งส่งผลต่อกิจกรรมและการไหลของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายด้วย

คำสำคัญ: การทำงานร่วมกัน, โซ่อุปทานการท่องเที่ยว

Abstract

This article aims to review the supply chain collaboration in tourism. The organizations involved in tourism supply chains will largely be driven by members of the supply chain in the same kind of of tourism. By providing self-organization took part to perform all the steps involved in a network. To achieve interoperability, cooperating are closely and seamlessly between organizations and partners at the appropriated level. As a result, the activity and the flow of tourism. The ability to compete as well as the needs and satisfaction of the target group of the tourists too.

Keyword: Collaboration, Tourism supply chain

1. บทนำ (introduction)

กระแสโลกาภิวัตน์และการค้าเสรีในปัจจุบันทำให้การแข่งขันทางธุรกิจ มิใช่เป็นเพียงการแข่งขันระหว่างองค์กรต่อองค์กรแบบดั้งเดิมเท่านั้น หากแต่เป็นการแข่งขันระหว่างโซ่อุปทานกับโซ่อุปทาน ซึ่งไม่มีเพียงแต่องค์กรธุรกิจของตนเท่านั้นที่จะต้องเข้มแข็ง แต่ต้องรวมไปถึงลูกค้าและซัพพลายเออร์ทั้งหมดในโซ่อุปทานขององค์กรธุรกิจ

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ล้านนา

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

จะต้องเข้มแข็งด้วย จึงจะสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันในระดับสูงสุดให้กับโซ่อุปทานของตนได้ (Cooper, Lambert & Pagh, 1997) ทำให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่างๆ เริ่มนำแนวคิดการทำงานร่วมกัน (collaboration) มาประยุกต์ใช้กับองค์การของตนตลอดจนโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (tourism supply chain) มากยิ่งขึ้น (Christopher, 2005) โดยมีการประสานงานร่วมมือกันของหน่วยงานต่างๆภายในองค์กร และระหว่างองค์กรพันธมิตรภายในโซ่อุปทาน นับตั้งแต่กระบวนการก่อนการท่องเที่ยว (before the trip) ไปจนถึงหลังการท่องเที่ยวสิ้นสุดลง (after the trip) (Piboonrunroj and Disney, 2009) เพื่อสร้างคุณค่าในสินค้าให้เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น ด้วยต้นทุน ค่าใช้จ่ายและเวลาที่ต่ำสุดเท่าที่จะเป็นไปได้ (Chopra and Meindl, 2007)

ดังนั้น การสร้างกระบวนการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานให้มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประสานความร่วมมือกันของเครือข่ายพันธมิตรในทุกๆระดับของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Hilton Supply, 2009) ด้วยการเชื่อมโยงตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบการท่องเที่ยว (tourism supplier raw) ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว (tourism service) ตัวแทนทัวร์และผู้ประกอบการท่องเที่ยว (agent or intermediaries) ผู้ให้บริการขนส่ง หรือผู้กระจายสินค้าการท่องเที่ยวไปจนถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย (Piboonrunroj, P. and Disney, S.M., 2009) ซึ่งถือว่าเป็นสมาชิกในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและเป็นปัจจัยที่สำคัญเพื่อใช้ในการกำหนดโครงสร้างเครือข่ายโซ่อุปทานการท่องเที่ยวให้อย่างมีประสิทธิภาพ (Lampert et al., 1998) แต่ประเด็นอยู่ที่ว่าการสร้างความตระหนักร่วมกันของสมาชิกในโซ่อุปทานให้เกิดการทำงานร่วมกัน (collaboration) ที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีความสัมพันธ์ของคุณลักษณะที่เป็นองค์รวม (holistic) แบบบูรณาการนั้นเป็นอย่างไรและมีอะไรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เพราะความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว นั้นมีความซับซ้อนอยู่ด้วยเหมือนกัน (Page, 2009)

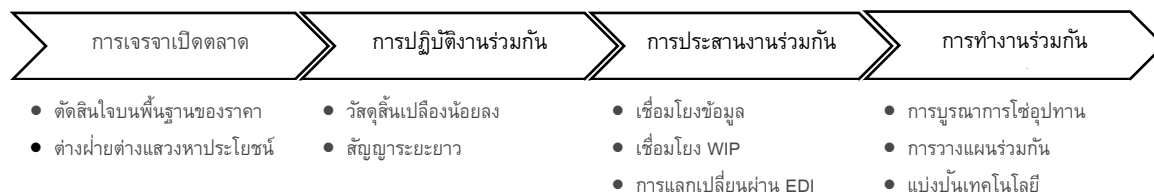
บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกระบวนการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่มีความทันสมัยและสามารถผลักดันให้เกิดระบบที่สามารถตอบสนองต่อความเป็นพลวัตของสภาวะแวดล้อมของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับองค์การต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สามารถนำเอาความรู้และวิธีการปฏิบัติไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจและสังคมต่อไป

2. การทำงานร่วมกัน (collaboration)

การทำงานร่วมกันเป็นหนึ่งในประเด็นที่มีการกล่าวถึงกันมากในการจัดการโซ่อุปทานในยุคปัจจุบัน และบ่อยครั้งที่ใช้ประเด็นนี้ ในการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจภายในโซ่อุปทาน ตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบ หุ้นส่วนธุรกิจ และลูกค้า ผ่านการค้าในหลากหลายรูปแบบในระดับที่แตกต่างกัน แม้ว่าการทำงานร่วมกันจะขึ้นอยู่กับการมีจุดประสงค์ร่วมกันของสมาชิกซึ่งสมาชิกบางรายในโซ่อุปทาน อาจเข้าร่วมเฉพาะในส่วนที่ตนเองสนใจหรือในประโยชน์ที่ตนจะได้รับ แต่ไม่เพียงแค่นั้นประโยชน์ที่ได้รับเท่านั้น ยังสามารถทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ สมาชิกในโซ่อุปทานแต่ละรายต่างก็พยายามแสวงหาผลประโยชน์ในส่วนที่ตนจะได้รับจากการทำงานร่วมกัน เช่น การกำจัดหน้าที่ในส่วนที่ไม่จำเป็น การลดกระบวนการทำธุรกรรม การที่จะบรรลุการมีระดับสินค้าคงคลังในระดับต่ำ การเพิ่มความสามารถในการตอบสนองและอื่นๆ อีกมากมาย (Towill, 1997)

แต่อย่างไรก็ตาม การมีจุดประสงค์ร่วมกันจะทำให้เกิดการสนับสนุนต่อการตอบสนองลูกค้าคนสุดท้าย โดยการที่สมาชิกในโซ่อุปทานเหล่านั้นแบ่งปันทั้งทรัพยากรและความสามารถที่มีร่วมกัน (Childerhouse et al., 2004) เพื่อที่จะสร้างโอกาสในการทำกำไรซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่สามารถทำได้เองตามลำพัง ยกตัวอย่างเช่น ในการทำงานร่วมกันในด้านโลจิสติกส์ซึ่งจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น ความน่าเชื่อถือในการจัดส่ง การบริการลูกค้าหลังการขาย ตอบสนองต่อเป้าหมายของตลาด ความเร็วในการจัดส่ง การบริการลูกค้าก่อนการขาย ซึ่งครอบคลุมในเรื่องของการกระจายสินค้าและทำให้ต้นทุนในการกระจายต่ำลง ในทางกลับกันยังสามารถทำให้สมาชิกแต่ละรายได้รับยอดขายและผลกำไรที่เพิ่มขึ้น (Spekman et al., 1998; Akintoye et al., 2000; Skjotoett-

Larsen et al., 2003; Holweg and Pil, 2008; Cachon and Lariviere, 2005). ซึ่งระดับของปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในโซ่อุปทานมีหลายระดับตามคุณลักษณะที่ประกอบขึ้นบนพื้นฐานจากการแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร การเปิดเผย และข้อสัต์ต่อกัน ความร่วมมือและการวางแผน การแบ่งปันผลกำไรและความเสี่ยงร่วมกันและสุดท้ายคือการมีเป้าหมายหรือกลยุทธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน(Mentzer et al., 2001) ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 ระดับความสัมพันธ์ของการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทาน (Spekman et al., 1998)

ในองค์กรหนึ่งๆ ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าจะมีหลากหลายแตกต่างกันไป มีตั้งแต่ความสัมพันธ์แบบห่างๆ หรือผิวเผิน ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะที่เกิดขึ้นผ่านตลาดราคาเป็นรากฐานที่สำคัญในการตัดสินใจสั่งซื้อ จนกระทั่งความสัมพันธ์ในลักษณะการบูรณาการร่วมกันทั้งระบบ ระดับความสัมพันธ์ของหุ้นส่วนในโซ่อุปทานที่ต้องพัฒนา โดยเริ่มต้นจากความสัมพันธ์ในระดับการปฏิบัติงานร่วมกัน (cooperation) จะเป็นการจัดซื้อจัดหาจากผู้จัดส่งวัตถุดิบน้อยราย โดยจะมีสัญญาซื้อขายในระยะยาว ความสัมพันธ์ระดับนี้จะเป็นลักษณะระหว่างหน่วยงานจัดซื้อของผู้ส่งมอบวัตถุดิบกับผู้ขาย ความสัมพันธ์แบบประสานงานร่วมกัน (coordination) เป็นความสัมพันธ์ที่ต้องใช้ระยะเวลายาวในการทำดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จเนื่องจากต้องมีการเชื่อมโยงระบบสารสนเทศที่สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันระหว่างธุรกิจ และรูปแบบการทำงานร่วมกัน (collaboration) (Spekman et al., 1998) เป็นความสัมพันธ์ในระยะยาวที่มีการวางแผนร่วมกัน ใช้เทคโนโลยีร่วมกัน และสามารถมองเห็นซึ่งกันและกันเหมือนเป็นธุรกิจเดียวกัน และเพื่อให้เห็นภาพของกระบวนการมากยิ่งขึ้น ผู้เขียนขอเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการปฏิบัติงานร่วมกัน การประสานงานร่วมกันและการทำงานร่วมกันไว้ ดังตารางที่ 1

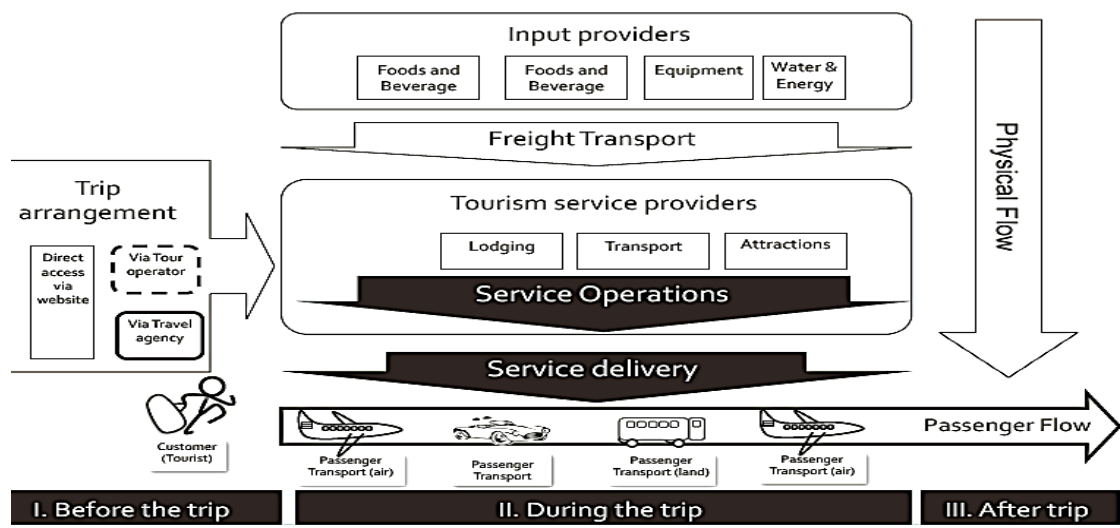
ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความแตกต่างของการปฏิบัติงานร่วมกัน การประสานงานร่วมกันและการทำงานร่วมกัน

ลักษณะ	การปฏิบัติงานร่วมกัน	การประสานงานร่วมกัน	การทำงานร่วมกัน
การมีเป้าหมายร่วมกัน	ไม่ชัดเจน เพราะมีเป้าหมายที่แตกต่างกันอยู่	แบ่งปันเป้าหมายร่วมกัน	แบ่งปันเป้าหมายร่วมกัน
แบ่งปันทรัพยากร	ไม่มี	มี	มี
การมอบความไว้วางใจ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
โครงสร้าง	มีความอิสระเต็มที่	มีความเป็นอิสระในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเดิม	การจัดโครงสร้างใหม่
การยอมรับร่วมกัน	ข้อตกลงที่ชัดเจน	ความเกี่ยวข้องของสัญญา	ความเกี่ยวข้องของสัญญา
ความมั่นใจ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
ตัวอย่าง	การจัดซื้อภายในองค์กรโดยเฉพาะจัดซื้อจากซัพพลายเออร์ที่องค์กรต้องการ	การจัดซื้อตามเวลาจริง โดยมีโครงการจัดซื้อร่วมกัน	การจัดซื้อตามกลุ่มธุรกิจที่เป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ร่วมกัน

3. การทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Collaboration in Tourism Supply Chain)

3.1 โซ่อุปทานการท่องเที่ยว (tourism supply chain)

กระบวนการและกระแสการไหลเวียนของในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยทั่วไปแล้วห่วงโซ่อุปทานจะให้ความสำคัญกับการไหลเวียนของข้อมูล สินค้าและบริการ จากต้นน้ำจนถึงปลายทาง แต่สำคัญห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวนั้น (McKinnon, 2001) นอกจากนี้ยังมีลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในแต่ละขั้นตอนของสินค้าและบริการ ไปจนถึงขั้นตอนการส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยว(Tapper and Font, 2004) ซึ่ง Kaukal et.(2000) ได้จัดองค์ประกอบของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยแบ่งส่วนประกอบออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1. ผู้จัดการจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 2. ผู้ประกอบการทัวร์ 3. ตัวแทนการท่องเที่ยว และ 4. ลูกค้า ดังนั้นกระบวนการและกระแสการไหลเวียนของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงใหญ่ คือ ก่อนเดินทางท่องเที่ยว ช่วงที่กำลังท่องเที่ยว และ ช่วงหลังจากท่องเที่ยวเสร็จแล้ว โซ่อุปทานการท่องเที่ยวก็เริ่มตั้งแต่การวางแผนท่องเที่ยว ซึ่งอาจทำได้โดยการติดต่อ โรงแรม จองตั๋วเครื่องบินเอง หรือติดต่อผ่าน บริษัทนำเที่ยวต่างๆ แต่ไม่ว่าอย่างไร ข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ก็มาจากผู้ให้บริการการท่องเที่ยว (tourism service providers) ผู้ให้บริการหลักๆ ก็ได้แก่ ที่พัก การเดินทาง และสถานที่ท่องเที่ยว ตรงส่วนนี้เปรียบเสมือนว่า โซ่อุปทานการท่องเที่ยวก็ประกอบไปด้วย โซ่อุปทานต่างๆ (X.Zhang et al.,2009) เช่น โซ่อุปทานของโรงแรม ร้านอาหาร สวนสัตว์ หรือ งานพืชมสวนโลก ซึ่งแต่ละโซ่อุปทาน ก็จะมีซัพพลายเออร์ของตัวเองซึ่งก็คือผู้ป้อนวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในการให้บริการการท่องเที่ยวนั่นเอง (Zhang et al., 2009; Tapper and Font ,2004) เช่น โรงแรมก็จะรับวัตถุดิบต่างๆ เช่น เนื้อสัตว์ เครื่องดื่มต่างๆ อุปกรณ์จัดงานเลี้ยง เป็นต้น ในช่วงที่สอง ซึ่งก็คือช่วงระหว่างการเดินทางนั้น นักท่องเที่ยวก็จะได้รับบริการ ณ จุดต่างๆอย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่การเดินทาง การเข้าพัก รับประทานอาหาร ปีนเขา ดำน้ำ นวดแผนไทย ฯลฯ หากเป็นการท่องเที่ยวโดยซื้อแพ็คเกจ (package tour) ก็จะมีการดำเนินของทัวร์ (tour operators) (Font, 2004) คอยจัดการวางแผนดำเนินการให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างราบรื่นช่วงสุดท้ายคือหลังจากเที่ยวเสร็จแล้วตรงจุดนี้ยังไม่ค่อยมีงานศึกษาออกมา กิจกรรมที่น่าจะเป็นไปได้(Schwartz et al., 2008; Font et al., 2008) เช่น บริการอัดภาพ โดยปัจจุบันนี้เป็นการทำสมุดภาพสวยๆ เหมือนกับหนังสือภาพที่ขายตามร้านหนังสือ ซึ่งเป็นธุรกิจที่กำลังมาแรง การเชื่อมโยงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว นั้น ก็คือ การจัดการกิจกรรมต่างๆ ที่ได้กล่าวมานั้นให้เป็นไปอย่างราบรื่นตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวนั่นเอง(ดูรูปที่ 2)



รูปที่ 2 กระบวนการและกระแสการไหลเวียนของกิจกรรมในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว(Piboonrungrroj,P.and Disney,S.M.,2009)

ทั้งนี้ โดยธรรมชาติทั่วไปของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายอย่าง ซึ่งประกอบด้วยห้างร้านบริษัท และองค์กรมากมายที่ดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างหลากหลาย เชื่อมโยงสัมพันธ์กัน โดยมุ่งที่จะ

ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่หลายภาคส่วนของธุรกิจ เช่น การขนส่งทางอากาศ ภัตตาคาร ร้านอาหาร โรงแรม และสถานบันเทิงต่าง ๆ แต่ธุรกิจบางประเภท เช่น เสื้อผ้า อาหาร และการส่งออก ซึ่งต้องทำความเข้าใจในแต่ละส่วนที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงเพื่อให้สอดคล้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเด็นที่สำคัญต่างๆ หลายประการ คือ ประการแรก การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นในเรื่องของความเชื่อมโยงและสอดคล้องกันระหว่างสินค้าและบริการต่างๆ ทั้งการเดินทาง อาหารและที่พัก เพื่อประกอบกันเป็นสินค้าการท่องเที่ยวโดยรวม ประการที่สอง สินค้าหรือบริการท่องเที่ยวมีช่วงเวลาที่เหมาะสมของแต่ละประเภทของการท่องเที่ยว ซึ่งจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งๆ เท่านั้น ในช่วงเวลาดังกล่าวและไม่สามารถขยายหรือเก็บเอาไว้ขายได้ในเวลาอื่นๆ ประการที่สาม การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นในเรื่องข้อมูลเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะข้อมูลนั้นจะต้องมีความทันสมัย เนื่องจากการพัฒนาสถานที่ใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา การตัดสินใจใหม่ หรือสายการบินต้นทุนต่ำมีการเปิดเที่ยวบินไปยังสถานที่ใหม่ๆ อยู่เสมอ ซึ่งปัจจัยนี้จะมีผลต่อการปรับปรุงแพ็คเกจทัวร์ หรือมีการปรับราคาให้เหมาะสมกับสถานการณ์มากยิ่งขึ้น ประการที่สี่ธรรมชาติของสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน เพราะนักท่องเที่ยวมักจะมองการท่องเที่ยวหรือการเดินทางที่ดูดีซึ่งขึ้นอยู่กับองค์ประกอบโดยรวม เช่น ในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะมองหาโรงแรมที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวเป็นสำคัญ และต้องใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าหรือระบบขนส่ง เพื่อความสะดวกในการเดินทาง โดยที่จะต้องใกล้กับแหล่งร้านอาหารอีกด้วย และประการสุดท้าย องค์การการท่องเที่ยวจะต้องเตรียมพร้อมรับกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่มีความไม่แน่นอนและเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วอยู่เสมอ

3.2 การทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Collaboration in Tourism Supply Chain)

การสร้างทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญที่สุดในการพัฒนากระบวนการดำเนินงานของผู้ผลิต (Singh and Power, 2009) อันจะนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดของการบริหารทุกองค์การตลอดทั้งโซ่อุปทาน ทำให้เกิดการประสานงานและความร่วมมือกันระหว่างองค์กรในเชิงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน อีกทั้งมีการวางแผนกลยุทธ์ร่วมกัน (Coyle et al., 2003) ซึ่ง Flynn et al. (2010) ได้สนับสนุนเพิ่มเติมว่าการทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีผลกระทบในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการสร้างการทำงานร่วมกันระหว่างสมาชิกในโซ่อุปทานจึงเป็นบทบาทที่มีความสำคัญต่อการพัฒนากระบวนการดำเนินงานของผู้ผลิตเป็นอย่างมาก (Chow et al., 2008)

ปัจจุบันรูปแบบการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรกลายเป็นการแข่งขัน ความรู้และความเชี่ยวชาญ ข้อมูลข่าวสารกัน กลายเป็นการทำงานร่วมกัน เพื่อให้การบริการสินไหมและตอบสนองความต้องการทางด้านสินค้าและบริการเน้นการบูรณาการในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว สร้างการทำงานที่ไร้รอยต่อและช่องโหว่ของความผิดพลาดก่อให้เกิดเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพการทำงานสูงสุด ซึ่งรูปแบบการทำงานร่วมกันภายในโซ่อุปทานท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 4 รูปแบบ (Colin Coulson and Thomas, 2005) คือ

1. รูปแบบความสัมพันธ์ทั่วไป (traditional relationship) คือ ความสัมพันธ์ของคู่ค้าขายทั่วไป เป็นการซื้อขายรายครั้ง ไม่มีสัญญาระยะยาว เช่น arm's length transaction
2. รูปแบบที่มีการประสานงานกัน (coordination relationship) คือ ความสัมพันธ์ที่คู่ค้ามีการประสานงานกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เช่น Partner
3. รูปแบบที่มีการร่วมมือกันดำเนินงาน (cooperation relationship) คือ ความสัมพันธ์ที่คู่ค้ามีการร่วมมือกันในการวางแผนพัฒนาธุรกิจและประเมินความต้องการของตลาดร่วมกัน เช่น พันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (strategic alliance)
4. รูปแบบที่เป็นทำงานร่วมกันเชิงบูรณาการ (integration collaboration) คือ ความสัมพันธ์ที่แต่ละองค์กรพัฒนาการทำงานไปพร้อมๆ กัน จึงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึก การทำงานร่วมกัน (collaboration) แบ่งแยกเป็น 3 รูปแบบย่อย ได้แก่
 - การทำงานร่วมกันในแนวตั้ง (vertical collaboration) คือ รูปแบบความร่วมมือระหว่างองค์กร หรือบริษัทในโซ่อุปทาน จากผู้จัดหา วัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ผู้ลูกค้าหรือผู้บริโภค

- การทำงานร่วมกันในแนวราบ (horizontal collaboration) คือ รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการในงานเดียวกัน เช่น ผู้ซื้อกับผู้ซื้อ หรือผู้ขายกับผู้ขาย กล่าวได้ว่าเป็นความร่วมมือระหว่างคู่แข่งด้วยตัวเอง

- การบูรณาการแบบผสม (full collaboration) คือความร่วมมือระหว่างทุกๆองค์กร ทั้งความร่วมมือในแนวดิ่งและความร่วมมือในแนวราบ (vertical and horizontal integration) เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งนี้ การบูรณาการการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวดังกล่าว จะเกิดขึ้นได้ต้องมีพื้นฐานมาจากความไว้วางใจ (trust) ซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกในโซ่อุปทาน ซึ่งความไว้วางใจในเหล่านี้อาจใช้เวลาในการพัฒนาและรวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ ด้วย อาทิเช่น ต้นทุนธุรกรรม (transaction cost) ประกอบด้วย ต้นทุนการสื่อสาร, ต้นทุนการเจรจาต่อรองและต้นทุนการควบคุมและบังคับ (Grover and Malhotra, 2003 ;Holweg et al., 2005) ซึ่งเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นในการทำธุรกรรมของทั้งผู้ให้บริการการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้องค์กรขนาดเล็กมี ต้นทุนธุรกรรม ที่สูงกว่าบริษัทขนาดใหญ่ การลดต้นทุนส่วนนี้คือ การเพิ่มขนาดองค์กรหรือเพิ่มสาขา แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีทำให้องค์กรขนาดเล็กมีศักยภาพการเข้าถึงข้อมูลมากขึ้นโดยไม่มีความจำเป็นต้องขยายขนาดองค์กร และสามารถลดต้นทุนทางธุรกรรม (transaction cost) ได้ (Williamson, 2008) โดยจะปรากฏขึ้นเมื่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีการเคลื่อนย้ายในระหว่างขั้นตอนการท่องเที่ยว (during the trip) ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวด้วย

โดยองค์ประกอบที่สำคัญในการที่จะบูรณาการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ก็คือ การแบ่งปันข้อมูลระหว่างสมาชิก (information sharing) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (information technology) กรอบทิศทางเดียวกัน (alignment) ความสามารถในการมองเห็นข้อมูลสถานะต่างๆ ของสมาชิก (visibility) ระดับความสัมพันธ์ (relationship) ความเหมาะสมในองค์กร (organization fit) และบุคลากร (people) รวมถึง สินทรัพย์เฉพาะ (asset specificity) ซึ่งเป็นลักษณะที่แตกต่างไปจากสินทรัพย์ที่เป็นเงินการเป็นหนึ่งเดียวกันของการลงทุนที่มีต่อกลุ่มเฉพาะของคู่ค้าทางด้านผู้ผลิตนั้น การลงทุนเฉพาะเรื่องเหล่านี้ จะทำให้ต้นทุนสูงขึ้นและทำให้มีการเปลี่ยนแปลงไป ยังผู้ขายรายอื่นยากขึ้นด้วย ฉะนั้นจึงนำมาสู่การสร้างความร่วมมือกันระหว่างผู้ให้บริการการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย (Johnston and Clark, 2008; Zhang et al., 2009)

อย่างไรก็ตามองค์ประกอบทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น จะบรรลุความสำเร็จสมาชิกในโซ่อุปทานทุกคนต้องมองความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีต่อกันในโซ่อุปทานนั้นว่าเป็นเป็นความสัมพันธ์ระยะยาว (Holweg and Pil, 2007) โดยต้องเริ่มจากการจัดอุปสรรคและปัญหาต่างๆ ออกไป (Jafari 1974, 2009) ทั้งนี้เพราะการจะพัฒนาองค์ประกอบของการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมิใช่เรื่องง่ายที่จะบรรลุผลในเวลาอันสั้น ซึ่งก็ไม่ใช่ว่าเรื่องที่ยากหากองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะมุ่งมั่นที่จะทำและเปลี่ยนแปลง เพียงแต่ต้องอาศัยทั้งการลงทุนระยะเวลาบุคลากรต่างๆ เพื่อพร้อมรับกับการเปลี่ยนโครงสร้างและวัฒนธรรมให้สอดคล้องพ้องกันก็เท่านั้นเอง

4. บทสรุป

ในสภาวะของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีในโลกปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจต่างๆ เล็งเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องปรับตัวให้พร้อมรับกับสภาวะการณ์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว กลยุทธ์หนึ่งที่ผู้บริหารให้ความสนใจในการทำธุรกิจยุคปัจจุบัน ก็คือ การจัดการโซ่อุปทาน (supply chain management) ซึ่งการบริหารแบบองค์รวม (holistic) โดยเน้นกระบวนการดำเนินธุรกิจทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกันเป็นเครือข่าย (network) ที่เกิดการดำเนินงานร่วมกัน (collaboration) ประสานงาน (coordination) กันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานมีต้นทุนที่ต่ำ และมีประสิทธิภาพ ซึ่งขบวนการเชื่อมโยงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันนี้ไม่ได้ครอบคลุมเฉพาะขั้นตอนต่างๆ ภายในองค์กรเท่านั้น แต่ยังเชื่อมต่อกับองค์กรอื่นๆ ภายนอกด้วยไม่ว่าจะเป็นคู่ค้า ผู้จัดส่งวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายหรือร้านค้า ดังนั้นการบริหารกระบวนการต่างๆ ในโซ่อุปทานต้องอาศัยความร่วมมือและการทำงานร่วมกันอย่างไร้รอยต่อในขั้นตอนต่างๆ ที่เชื่อมโยงเกี่ยวข้องกันทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กร อันจะ

นำไปสู่การปรับปรุงในการจัดสรรทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพในการนำสินค้าและบริการไปตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา (just in time) ทั้งในแง่ของปริมาณ และต้นทุนโดยรวมที่เหมาะสม ซึ่งมีผลต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในที่สุด

นอกจากนี้ สิ่งสำคัญในการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดต้องอาศัยความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (trust) อันจะนำมาซึ่งความเต็มใจและความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนหรือแบ่งปันข้อมูล (information sharing) ในการบริหารระหว่างกันอย่างเต็มที่ และนอกเหนือจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันแล้ว การร่วมแบ่งปันทั้งความเสี่ยงและผลประโยชน์จากการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานเดียวกันเป็นองค์ประกอบสำคัญของความเป็นหุ้นส่วนหรือพันธมิตร รวมถึงการกำหนดมาตรการในการบริหารและปฏิบัติงานร่วมกันของสมาชิก และการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการบริหารงานร่วมกัน (shared commitment) ซึ่งก็คือการตอบสนองต่อผู้บริโภคคนสุดท้าย (end user) นั้นเอง

เอกสารอ้างอิง

- Akintoye, A, McIntosh, G. and Fitzgerald, E. 2000. **A survey of supply chain collaboration and management in the UK construction industry.** *European Journal of Purchasing & Supply Management* 6, pp. 159-168.
- Cachon, G.P. and Lariviere, M.A. 2005. **Supply chain coordination with revenue-sharing contract: strengths and limitations.** *Management Science* 51(1), pp. 30-44.
- Childerhouse, P., Disney, S.M. and Towill, D.R. 2004. **Tailored toolkit to enable seamless supply chains.** *International Journal of Production Research.* 42(17), pp. 3627–3646.
- Chopra, Meindl, P. 2007. **Supply chain management strategy, planning, and operation.** 3rd ed. Pearson International Edition
- Chow, W.S., Madu, C.N., Kuei, C., Lu, M.H., Lin, C., Tseng, H. (2008). **Supply chain management in the US and Taiwan: An empirical study.** *Omega* 36, 665-679.
- Christopher, M. 2005. **Logistics and Supply Chain Management: Creating Value-Adding Network,** 3eds, Harlow: Prentice-Hall.
- Coase, R.H. 1937. **The nature of the firm,** *Economica*, 4(16), pp.386-405.
- Cooper, M. C., Lambert, D. M., & Pagh, J. D. 1997. Supply chain management: more than a new name for logistics. *International Journal of Logistics Management*, 8, 1–13.
- Coyle, J., Bardi, J., Langley, Jr.C. 2003. **The management of business logistics.** 7th ed., Thomson Learning, Canada, pp. 122-126, 207-215.
- Flynn, B.B., Huo, B., Zhao, X., 2010. **The impact of supply chain integration on performance: A contingency and configuration approach.** *Journal of Operations Management* 28, 58–71.
- Hines et al (2000), **Value Stream Management: Strategy and Excellence in the Supply Chain,** New York: Prentice Hall, 2000.
- Holweg, M. and Pil, F.K. 2007. **Theoretical perspective on the coordination of supply chains.** *Journal of Operations Management* 26, pp. 389-406.

- Lee, H.L., So, K.C., Tang, C.S., 2000. **The value of information sharing in a two-level supply chain.** *Management Science* 46 (5), pp. 626–643.
- McLaren, T., Head, M. and Yuan, Y. 2002. **Supply chain collaboration alternatives: understanding the expected costs and benefits.** *Internet Research: Electronic Networking application and Technology* 12(4), pp. 348-364.
- Mentzer, J.T., De Witt, W., Keebleer, J.S., Min, S., Nix, N.W., Smith, C.D. and Zacharia, Z.G. 2001. **Defining supply chain Management.** *Journal of business Logistics* 22(2), pp. 1-25.
- Meredith, J. 1998. **Building operations management theory through case and field research.** *Journal of Operations Management* 16(4), pp. 451-454.
- Page, S.J. 2009. *Tourism Management*. 3rd eds. London: Elsevier.
- Piboonrungrroj, P. and Disney. 2009. Methodological implications of the research design in tourism supply chain collaboration. *Proceeding of 18th EDAMBA Summer Academy*. Sorze, 23-29 July 2009 [Online]. Available at:<http://www.edamba.eu/userfiles/file/Piboonrungrroj%20Pairach.pdf> [Accessed: 8 March 2017].
- Spekman, R.E, Kamauff Jr. and Myhr, N. "An empirical investigation into supply chain management: a perspective on partnership." **Supply Chain Management**. 1998: 53-67.
- Towill, D.R. 1997. **The seamless supply chain - the predator's strategic advantage.** *International Journal of Technology Management* 13 (1), pp. 37-56.
- Williamson, O.E. 2008a. **Outsourcing: transaction cost economics and supply chain management,** *Journal of Supply Chain Management*, 44(2), pp.5-16.
- Williamson, O.E. 2008b. **Transaction cost economics: the precursors.** *IEA Economic Affair* 28(3), pp. 7-14.
- Yang, S., Huang, G.Q., Song, H. and Liang, L. 2009. **Game-theoretic approach to competition dynamics in tourism supply chains.** *Journal of Travel Research* 47(4), pp. 425-439
- Zhang, X., Song, H. and Huang, G.Q. 2009. **Tourism Supply Chain Management: A new research agenda.** *Tourism Management* 30(3), pp.278-287

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดถนนคนเดินนครสวรรค์

THE FACTOR EFFECTING THE PURCHASING BEHAVIOR IN NAKHONSAWAN WALKING STREET

สุปราณี มิ่งรักษา*
อภิัญญา อรุณโณ**
กมลพรรณ อินตา***
ประพัทธ์พงษ์ คงขำ****
รุ่งธิดา ภูสิงห์*****

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าในตลาดถนนคนเดินนครสวรรค์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดถนนคนเดินนครสวรรค์ จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง และใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเรียนหรือนักศึกษา และมีรายได้ อยู่ระหว่าง 9,000-15,000 บาท ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าในตลาดถนนคนเดินนครสวรรค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, ถนนคนเดินนครสวรรค์, ปัจจัยทางการตลาด

Abstract

The purposes of this research for to study marketing factors influencing customer satisfaction and purchasing decision of customers in Nakhonsawan Walking Street. The questionnaires were used to collect data. The samples size was 200 samples. These were selected by the purposive sampling technique and used data analysis of descriptive statistics.

The results showed that most respondents was females, age 21-30 years, single, bachelor degree, students, and income is between 9,000-15,000 baht.

The results showed that marketing factors influencing customer satisfaction and purchasing decision of customers in Nakhon sawan Walking Street are high level including personal, price, product, process, place, promotion, and physical evidence respectively.

Keywords : Satisfaction, Nakhon sawan Walking Street, Marketing factors

บทนำ

“ตลาดถนนคนเดิน” เป็นคำที่คนไทยรู้จักกันดีมาอย่างช้านาน หมายถึงตกลงกันเพื่อทำการอย่างใดอย่างหนึ่งตามแต่จะกำหนดและการกำหนดตกลงกันว่า จะพบปะกันเป็นต้น ตลาดนัดจึงหมายถึงสถานที่ชุมชนเพื่อซื้อขายสินค้าต่าง ๆ ซึ่งมีได้อยู่ประจำจัดให้มีขึ้นเฉพาะวันที่กำหนดเท่านั้น “ถนนคนเดิน” ก็เหมือนกับการตลาดนัดที่การซื้อขายสินค้าต่าง ๆ ที่ไม่ได้ตั้งเป็นประจำมีเฉพาะวันที่กำหนดให้เท่านั้นแต่แตกต่างกันที่ถนนคนเดินจัดตั้งขึ้นอยู่ริมถนนสองฝั่งตลอดทางเดินยาวหลายกิโลเมตรแล้วแต่ละที่และตลาดนัดส่วนใหญ่จะขายของสดหรือผักและอาหารสำเร็จรูปเป็นส่วนใหญ่ แต่กับถนนคนเดินเป็นแหล่งช้อปปิ้งของวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา สินค้าที่ขายเป็น เสื้อผ้าของมือสอง อาหารและขนมทานเล่น เป็นต้น ถนนคนเดินเป็นธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งอีกแบบหนึ่ง และเป็นแหล่งรวมสินค้าทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าแหล่งซื้อสินค้าอื่น ๆ

ตลาดถนนคนเดินจังหวัดนครสวรรค์ จะมีสินค้าที่หลากหลายมากมายที่มีความเหมาะสมกับการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมซื้อสินค้าโดยมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อในตลาดถนนคนเดินจังหวัดนครสวรรค์ ที่มีความหลากหลายแตกต่างกันในทุก ๆ ด้าน จากพฤติกรรม การซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ในยุคของสังคม 4.0 ในปัจจุบัน ที่คนส่วนใหญ่หันไปนิยมการสั่งซื้อทางออนไลน์กันมากขึ้น ทำให้คนมาเดินเลือกซื้อสินค้าในตลาดถนนคนเดิน จับบ้างซื้อสินค้านั้นลดน้อยลง (ชัยฤทธิ์ ทอดรอด และวารภรณ์ สารอินมูล, 2559)

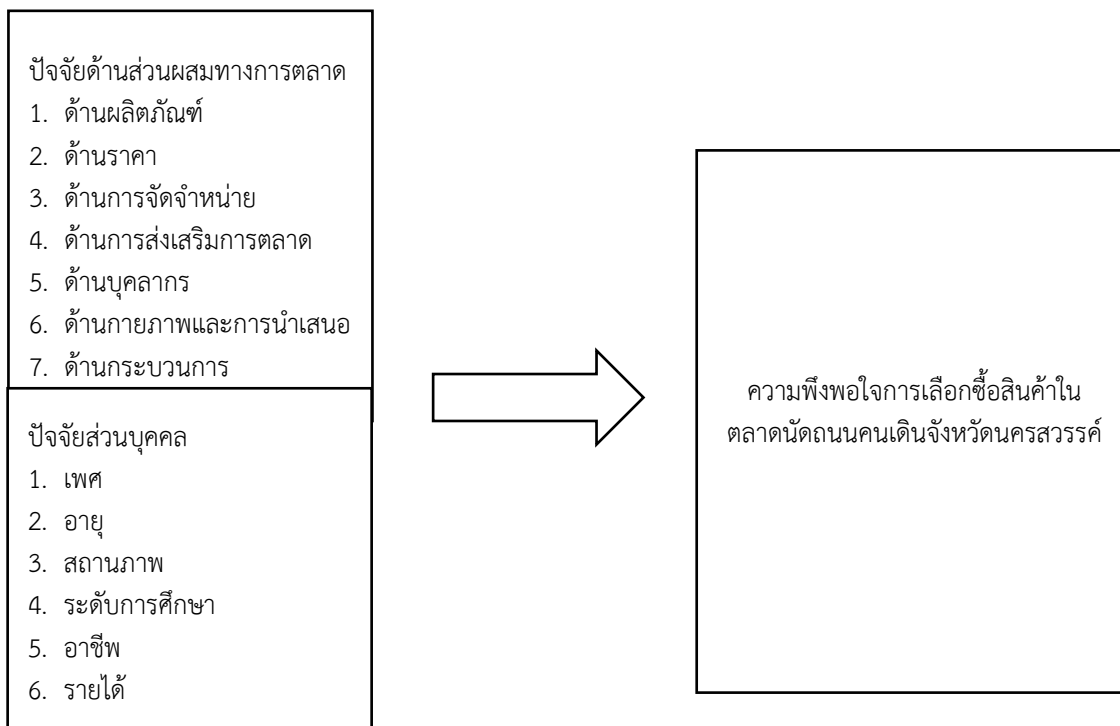
ดังนั้น เราจึงพบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงไปมาก กล่าวคือผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น นิยมเลือกซื้อสินค้าตามความพอใจที่หลากหลายมากขึ้น ต้องการความทันสมัยรวมทั้งรสนิยมในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการและสถานที่ซื้อสินค้า โดยจะมุ่งเน้นสินค้าที่จำหน่ายในสถานที่ที่สะดวกสบายในการเดินทางและตอบสนองความต้องการได้อย่างครบถ้วน ทำให้สินค้าและบริการต่าง ๆ มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบโครงสร้างและลักษณะเด่นเฉพาะตัวเพื่อดึงดูดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม (เดลินิวส์, 2558:ออนไลน์)

ปัจจุบันถนนคนเดินจังหวัดนครสวรรค์ ยังไม่ค่อยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจังหวัดอื่น ๆ และจังหวัดใกล้เคียงเท่าไหร่นักและยังขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประกอบกับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนน้อย ดังนั้น เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเป็นการอนุรักษ์ถนนคนเดินจังหวัดนครสวรรค์ให้ยั่งยืนต่อไป ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของถนนคนเดินจังหวัดนครสวรรค์ ตลอดจนวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาถนนคนเดินให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครสวรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าถนนคนเดินจังหวัดนครสวรรค์

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ซึ่งประกอบด้วย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ผู้ที่เคยใช้บริการตลาดถนนคนเดินในนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการในตลาดถนนคนเดินในนครสวรรค์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยใช้สุ่มแบบตามสะดวก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยปรับปรุงจากแบบสอบถามของ ฤติรัตน์ สิทธิบริบูรณ์ (2560) ซึ่งแบบสอบถามเหล่านี้แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 แบบประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของลูกค้าที่ใช้บริการในตลาดถนนคนเดินในนครสวรรค์

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา การใช้ภาษา รวมทั้งลักษณะคำถามและนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องครบถ้วน
2. การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูล (try out)

กับผู้ที่เคยใช้บริการร้านตัดผมในจังหวัดนครสวรรค์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ชุด เพื่อนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70 ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไปได้ เนื่องจากมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป

4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณใช้การบรรยายโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มีชนิดของสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์แต่ละข้อแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้เป็นค่าจำนวนและค่าร้อยละ
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับของปัจจัยทางการตลาด (7Ps) สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เคยใช้บริการในตลาดถนนคนเดินในนครสวรรค์ สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ One-way Anova และ Multiple Regression

ผลการวิจัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ คือ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการเลือกซื้อสินค้าในถนนคนเดินนครสวรรค์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาเป็นปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา มีรายได้ ตั้งแต่ 9,000-15,000 บาท ดังในแสดงตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความพึงพอใจการเลือกซื้อสินค้าในตลาดถนนคนเดินนครสวรรค์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณน ค่าร้อยละ

ข้อมูลทั่วไป	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการเลือกซื้อสินค้าในตลาดถนนคนเดินนครสวรรค์
ลักษณะทางประชากรของผู้บริโภคในตลาดถนนคนเดินนครสวรรค์	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง (58.5%) รองลงมาเป็นเพศชาย (41.5%) • มีอายุ 21-30 ปี (50%) รองลงมาอายุ 31-40 ปี (20%) • สถานภาพโสด (53%) รองลงมาสถานภาพแต่งงาน (33%) • การศึกษาระดับปริญญาตรี (38%) รองลงมาระดับอนุปริญญา/ปวส. (24.5%) • อาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา (36.5%) รองลงมาเป็นรับจ้างทั่วไป (22.5%) • รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,000-15,000 บาท (40.5%) รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท (22.5%)

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าตลาดถนนคนเดินนครสวรรค์

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจการเลือกซื้อสินค้าด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.52, S.D.=0.764$) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62, S.D.=0.976$) ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.25, S.D.=0.761$) ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.23, S.D.=0.928$) ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76, S.D.=0.906$) ด้านกระบวนการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.31, S.D.=0.878$) ด้านกายภาพและการนำเสนออยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.97, S.D.=0.854$) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อันดับ และระดับความคิดเห็น ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปัจจัยทางการตลาด

ปัจจัยทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.52	.764	มาก
2. ด้านราคา	3.62	.976	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.25	.761	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.23	.928	ปานกลาง
5. ด้านบุคลากร	3.76	.906	มาก
6. ด้านกระบวนการ	3.31	.878	ปานกลาง
7. ด้านกายภาพและการนำเสนอ	2.97	.854	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38	.866	ปานกลาง

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นความพึงพอใจของลูกค้า ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าในถนนคนเดินนครสวรรค์

พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมี การจัดร้าน จำหน่ายสินค้า บริการอย่างเป็นโซน ๆ อย่างชัดเจนไม่ปะปนกันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.45, S.D.=0.855$) รองลงมาคือ ความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคตลาดถนนคนเดินนครสวรรค์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.45, S.D.=0.855$) และผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องสินค้ามีรูปแบบที่ทันสมัยแตกต่างจากตลาดอื่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.41, S.D.=0.724$) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อันดับ และระดับความคิดเห็น ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความพึงพอใจ

ด้านความพึงพอใจในด้านต่างๆ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคตลาดถนนคนเดินนครสวรรค์	3.43	.747	ปานกลาง
2. ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องสินค้ามีรูปแบบที่ทันสมัยแตกต่างจากตลาดอื่น	3.41	.724	ปานกลาง
3. การจัดร้าน จำหน่ายสินค้า บริการอย่างเป็นโซนๆอย่างชัดเจนไม่ปะปนกัน	3.45	.855	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.43	.775	ปานกลาง

อภิปรายผล

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อที่มีความหลากหลายประเภทให้เลือกซื้อ เนื่องจากต้องการสิ่งที่ตอบสนองต่อความต้องการมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา กมลรัตน์ (2553) ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อชุดชั้นในชายในกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า และคุณภาพผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อชุดชั้นในชายในระดับมาก และด้านการออกแบบมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อชุดชั้นในชายในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) (Kolter. 2003: 184) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ด้านราคา (Price) การมีหลายราคาให้เลือกทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อ เนื่องจากจะได้มีผู้บริโภคที่หลากหลายระดับและแต่ละราคาจะบ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้าอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ นารีรัตน์ พักเพ็ญ บุญ (2554) ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเรื่องการให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าชนิดเดียวกันได้ในราคาที่หลากหลายระดับ โดยมีการกำหนดราคาสินค้าไว้อย่างเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอาจเห็นว่า ตนต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปการบอกราคาสินค้าและมีราคาให้เลือกได้หลายระดับทำให้กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่าง ๆ กันสามารถเข้าถึงการซื้อสินค้าได้หลากหลายมากขึ้น ซึ่งเป็นการดึงดูดลูกค้าได้หลากหลายมากขึ้นทำให้ช่วยเพิ่มรายได้ได้มากขึ้นด้วย

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) การมีทำเลที่ตั้งสะดวก สามารถทำให้ลูกค้าเข้าถึงตลาดได้ง่ายและทำให้ลูกค้ามีการเดินทางที่สะดวกสบาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคภาณี อินคต และ สุกัญญา ดั่งฉุน (2557) ทำการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของร้านสะดวกซื้อกรณีศึกษาเมืองใหม่บริเวณตำบลท่าโพธิ์” ผลการวิจัยพบว่าทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีกถือเป็นเรื่องสำคัญเพราะทำเลที่ตั้งที่ดีย่อมมีผลให้การดำเนินงานของธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ ในทางตรงกันข้ามถ้าทำเลที่ตั้งไม่ดีย่อมมีผลกระทบต่อ 5 การดำเนินงานและผลกำไรที่ตั้งไว้ ดังนั้นการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งจึงต้องเป็นเรื่องที่ต้อง พิจารณาอย่างละเอียดและรอบคอบเพื่อให้ได้ทำเลที่ตั้งที่ดีที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ สามารถทำให้กลุ่มผู้บริโภคทราบถึงข้อมูลของร้านและสนใจในโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่ทางร้านจัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สโรชา นนทร์รักษาณกุล (2560) ทำการวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ CP EASY SNACK ในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลเว่นในจังหวัดนนทบุรี” ผลการวิจัยพบว่าโฆษณาผ่านสื่อสินค้าต่างๆ เป็นเรื่องสำคัญเนื่องจากสามารถทำให้กลุ่มผู้บริโภคมีความสนใจของเนื้อหาโฆษณาที่ถูกนำเสนอออกมาของผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านคุณประโยชน์และความหลากหลาย

ด้านบุคลากร (People) การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ยิ้มแย้ม แจ่มใสส่งผลต่อการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าในเรื่องของการบริการและทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีในการกลับมาซื้อซ้ำ สอดคล้องกับ สุทธิชัย ปัญญาโรจน์ (2550) กล่าวว่า นักขายที่ดี ที่ประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องอาศัยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี คือ การมีบุคลิกภาพทั้งภายนอกและภายในที่ดี การมีทักษะในการติดต่อสื่อสารกับผู้คนทั้งทางภาษาคำพูดและภาษาท่าทาง การมีความเข้าใจธรรมชาติและความต้องการของคนเรา รวมถึงบทบาทหน้าที่และลักษณะงานที่ตนมีหน้าที่รับผิดชอบอยู่

ด้านกระบวนการ (Process) ความรวดเร็วในการให้บริการ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและทำให้ลูกค้าประทับใจในการบริการ สอดคล้องกับปรัชญา เวสารัชช (2540, หน้า 48 - 53 อ้างถึงในสุนันทา ทวีผล, 2550, หน้า 17) ได้ กล่าวไว้ว่า เกี่ยวกับวิธีการสร้างความประทับใจสำหรับประชาชนผู้รับบริการ อาจทำได้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับกำลังทรัพยากรที่มีและความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดี โดยพนักงานผู้ให้บริการเป็นเรื่อง สำคัญพนักงานผู้ให้บริการต้องมีจิตสำนึกที่ดี สนใจและตั้งใจพัฒนาการบริการของตนให้เกิด ความประทับใจที่ดีสำหรับประชาชน แล้วจะต้องมีขบวนการวิธีปฏิบัติที่สร้างความประทับใจ สำหรับประชาชนผู้รับบริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) ความสะอาดของตลาด ย่อมส่งผลต่อการมาบริการของผู้บริโภค หรือไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำหรือส่วนต่างๆของตลาดต้องมีความสะอาดเข้ามาด้วย ซึ่งเป็นความต้องการที่สอดคล้องกับ ” กรมอนามัยและล้างตลาดเดือนละครั้งลดเสี่ยงโรค ” (2557) กล่าวว่า กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ลงพื้นที่รณรงค์ตลาดสะอาด อาหารปลอดภัย พร้อมแนะนำเจ้าของตลาด ผู้ประกอบการ หมั่นดูแลทำความสะอาดตลาดเดือนละครั้ง ลดความเสี่ยงโรคที่เกิดจากอาหารและน้ำเป็นสื่อตามมา เช่น ท้องร่วง ไทฟอยด์ อหิวาตกโรค

ความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ (Customer Satisfaction) ความพึงพอใจของกลุ่มถนนคนเดินนครสวรรค์ มี 3 ลักษณะดังนี้ ความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องสินค้ามีรูปแบบที่ทันสมัยแตกต่างจากตลาดนัดอื่น การจัดร้าน จำหน่ายสินค้า บริการอย่างเป็นโซน ๆ อย่างชัดเจนไม่ปะปนกัน มีการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง พฤติกรรมการบอกต่อ ของ Douglas (2006); ฉัตยาพร เสมอใจ (2456); อธิวิท นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2549) และ Rosen (2000) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมการบอกต่อจะเกิดขึ้นจากความ ประทับใจหรือไม่ประทับใจก็ได้ ซึ่งผู้บริโภคจะบอกต่อในด้านบวกหรือด้านลบก็ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของถนนคนเดิน และความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการถนนคนเดินส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การกลับมาใช้บริการซ้ำของ Ehrenberg (1972) และ อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539) ซึ่งสามารถอธิบาย ได้ว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำนั้นจะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของถนนคนเดิน ซึ่งผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดี มีความประทับใจมากก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์และโฆษณาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดถนนคนเดินนครสวรรค์ในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงให้มากกว่านี้
2. ควรจัดโซนประเภทของสินค้าให้อยู่ในโซนเดียวกัน อาทิ เช่น อาหาร, เสื้อผ้า, ของมือสอง, สัตว์เลี้ยง, ต้นไม้ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น
2. ควรทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างด้วย เช่น ในต่างจังหวัด เพื่อจะได้ผลการวิจัยที่สามารถนำมาเปรียบเทียบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการเลือกซื้อของผู้ใช้บริการในตลาดถนนคนเดินนครสวรรค์ ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันในด้านลักษณะส่วนบุคคลหรือไม่ หรือปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดหรือไม่ ซึ่งจะทำให้ผลการวิจัยที่ได้มีขอบเขตที่กว้างขวางมากขึ้น

อ้างอิง

เกศรา จันทร์จรัสสุข. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการในห้าง เทสโก้โลตัสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชัยฤทธิ์ ทองรอดและวารสารณ สวารอินมล. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.

ชิตาภรณ์ ศักดิ์โกมลพิทักษ์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการตลาดนัดตอนกลางคืนในเขตกรุงเทพมหานคร. หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นารินทร์ พักเพ็ญบุญ. (2554). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในศูนย์จำหน่าย เอส.บี. ดีไซด์ สแควร์ ในกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์

นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร. (2557). แนวทางการพัฒนาถนนคนเดินเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในประเทศไทย: กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

สโรชา นนทร์รักษานุกูล. (2560). การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ CP EASY SNACK ในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลเว่นในจังหวัดนนทบุรี. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

<https://th.wikipedia.org/wiki/ถนนคนเดิน> สืบค้นวันที่ 18/11/61.

ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทผัดไท
ของประชากรในนครสวรรค์

MARKETING FACTORS INFLUENCING CONSUMER SATISFACTION IN PAD THAI
RESTAURANT, NAKHON SAWAN

เกวลิน อินทร์เม่น*

ธีรภัทร นาควัน**

ศิริรักษ์ มั่นทุกะ***

ธนัชฐา อำนวย****

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารผัดไทของประชากรในจังหวัดนครสวรรค์ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครสวรรค์ที่เคยใช้บริการร้านอาหารผัดไทในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 200 ราย โดยใช้วิธีแบบเจาะจงและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001-1,0000 บาท มีลักษณะการไปใช้บริการ คือ ไปรับประทานกับครอบครัว ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารผัดไทในของประชากรในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.86$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.82$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.80$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.79$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.65$) และการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.54$) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ปัจจัยทางการตลาด , ความพึงพอใจ , ร้านอาหารผัดไท

Abstract

The purposes of this research is to study marketing factors influencing consumer satisfaction in Pad Thai restaurant, Nakhon sawan. The questionnaires were used to collect data. The samples size was 200 samples. These were selected by the purposive sampling technique and used data analysis of descriptive statistics. The samples were selected from people who have been Pad Thai restaurant, Nakhon sawan. Statistics used to analyze the data were percentage, mean, and standard deviation.

*บริหารธุรกิจบัณฑิต (บ.บ.) สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

The results showed that most respondents was females, age 21-30 years, bachelor degree, students, income is between 5,001-10,000 baht, going with family. The results showed that marketing factors influencing consumer satisfaction in Pad Thai, Nakhon sawan are high level including product, personal, process, price, physical evidence, promotion, and place respectively.

Keywords : Satisfaction, Marketing Factors, Pad Thai restaurant

บทนำ

เนื่องมาจากในสภาพของสังคมไทยในยุคปัจจุบันนั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตใน หลายๆ รูปแบบ ซึ่งในปัจจุบันที่มีเศรษฐกิจที่เจริญก้าวหน้าขึ้นและการแข่งขันที่สูงขึ้นส่งผลให้คนในสังคมไทยในปัจจุบันจำเป็นต้องใช้เวลาในการทำงานที่มากขึ้น เพราะว่าการที่ เศรษฐกิจเจริญก้าวหน้าขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจของสังคมไทย นั้นเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย จึงเป็นเหตุให้คนไทยในยุคปัจจุบันนั้น ไม่ได้มีเวลาว่างเหมือนสมัยก่อนที่จะสามารถเข้าครัว ทำอาหารรับประทานเองได้จึงส่งผลให้คนไทยส่วนใหญ่นิยมเปลี่ยนมาทานอาหารนอกบ้านแทน ซึ่งจากข้อมูลการสำรวจเรื่องภาวะทางเศรษฐกิจและสังคม ของครัวเรือนภายในประเทศไทย ของสำนักงานสถิติแห่งชาติตั้งแต่ พ.ศ. 2555-2560 ได้พบว่าอัตรา ค่าเฉลี่ยในการใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านของประชากรในประเทศไทยในปี ล่าสุดนั้นเพิ่มสูงขึ้น เป็น 2,060 บาทต่อครอบครัว คิดเป็น 27.4 ของการบริโภคอาหารนอกบ้าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า แนวโน้มของประชากรในประเทศไทยมีโอกาสในการ เลือกรับประทานอาหารนอกบ้านสูงขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นนั้นแสดงให้เห็นว่าแนวโน้มในการแข่งขันของธุรกิจสูงมาก รวมถึงร้านอาหาร นั้นยังได้มีการเพิ่มสาขามากขึ้น จากข้อมูลของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า มูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารในปี 2561 น่าจะอยู่ที่ 411,000-415,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 4-5 จากปี 2560 ทำให้เห็นได้ชัดว่าการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านอาหารรายใหม่มีมากขึ้นเรื่อยๆ

โดยธุรกิจร้านอาหารของคนไทยส่วนใหญ่ ยังเป็นธุรกิจที่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่ยังมี ข้อจำกัดในการเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันยังขาดกระบวนการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ ทำให้ไม่ สามารถพัฒนาคุณภาพของ ธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง กรมพัฒนาธุรกิจการค้าจึงได้พยายามผลักดันธุรกิจ ร้านอาหารเข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับของลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ (รัชนิวรรณ วัฒนปริญญา และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ, 2556) ผู้ประกอบการร้านอาหารต่างๆ ต้องเร่งปรับตัวในการพัฒนาร้านอาหารให้ดีขึ้นในการบริการลูกค้า รสชาติอาหาร ความสะอาด ความสดของอาหาร มีเมนูอาหารที่หลากหลาย และ น่าสนใจโดยใช้หลักการตลาดมาช่วยพัฒนาร้านให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ลักษณะร้านอาหารกระทรวง พาณิชย แบ่งประเภทร้านอาหาร ออกเป็น 4 แบบ โดยจำแนกตามการออกแบบตกแต่งเป็นหลัก (วนิดา สิงห์จาวลา, 2554) ได้แก่

- 1) ร้านอาหารระดับหรู (Fine Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งอย่างประณีต สวยงาม ใช้วัสดุและอุปกรณ์ราคาแพง จัดอาหารอย่างหรู มีการบริการระดับ 5 ดาว
- 2) ร้านอาหารระดับกลาง (Casual Dining) เป็นร้านที่มี การออกแบบตกแต่งแบบพอสมควร เน้นบรรยากาศแบบสบายๆ เป็นกันเองราคาอาหารระดับปานกลางพนักงานบริการแบบเป็นกันเองไม่ มีพิธีรีตอง
- 3) ร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัด และสามารถหมุนเวียน ลูกค้าได้ในปริมาณมาก
- 4) ร้านริมบาทวิถี (Kiosk) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบง่ายๆ เน้นอาหาร จานเดียว สามารถปรุงได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีเจ้าของร้านเป็นพ่อครัวเอง

จากในประเภทร้านอาหารทั้ง 4 รูปแบบ ในนครสวรรค์เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการเข้าสู่ตลาดร้านอาหารของผู้ประกอบการรายใหม่เป็นจำนวนมาก โดยผู้ประกอบการรายใหม่ส่วนใหญ่จะมาในรูปแบบของร้านอาหารทั่วไป ซึ่งร้านอาหารทั่วไปจะเป็นอาหารจานด่วน เช่น ร้านอาหารตามสั่ง ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านผัดไท

จังหวัดนครสวรรค์ก็เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีผู้ประกอบการสนใจในการเปิดร้านอาหารประเภททั่วไปจำนวนมาก เพราะ ผู้ประกอบการที่จะเปิดกิจการร้านอาหารต่างเล็งเห็นช่องทางในการเปิดร้านอาหาร เพราะว่าในจังหวัดนครสวรรค์มีจำนวนโรงเรียนและสถานที่ราชการอยู่ติดๆกันเป็นจำนวนมาก ทำให้ช่วงพักเที่ยงหรือช่วงหลังเลิกงานจะมีจำนวนนักเรียน นักศึกษา หรือพนักงานทั่วไป ส่วนใหญ่จะหาร้านอาหารเพื่อรับประทานในช่วงพักหรือช่วงหลังเลิกงาน , เลิกเรียน ซึ่งจะมีความสะดวกกว่าการกลับบ้านไปรับประทานอาหาร ทำให้ผู้ประกอบการจึงมีความสนใจที่จะเปิดร้านอาหารประเภททั่วไปอยู่จำนวนมาก โดยเฉพาะร้านผัดไทที่มีผู้ประกอบการเปิดให้บริการเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะว่าผัดไทเป็นอาหารที่ทุกเพศทุกวัยสามารถรับประทานได้ เป็นอาหารที่มีลักษณะเฉพาะ ไม่ต้องใส่เครื่องปรุงแต่ง ผัดไทก็ยังมีรสชาติที่กลมกล่อม ทำให้มีกลุ่มเป้าหมายที่ใหญ่ และยังเป็นอาหารที่มีมาช้านานและโด่งดังหรือถูกปากของคนในภาคเหนือตอนล่างและภาคกลางเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากเนื่องจากผู้ประกอบการรายใหม่ต่างประสบปัญหาทางการตลาด ส่งผลทำให้บางร้านมีจำนวนลูกค้าที่เข้าใช้บริการน้อย บางร้านลูกค้าไม่กลับเข้าไปใช้บริการซ้ำอีก หรือ บางร้านเผชิญกับการแข่งขันไม่ไหว ปัญหาเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการร้านผัดไทในจังหวัดนครสวรรค์ต้องปิดตัวลง

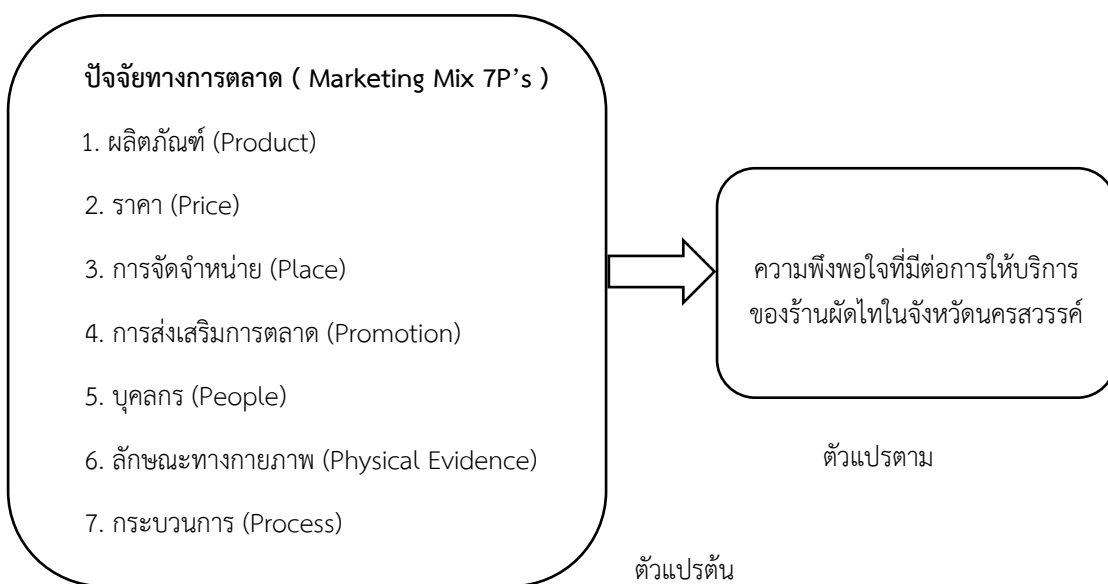
จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา เรื่อง ปัจจัยทางการตลาด (7 Ps) ว่ามีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดนครสวรรค์หรือไม่อย่างไร

ดังนั้นคณะผู้ทำวิจัยจึงทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารผัดไทของประชากรในนครสวรรค์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจทางการให้บริการร้านผัดไทให้สามารถสร้างผลกำไรที่มากขึ้นรวมถึงทำให้ธุรกิจอยู่รอดและสามารถขยายกิจการได้ อีกทั้งผู้ที่มีความสนใจด้านธุรกิจเกี่ยวกับผัดไทสามารถนำข้อมูลการวิจัยนี้ไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจได้

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของร้านผัดไทในจังหวัดนครสวรรค์

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ซึ่งประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องที่ใช้ในการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่เคยใช้บริการร้านผัดไทในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่เคยเข้าใช้บริการร้านผัดไท ในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 200 คน

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยปรับปรุงจากแบบสอบถามของ ฤทธิรัตน์ สิทธิบริบูรณ์ (2560). ซึ่งแบบสอบถามเหล่านี้แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้ บริการร้านอาหารผัดไท จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ เลือกตอบคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้าน กระบวนการ ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวน 35 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ ร้านอาหารผัดไทจำนวน 3 ข้อ

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา การใช้ภาษา รวมทั้งลักษณะคำถามและนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องครบถ้วน

2. การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูล (try out) กับผู้ที่เคยใช้บริการร้านผัดไทในจังหวัดนครสวรรค์จำนวน 20 ชุด เพื่อนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .95 ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไปได้เนื่องจากมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ .70 ขึ้นไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้เป็นค่าจำนวนและค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับของปัจจัยทางการตลาด (7P's) สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านผัดไท ในจังหวัดนครสวรรค์ สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติการทดสอบสมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Linear Regression) โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ ในการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารผัดไทในนครสวรรค์ มีดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารผัดไทของประชากรในนครสวรรค์ มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านอาหารผัดไทในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวนทั้งหมด 200 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 และเพศชาย จำนวน 91 คนคิดเป็นร้อยละ 45.5 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีอาชีพ นักเรียนนักศึกษา จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือ รับจ้างทั่วไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ 10,001-1,5000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 มีสถานภาพในการเข้าใช้บริการคือ ไปกับครอบครัว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ ไปกับเพื่อน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด (7P's)

โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) , ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น ที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความเห็นด้วยด้านปัจจัยทางการตลาด โดยรวม และรายข้อ

ลำดับ	ปัจจัยทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.	ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	.811	มาก
2.	ด้านราคา	3.80	.838	มาก
3.	ด้านการจัดจำหน่าย	3.54	1.020	มาก
4.	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.65	.931	มาก
5.	ด้านกระบวนการ	3.82	.791	มาก
6	ด้านบุคลากร	3.86	.805	มาก
7	ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.79	.826	มาก
	รวม	3.76	.860	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.811) ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.838) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 1.020) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.931) ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.791)

ด้านบุคลิกภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.86 , S.D. = 0.805)ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.79 , S.D. = 0.826)

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านผัดไทในจังหวัดนครสวรรค์ โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) , ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น ที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความเห็นด้วยด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านผัดไทในจังหวัดนครสวรรค์

ด้านความพึงพอใจ ของลูกค้าร้านผัดไทในจังหวัดนครสวรรค์	ระดับความคิดเห็น					N=200		ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	
ท่านพึงพอใจต่อคุณภาพอาหารของร้านผัดไทที่ท่านเคยไปใช้บริการ	61 (30.5)	108 (54.0)	28 (14.0)	3 (1.5)	0	4.14	.699	มาก
การใช้บริการที่ร้านอาหารผัดไทที่ท่านเคยไปใช้บริการเกินความคาดหวังของท่าน	51 (25.5)	95 (47.5)	49 (24.5)	5 (2.5)	0	3.96	.776	มาก
โดยรวมแล้วท่านรู้สึกดีมากต่อร้านผัดไทที่ท่านเคยไปใช้บริการ	52 (26.0)	104 (52.0)	38 (19.0)	6 (3.0)	0	4.01	.757	มาก
รวม						4.04	.744	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านผัดไทในจังหวัดนครสวรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.04 , S.D. = 0.744)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากโดยท่านพึงพอใจต่อคุณภาพอาหารของร้านผัดไทที่ท่านเคยไปใช้บริการ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.14 , S.D. = .699)รองลงมาคือ โดยรวมแล้วท่านรู้สึกดีมากต่อร้านผัดไทที่ท่านเคยไปใช้บริการ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.01 , S.D. = .757) และการใช้บริการที่ร้านอาหารผัดไทที่ท่านเคยไปใช้บริการเกินความคาดหวังของท่าน อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.96 , S.D. = .776) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การอภิปรายผลของการวิจัย เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารผัดไทของประชากรในจังหวัดนครสวรรค์ คณะผู้วิจัยอภิปรายผล ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อ ความกลมกล่อมของผัดไทยอยู่ในระดับมาก มากที่สุด เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้คำนึงถึงเรื่องรสชาติของอาหารเป็นอันดับหนึ่ง เพราะว่าการรับประทานอาหารนอกบ้านแต่ละครั้ง ผู้บริโภคต่างคาดหวังที่ได้รับบริการจากร้านอาหารที่ดีและมีอาหารรสชาติที่อร่อยตอบโจทย์ผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ อาหารอร่อย รสดี (2552) กล่าวว่า อาหารที่กินแล้วดีต่อร่างกายของเรา ควรเป็นอาหารที่ได้รับมาจากธรรมชาติ ๆ ตามธรรมชาติของอาหารนั้น การปรุงรสต้องมาจากเครื่องปรุงรสที่เป็นธรรมชาติ ไม่ใช่เครื่องปรุงรสสำเร็จรูปที่มาจากซูเปอร์มาร์เก็ตที่ส่วนใหญ่มีส่วนประกอบของสารเคมี อาหารที่รสกลมกล่อมกำลังพอดี ๆ ไม่หวานมากเกินไป ไม่เค็มเกินไป หรือไม่เปรี้ยวจัด จะมีประโยชน์ช่วยร่างกายในการย่อยในการได้ความอบอุ่น ในการขับความชื้น ฯลฯ ต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว เวลาปรุงอาหารให้ค่อย ๆ ใส่เครื่องปรุงรสลงแต่น้อยก่อน เพราะถ้าใส่ทีละนิดทีละน้อยค่อย ๆ เราต้องลำบากในการแก้ไขด้วยการใส่รสอื่นเข้าไปช่วย คุณภาพของอาหารเป็นอีกหนึ่งปัจจัย ในการเลือกซื้อของผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกอซัง (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพอาหาร คุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและความใส่ใจในสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพอาหาร คุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและความใส่ใจในสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

ด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อ ความเหมาะสมของราคาผัดไทยเมื่อเทียบกับปริมาณ อยู่ในระดับมาก มากที่สุด เนื่องจากร้านอาหารส่วนใหญ่ได้ปรับปรุงอาหารให้มีรสชาติตามที่ผู้บริโภคต้องการแล้ว ได้เพิ่มปริมาณอาหารให้ผู้บริโภคได้รู้สึกคุ้มค่าเมื่อเข้ามาใช้บริการ ซึ่งความต้องการนี้สอดคล้องกับ การกำหนดราคาและผลผลิตในตลาด (2557) กล่าวว่า การตั้งราคานั้นต้องคำนึงเสียก่อนว่า โครงสร้างตลาดมีลักษณะเป็นอย่างไร เพราะย่อมส่งผลต่อ อุปสงค์ อุปทาน ความสามารถในการ กำหนดราคาของผู้ผลิต ตลอดจนคุณภาพของตลาด นอกจากนี้ คุณลักษณะของเส้นต้นทุนเฉลี่ย ต้นทุนส่วนเพิ่ม เป็นอีกปัจจัย ที่กำหนดราคาและปริมาณการผลิต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัมพันธ์ จารุญวัฒน์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องของความเหมาะสม ของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.31 : เห็นด้วยมากที่สุด) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับรสชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.26 : เห็นด้วยมากที่สุด)

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อ สถานที่ตั้งสะดวกในการเดินทางอยู่ในระดับมาก มากที่สุด ปัจจุบันผู้บริโภคชอบความสะดวกสบาย ทำเลที่ตั้งจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญในการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ซึ่งความต้องการนี้สอดคล้องกับ เลือกทำเลที่ตั้งร้านอาหารอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ (2559) กล่าวว่า การที่จะเปิดร้านอาหารนั้นทำเลหรือที่ตั้งร้านอาหารนั้นถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งต่อการเริ่มต้นธุรกิจอาหารเป็นหลักเลยทีเดียว ถ้าเราเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม หรือตรงความต้องการและความสะดวกสบายของลูกค้าแล้ว การเปิดร้านอาหารนั้นก็ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักพานิ อินคต , สุภัญญา ดั่งฉุน (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของร้านสะดวกซื้อ กรณีศึกษาเมืองใหม่บริเวณตำบลท่าโพธิ์ ผลการวิจัยพบว่า การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีกถือเป็นเรื่องสำคัญเพราะทำเลที่ตั้งที่ดีย่อมมีผลให้การดำเนินงานของธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ ในทางตรงกันข้ามถ้าทำเลที่ตั้งไม่ดีย่อมมีผลกระทบต่อ การดำเนินงานและผลกำไรที่ตั้งไว้ ดังนั้นการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งจึงต้องเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาอย่างละเอียดและรอบคอบเพื่อให้ได้ทำเลที่ตั้งที่ดีที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อ การประชาสัมพันธ์เมนูใหม่ โปรโมชั่น หรือข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย อยู่ในระดับมาก มากที่สุด เพราะว่าร้านอาหารส่วนใหญ่มีเว็บไซต์หรือแฟนเพจเป็นของตนเอง และสามารถกระจายข่าวสารไปยังผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับ ภัตตรา เปรมประเสริฐ (2554) ได้ทำการศึกษารื่อง การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานของนิสิตนักศึกษา ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรในระดับปานกลาง สำหรับวิธีการที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ได้มากที่สุด คือ เว็บไซต์ขององค์กร

ด้านกระบวนการ (Process) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อ เวลาเปิด - ปิด เหมาะสมที่จะใช้บริการอยู่ในระดับมาก มากที่สุด ซึ่งร้านผัดไทส่วนใหญ่ได้ปรับปรุงการจัดระบบการบริการให้ครอบคลุมทุกช่วงเวลา การบริโภคอาหารของผู้บริโภคและให้เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย เพื่อให้สามารถเพิ่มการเข้าใช้บริการของผู้บริโภคได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ความสำคัญของเวลาเปิด/ปิดร้าน (2557) กล่าวว่า ในหัวใจหลักของธุรกิจคือการบริการที่ดี และการบริการที่ดีหมายถึงการที่เราสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตรงใจ ถูกที่และถูกเวลาธุรกิจที่มีเวลา เปิดปิดทำการไม่เหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ หรือไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ถือเป็นโอกาสทางการขายอย่างมหาศาลและทำให้ต้นทุนในการทำธุรกิจสูงขึ้นโดยไม่จำเป็นด้วยแม้กระทั่งธุรกิจเดียวกัน แต่ location ของร้านคนละที่กัน เวลาเปิดปิดก็ต้องปรับไปตามความเหมาะสมด้วย

ด้านบุคลากร (People) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใสอยู่ในระดับมาก มากที่สุด เพราะว่า ผู้บริโภคได้คาดหวังที่จะได้รับการบริการที่ดีจากร้านอาหารต่างๆ อาทิ รอยยิ้มของพนักงานความเป็นกันเอง นอบน้อม ซึ่งสอดคล้องกับ คุณสมบัติที่นักขายควรมี (2560) กล่าวว่า มีมนุษยสัมพันธ์ สุภาพ เมื่อขายของออนไลน์แล้ว ย่อมมีการสอบถามรายละเอียดต่างๆ หลักการพูดคุยกับลูกค้า นั้น ควรที่จะสุภาพ ไม่พูดจาหยาบคาย เพราะหากพูดจาดี พูดคุยสนุก มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี จะทำให้ลูกค้าประทับใจได้

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมาก มากที่สุด ความสะอาดภายในร้านเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการดึงดูดผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการของร้าน เพราะว่าความสะอาดของร้านอาหารคือการเตรียมพร้อมในการให้บริการแก่ผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับวิธีการเลือกร้านสะอาด (2560) กล่าวว่า ร้านอาหารต้องสะอาด พื้น ผนังเพดานอยู่ในลักษณะที่สะอาด เก็บของเป็นระเบียบเรียบร้อย บริเวณที่ปรุงอาหารและบริเวณที่ล้างภาชนะ อุปกรณ์ต้องอยู่ในลักษณะสะอาด อยู่สูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร ถ้าร้านอาหารแช่อาหารสดไว้ในถังน้ำแข็ง ต้องแยกถังน้ำแข็งสำหรับกินกับถังที่แช่อาหารสดออกจากกัน เพราะเนื้อสัตว์ที่ยังไม่ได้ปรุงอาจมีเชื้อก่อโรคหรือพยาธิปะปนอยู่ ความร้อนจากการปรุงจะทำลายเชื้อเหล่านี้ได้ แต่หากเนื้อสัตว์ดิบสัมผัสกับน้ำแข็ง การปนเปื้อนเชื้อก่อนโรคเข้าสู่ร่างกาย อาจก่อให้เกิดอันตรายมากกว่าที่คิดก็ได้ ในกรณีที่ร้านอาหารมีสุขา สุขาควรสะอาดและมีสบู่เพียงพอแก่การล้างมือ

ด้านความพึงพอใจ (Satisfy) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นต่อ ความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อ ท่านพึงพอใจต่อคุณภาพอาหารของร้านผัดไทที่ท่านเคยไปใช้บริการ อยู่ในระดับมาก มากที่สุด เนื่องจากปัจจุบันร้านอาหารต่างมีการแข่งขันกันสูงทำให้มีการพัฒนาหรือปรับปรุงรสชาติให้สามารถตอบสนองต่อผู้บริโภคได้ ซึ่งตรงจุดนี้ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในคุณภาพของ

อาหาร ซึ่งสอดคล้องกับฉัตรชัย (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลไปใช้จริง

1. ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านผัดไทยของประชากรในจังหวัดนครสวรรค์ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ความกลมกล่อมของผัดไทย ดังนั้นผู้ประกอบการร้านผัดไทย ควรศึกษารสชาติที่ประชากรในแต่ละส่วนพื้นที่ชอบรับประทานว่าอยู่ในปริมาณใด เพื่อมาปรับใช้ในการปรุงแต่งผัดไทย โดยที่ผู้บริโภคไม่ต้องปรุงเพิ่มเติมอีก เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงความใส่ใจและเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค

2. ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านผัดไทยของประชากรในจังหวัดนครสวรรค์ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ความเหมาะสมของราคาผัดไทยเมื่อเทียบกับปริมาณ ดังนั้น การกำหนดราคาของผัดให้เหมาะสมที่สุด ไม่ตั้งราคาเกินจริงจนเกินไป และไม่เอาเปรียบลูกค้า

3. การจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านผัดไทยของประชากรในจังหวัดนครสวรรค์ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ สถานที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง ดังนั้น การเปิดร้านผัดไทยในทำเลที่ตั้งใหม่ที่สามารรถเห็นหรือผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย ไม่เลือกทำเลที่ตั้งที่ไกลผู้คนหรือห่างจากแหล่งชุมชนจนเกินไป และควรติดป้ายบอกที่อยู่ของร้านให้ชัดเจน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านผัดไทยของประชากรในจังหวัดนครสวรรค์ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ การประชาสัมพันธ์เมนูใหม่ โปรโมชั่น หรือข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรทำการโฆษณาร้านหรือแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับโปรโมชั่นของร้าน ให้บ่อยที่สุด เพื่อเป็นการเตือนผู้บริโภคและอัปเดตข่าวสารให้ผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา

5. ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านผัดไทยของประชากรในจังหวัดนครสวรรค์ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ เวลาเปิด - ปิด เหมาะสมที่จะใช้บริการ ดังนั้น การเปิดให้บริการควรไม่เปิดช้าจนเกินไป หรือตอนปิดให้บริการไม่ควรปิดเร็วจนเกินไป ควรเปิดให้บริการอย่างน้อย 5 ชั่วโมงต่อวัน

6. ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านผัดไทยของประชากรในจังหวัดนครสวรรค์ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส ดังนั้นการคัดเลือกพนักงานควรเลือกบุคคลที่มีบุคลิกที่ดี ใจรักในการบริการ แล้วควรกำชับพนักงานให้มีความกระตือรือร้น และควรยิ้มแย้มตอนพูดกับลูกค้า

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านผัดไทยของประชากรในจังหวัดนครสวรรค์ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ความสะอาดของร้าน ดังนั้นควรทำความสะอาดร้านให้พร้อมให้บริการอยู่เสมอ ไม่ว่าจะก่อนเปิดร้านให้บริการ ขณะเปิดร้านให้บริการ และหลังจากปิดร้านให้บริการ ร้านควรจะอยู่ในความสะอาดตลอด เพื่อที่จะได้พร้อมให้บริการในทุกขณะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร รวมถึงไปถึงกลุ่มพนักงานร้านอาหาร เพื่อให้ได้รับข้อมูลในเชิงลึก

2. ควรมีการเพิ่มตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยให้เพิ่มขึ้น เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีความครอบคลุม และได้ข้อค้นพบที่มีคุณภาพต่อการสร้างความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของ ประชากรใน กรุงเทพมหานครต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เกอชัง (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพอาหาร คุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และความใส่ใจในสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนใน กรุงเทพมหานคร
- ชวัล เอี่ยมสกุลรัตน์(2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติ.
- ณัฐภูมิ รุ่งเสถียรภุช.(2558). ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของประชากรในกรุงเทพมหานคร.
- พิมพุมผกา บุญธนาพิรัชต์.(2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ.
- พิรยุทธ อินทรสุวรรณ (2558) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของลูกค้า พฤติกรรมของลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารและการสร้างธุรกิจร้านอาหาร.
- พิมพ์สุภัก จิริสิทธิธำรง (2559) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร ชาบูชิ บุฟเฟต์ ทีซี คอนบางแค.
- ภักพภาณี อินคต , สุกัญญา ดั่งฉุน (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของร้านสะดวกซื้อกรณีศึกษาเมืองใหม่บริเวณตำบลท่าโพธิ์
- ลัดดา ปิ่นเกล้า (2556) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารประเภท ฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการปั้มน้ำมัน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- วันดี แก้วสุวรรณ. (2556). การใช้น้ำมันมะขามเปียกในส่วนผสมน้ำปรุงรสผัดไทยสำเร็จรูป. วารสารวิชาการ. 32(1). 54-62.
- วิชา ทองสิทธิ์.(2559).ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). บทวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2561 จากเว็บไซต์ <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/36839.aspx>
- สันต์จุฑา จำรูญวัฒน์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ประเภทฟู้ดทรัค (Food Truck) ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561) การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2560 สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2561 จากเว็บไซต์ <http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/สาขารายได้/เศรษฐกิจสังคมครัวเรือน/60/SocioPocket60.pdf>
- สำนักงานสถิติจังหวัดนครสวรรค์. (2017). การพัฒนาระบบการจัดการการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2561 จากเว็บไซต์ [hppt://nksawan.nso.go.th/index.php?option=com/_content&view=article&id=356&Itemid=536](http://nksawan.nso.go.th/index.php?option=com/_content&view=article&id=356&Itemid=536)

ฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์.(2558).ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของร้านอาหารวอเตอร์ไซด์ รีสอร์ท.

Mayyo95. (2553). คุณค่าทางโภชนาการของผัดไท. สืบค้นวันที่ 12 กันยายน 2561

จากเว็บไซต์ http://recipes95.blogspot.com/2010/05/blog-post_4725.html

Wikiwand. (2561). ผัดไท. สืบค้นวันที่ 15 กันยายน 2561 จากเว็บไซต์

<http://www.wikiwand.com/th/ผัดไท#/>

กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีผลต่อการดำเนินงาน
ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย
CSR AND CRM STRATEGIES EFFECTING ON FIRM PERFORMANCE
SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THAILAND.

ลภัสวัฒน์ คล้ายแสง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยขนาดของกิจการที่มีผลต่อระดับความสามารถในการนำกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม และ กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย และปัจจัยด้านกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม และกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลและการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอย และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยขนาดของกิจการไม่มีผลต่อการนำกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม และ กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ส่วนปัจจัยด้านกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม และกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า มีผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ด้านความสามารถในการทำกำไรและความพึงพอใจของลูกค้า

คำสำคัญ: กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม, กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า, ผลการดำเนินงาน, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

The objective of this study were Study the relationship of Organization size affecting the ability to deliver strategic Corporate Social Responsibility strategy and Customer Relationship Management strategy used to optimize the Firm performance of small and Medium Enterprises in Thailand. And Factor of Corporate Social Responsibility strategy and Customer Relationship Management strategy that affect the Firm performance of small and Medium Enterprises in Thailand. The statistics used in this study included frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test, one-way analysis of variance correlation analysis (ANOVA), regression analysis and content analysis. Research findings were as follows Organization size no affecting Corporate Social Responsibility strategy and Customer Relationship Management strategy used to optimize the Firm performance of small and Medium Enterprises in Thailand. However Factors of Corporate Social

Responsibility strategy and Customer Relationship Management strategy affect the operation of small and Medium Enterprises in Thailand in the ability to profitability and customer satisfaction.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Customer Relationship Management, Firm performance, small and Medium Enterprises.

บทนำ

“วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) หรือ SME” ถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจทั่วทุกมุมโลกซึ่งในประเทศไทย SME ถือเป็นเส้นเลือดใหญ่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตอย่างมาก การดำเนินงานของ SME มีการบริหารจัดการที่ไม่ซับซ้อนเมื่อเทียบกับกิจการขนาดใหญ่ส่งผลให้กิจการ SME มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการธุรกิจและสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ทั่วไปได้อย่างรวดเร็วและด้วยบทบาทของ SME ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในหลายๆ ด้าน อาทิ ก่อให้เกิดประโยชน์ในการจ้างงาน การสร้างงาน เป็นจุดกำเนิดของผู้ประกอบการรายใหม่ สร้างรายได้ เป็นต้นอย่างไรก็ตามยังคงพบปัญหาในระบบ SME ของไทยในแง่ของการขาดการพัฒนาในเชิงการแข่งขันทั้งด้านผลประกอบการ การตลาด ระบบการจัดการ แหล่งเงินทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการพัฒนาทักษะบุคลากร โดยเฉพาะในช่วงที่มีวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจหรือในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ก็ยังมีผลกระทบต่อการทำงานของ SME เป็นอย่างมาก

“สำนักประสานงานชุดโครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)” เป็นชุดโครงการที่ถูกจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2557 ภายใต้การดูแลของ “สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)” และ “สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)” เพื่อคอยสนับสนุนและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของ SME ด้วยงานวิจัย รวมไปถึงการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการบริการของ SME ให้ได้มาตรฐานควบคู่กับคุณภาพและความปลอดภัย พัฒนาแนวคิดนวัตกรรมเพื่อสร้างสิ่งแปลกใหม่ให้กับตัวสินค้าและตอบสนองความต้องการและความหลากหลายของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการและสร้างรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้น

จากปัญหาภาวะเศรษฐกิจในอดีตที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศทั้งระบบ ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) ได้รับความสนใจจากรัฐบาล ในการนำมาเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาลพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) ช่วยด้านการสร้างงานและสามารถพัฒนาทักษะด้านฝีมือแรงงาน สร้างมูลค่าเพิ่มกับธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการ เป็นแหล่งผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ เพื่อการส่งออกสามารถนำรายได้เข้าประเทศและการผลิตเพื่อการส่งออกให้กิจการขนาดใหญ่ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต รัฐบาลจึงสนับสนุนโดยการออกพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือส่งเสริมสนับสนุนและมาตรการด้านสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสม รวมทั้งการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเป็นศูนย์กลางในการประสานงานกับส่วนราชการและองค์กรอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง นอกจากนั้น ภาครัฐได้จัดตั้งธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเป็นแหล่งทุน ลดภาษีส่งออกเพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ และช่วยพัฒนารากฐานอันมั่นคงให้แก่ประชาชนส่วนรวมได้ในระยะยาว

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา แต่การดำเนินงานในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และสถานการณ์ที่มีการแข่งขันที่รุนแรงของวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อม โดยประสบปัญหาด้านการตลาด เงินทุน แรงงาน การบริหารจัดการ และปัญหาด้านการบัญชี ทำให้ทุกองค์กรต้องเร่งปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ด้วยการบริหารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้ได้มากที่สุด สิ่งที่สำคัญที่จะสนับสนุนการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ คือ การมีระบบลูกค้าสัมพันธ์ที่เหมาะสม(Chen and Chen, 2004) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภายในองค์กร เพื่อเป็นปัจจัยที่สนับสนุนการปฏิบัติงานและเป็นตัวผลักดันกลยุทธ์ ช่วยสนับสนุนให้ผู้บริหารตัดสินใจได้อย่างถูกต้องแม่นยำบนพื้นฐานของข้อมูลที่ต้องการและทันสมัยตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่สนับสนุนให้ผู้บริหารได้เห็นโอกาสทางธุรกิจมากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจสามารถแสวงหาโอกาสใหม่ที่มีศักยภาพในการแข่งขันเหนือกว่าในอดีต ซึ่งจะส่งผลกระทบการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้(จิรัฐติกา วุฒิพันธ์, 2549) รวมไปถึงการที่องค์กรมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ในแง่ของพนักงาน เกิดความภาคภูมิใจในการทำงานร่วมกับองค์กร ได้รับความสุขจากการปฏิบัติงานในหน้าที่ นอกเหนือจากผลตอบแทนในรูปของตัวเงิน ทำให้องค์กรสามารถที่จะรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้ และในขณะเดียวกันก็สามารถที่จะชักชวนบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการให้เข้ามางานกับองค์กรได้ ทำให้องค์กรสามารถสร้างรายได้และมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอันมาจากการที่ลูกค้าพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ทำลानสิ่งแวดล้อม (Porter and Kramer, 2006) ดังนั้น การดำเนินธุรกิจต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อให้องค์กรเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ย่อมต้องคำนึงถึงลูกค้าด้วยซึ่งถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง ซึ่งในปัจจุบันระบบการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management: CRM) ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการทำธุรกิจ เนื่องจากความรู้ทางด้านการตลาดบริการมีความเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก ระบบการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management: CRM) ข้อมูลทางการตลาดที่ใช้ได้รับจะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การเลือกระบบการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จึงต้องเลือกให้ตรงและสอดคล้องกับความต้องการใช้งานให้มากที่สุดมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตหรือควบคุมคุณภาพการผลิต ลดความสูญเสียในกระบวนการต่าง ๆ ให้เหลือน้อยที่สุด ส่งผลให้ระบบสารสนเทศทางบัญชีเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาขนาดขององค์กร ที่มีผลต่อระดับความสามารถในการนำกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาขนาดองค์กร ที่มีผลต่อระดับความสามารถในการนำกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ H1 : ปัจจัยด้านขนาดขององค์กรที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความสามารถในการนำกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม (SCR) มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ H2 : ปัจจัยด้านขนาดขององค์กรที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความสามารถในการนำกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า(CRM) มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ H3 : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม (SCR) มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ การวิจัยเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และ กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) กับผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย โดยลักษณะการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยประกอบด้วย ภาคการผลิต ภาคบริการ ภาคการค้าและซ่อมบำรุง และไม่ระบุภาค ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology) แบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ กำหนดขอบเขต คือ ศึกษากลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และ กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ศึกษาถึงประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร ได้แก่ ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) และความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

2.ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย โดยลักษณะการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยประกอบด้วย ภาคการผลิต ภาคบริการ ภาคการค้าและซ่อมบำรุง และไม่ระบุภาค ที่จดทะเบียนนิติบุคคล และต้องเป็นวิสาหกิจที่ประกอบการอย่างต่อเนื่อง และปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม สามารถติดต่อ สํารวจ และค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ได้ งานครั้งนี้ ได้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรการคำนวณของ Taro Yamane (ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 45) เป็นเกณฑ์ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling technique)

3.ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-sectional Data) เนื่องจากกลยุทธ์ทางธุรกิจย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์หรือนวัตกรรมใหม่ทางเศรษฐกิจขณะนั้น อีกทั้งระยะเวลาดำเนินการยังเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.50 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 166 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.75 และอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.50 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.25 รองลงมา จบการศึกษาระดับสูงปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.50 และจบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 12.00 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงานในบริษัท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับกลาง คิดเป็นร้อยละ 75.75 รองลงมา มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับต้น และ ผู้บริหารระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 19.50 และร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ปัจจัยตัวแปรค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) และ ค่า Community ของกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่า Community
ประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม	0.8555	0.8085
อาชีพอนามัยและความปลอดภัย	0.8400	0.7525
ธรรมาภิบาล	0.8020	0.7595
มนุษยธรรม	0.8205	0.7415
การลงทุนเพื่อชุมชน	0.8145	0.7910
พนักงานสัมพันธ์	0.8240	0.7110
ผู้มีส่วนได้เสียสัมพันธ์	0.5440	0.5830
การอนุรักษ์วัฒนธรรม	0.8480	0.7710

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) < 0.70

ปัจจัยตัวแปรค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) คือ ผู้มีส่วนได้เสียสัมพันธ์ค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.5440 และปัจจัยตัวแปรค่า Community คือ ผู้มีส่วนได้เสียสัมพันธ์ค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.5830 ของกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม

ตารางที่ 2 ปัจจัยตัวแปรค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) และ ค่า Community ของกลยุทธ์การบริการความสัมพันธ์กับลูกค้า

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่า Community
การรองรับความต้องการของลูกค้า	0.7930	0.7265
ระบบรองรับการปฏิบัติงานของพนักงาน	0.6935	0.6550
การติดตามข้อบกพร่อง	0.7700	0.6951
การจัดการความรู้	0.6555	0.6420
กระบวนการสั่งซื้อสินค้า	0.8760	0.8045
กระบวนการขายด้วยระบบอัตโนมัติ	0.8250	0.7385
การบริการผ่านระบบออนไลน์	0.7530	0.6730

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) < 0.70

ปัจจัยตัวแปรค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) คือ ระบบรองรับการปฏิบัติงานของพนักงาน มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.6935 และปัจจัยตัวแปรค่า Communalities คือ การจัดการความรู้ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.6420 ของกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่องกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) และกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management: CRM) ที่มีผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) ในประเทศไทย มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ศึกษาถึงประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร ได้แก่ ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) และความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) สอดคล้องกับ ดลฤดี ไต้เวชศาสตร์ และ วิจิต อู่อ้น (2560) ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ การรายงานทางการเงินบัญชีและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย ตัวแปรองค์ประกอบของ ประสิทธิภาพการรายงานทางการเงินบัญชี การรายงานที่ตรงต่อเวลา การรายงานที่ถูกต้องแม่นยำ การรายงานที่ โปร่งใส ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย และ เทคโนโลยี สารสนเทศ ความรู้เชิงการบัญชีและระบบสารสนเทศทางการเงินบัญชีที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ประเมินประสิทธิภาพและขีดความสามารถของ SMEs ไทยในภาคการผลิต ควรมีการส่งเสริมทางด้านตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิจัยเรื่องกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) และกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management: CRM) ที่มีผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) ในประเทศไทย ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร ด้านความสามารถในการทำกำไร (Profitability) และด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมถึงบริษัทที่เป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อจะได้ทำการเปรียบเทียบผลของการวิจัยและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จิรัฐติกาล วุฒิปันธุ์. (2549). ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางการเงินบัญชีและผลการดำเนินงานของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จุลชีพ เหล่าธนากิจ. (2549). การพัฒนาระบบสารสนเทศทางการเงินบัญชีสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกรณีศึกษา: ธุรกิจตัวแทนจัดงานการเดินทาง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพมหานคร : วิอินเทอร์พรีนซ์.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553). การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน. นนทบุรี : ธิงค์บียอนด์บุ๊คส์.
- Chen, Q., & Chen, H. (2004). Exploring the success factors of CRM Strategies in practice. Database Marketing & Customer Strategies Management, 11(4), 333-343.

การพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนในการปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมเพื่อรองรับโครงการการบริหารจัดการน้ำของภาครัฐ อำเภอม่วงก่ จังหวัดนครสวรรค์
DEVELOPING THE COMPETENCY OF COMMUNITIES TO ADAPT AND RESPOND TO CHANGES IN THE ECONOMY SOCIAL AND CULTURAL TO SUPPORT THE GOVERNMENT'S WATER ADMINISTRATIVE MANAGEMENT PROJECT IN MAE WONG DISTRICT, NAKHON SAWAN PROVINCE.

รติมา ภูริรุ่งภิญโญ*
 ปรียานันท์ โพธิ์ศิริวัฒน์**
 ชลอรัตน์ ศิริเชตรกรณ์***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาบริบทของชุมชนและผลกระทบจากสถานการณ์การเกิดอุทกภัยซ้ำซากและ การเกิดขึ้นของโครงการการบริหารจัดการน้ำของภาครัฐ อำเภอม่วงก่ จังหวัดนครสวรรค์ 2) เพื่อศึกษาถึงการรับรู้และกระบวนการปรับตัวลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชน และ3) เพื่อศึกษาการจัดการองค์ความรู้ที่มุ่งหวังเสริมสร้างศักยภาพของหน่วยงานในระดับท้องถิ่นและภาคประชาชนให้มีความสามารถในการวางแผนและปรับตัวต่อความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชน โดยเลือกเฉพาะเจาะจงตามพื้นที่ 4 ตำบล ได้แก่ ตำบลม่วงก่ ตำบลเขาชนกัน ตำบลวังชัน และ ตำบลแม่เลย์ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา โดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ ผลการวิจัย พบว่า การสร้างความเข้มแข็งในการเตรียมและวิธีการป้องกันสภาวะน้ำท่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการแก้ไขปัญหาอุทกภัยซ้ำซาก พบว่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมมีผลกระทบปานกลาง โดยปัญหาน้ำท่วมในพื้นที่ส่งผลกระทบต่อการคมนาคมมากที่สุด รองลงมาคือ ผลกระทบต่อการประกอบอาชีพ/กิจการ และน้อยที่สุด คือ ผลกระทบด้านสุขภาพ ในการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสภาวะน้ำท่วม พบว่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีการเตรียมรับมืออยู่ในระดับปานกลาง โดยการป้องกันทรัพย์สินมีค่ามีมากที่สุด รองลงมาคือ การป้องกันที่อยู่อาศัย และน้อยที่สุด คือ มีการเตรียมเครื่องนุ่งห่ม และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเกิดน้ำท่วม ช่วงที่เกิดน้ำท่วมประมาณเดือนสิงหาคม-ตุลาคม และช่วงที่น้ำท่วมประมาณ 3-7 วันและที่ท่วมหนักๆจะประมาณ 10-15 วัน มีระดับความรุนแรง สาเหตุที่ทำให้เกิดน้ำท่วมส่วนใหญ่เกิดจากสาเหตุปริมาณน้ำฝนที่ตกมาก รองลงมา คือ ขนาดของพื้นที่รับน้ำไม่เพียงพอ การตัดไม้ทำลายป่า และมีการสร้างสิ่งปลูกสร้างขวางทางน้ำ การศึกษาในครั้งนี้มีข้อสังเกตที่สำคัญ คือ ประการแรก แนวคิดการขยายตัวของแนวคิดท้องถิ่นนิยมเพื่อจัดการกับปัญหาอย่างสุดความสามารถ ประการที่สอง ความ

* ** อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

*** อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

รับผิดชอบของนักการเมืองที่มีต่อประชาชนในพื้นที่ ประการที่สาม การบริหารท้องถิ่นแบบมืออาชีพและประการสุดท้าย คือการจัดการเครือข่ายการทำงานของท้องถิ่น

คำสำคัญ : การพัฒนาขีดความสามารถของชุมชน, การปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลง, โครงการการบริหารจัดการน้ำของภาครัฐ

Abstract

The purposes of this study were 1) to study the community context and the impact of potential flood situation repeatedly and the beginning of government's water administrative management project, Mae Wong District, Nakhon Sawan, 2) to study, the perception and adaptive process characteristics. of changes in the economy, society and culture communities and 3) to study knowledge management which aimed to strengthen of the potential. quality of local agencies and the public having the ability to plan and adjust the risk of changes in economy, society and culture of the community. towards 4 sub-specific Districts, including Mae Wong This study was district, Kao Chokkan district, Wang San Sub-District and Mae Lay Sub-District. Tool used included questionnaires were analyzed by descriptive statistical processing method by frequency and percentage.

The results showed that the strengthening in the preparation and how to prevent flooding in order to strengthen the sense of community. To solve the flooding problem repeatedly, it found that the average impacted at the middle level. The flooding problems in the area affected to the transportation the most, followed by impacting, to careers / businesses and the least was the result on health. To prepare to cope with the flooding conditions, it appeared that the average of the respondents prepared in the middle level, by protecting the valuable assets the most, followed by protecting their hussies and the least was a preparation of clothings. Most of the respondents used to face with the flood in August - October of about 3-7 days, and heavy flooding were about 10-15 days with violent level. The cause of the flood mainly caused by heavy rainfall, followed by the size of the catchment area was not enough. Forest destruction and the built of barriers in the water. This study had significant observe action: firstly, concept expansion of the local concept to solve problems with their most. Abilities secondly, the responsibility of the politicians towards the population in the area and thirdly, local management by professional and lastly, local network management of working.

Keyword : Developing the competency of communities, adapt and respond to changes, government's water administrative management project

บทนำ

ที่ผ่านมาประเทศไทยประสบสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงทำให้เกิดพายุฝนมากกว่าปกติ ทำให้เกิดสถานการณ์น้ำท่วมขึ้นในหลายพื้นที่และส่งผลกระทบต่อพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง โดยเฉพาะจังหวัดพิจิตรและจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อประชาชนผู้ประสบภัยพิบัติได้รับผลกระทบทั้งทางด้านทรัพย์สิน ร่างกาย และจิตใจเป็นอย่างมาก โดยวิธีการแก้ปัญหาของภาครัฐจากกรณีแห่งแล้งคือการสร้างเขื่อนเพราะเชื่อว่าจะแก้ปัญหาหน้าได้ 2 ด้านคือน้ำแล้งและน้ำท่วมโครงการเขื่อนแม่วงก์ อ.แม่วงก์ จ.นครสวรรค์กำลังหยิบยกมาแก้ปัญหาดังกล่าวนี้ ซึ่งหลังจากที่คณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 10 เม.ย.2555 เห็นชอบในหลักการให้มีการก่อสร้างเขื่อนแม่วงก์ โดยใช้งบประมาณ 13,000 ล้านบาท และใช้เวลาในการก่อสร้าง 8 ปีแล้วเสร็จในปี 2562 แต่ก็มีข้อคัดค้านจากมูลนิธิและสมาคมทางด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างๆ พร้อมระบุเหตุผลคัดค้านว่าเขื่อนแม่วงก์ ด้วยเช่นกัน ประเด็นสำคัญที่ทำให้พื้นที่อำเภอแม่วงก์ จังหวัดนครสวรรค์ ต้องเผชิญกับความล่อแหลมและภัยอันตรายของอุทกภัย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของอุทกภัยความแห้งแล้งที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรและชุมชนท้องถิ่นปรากฏเห็นชัดเจนมากยิ่งขึ้นทุกที ซึ่งจากความเสียหายอันเนื่องมาจากปัญหาน้ำท่วมที่เกิดขึ้น จากปริมาณน้ำฝนที่มากขึ้น การจัดการปัญหาน้ำที่ไร้ประสิทธิภาพและไม่เป็นธรรม ส่งผลให้เกิดความเสียหายแก่พื้นที่เกษตรกรรมและชุมชนท้องถิ่นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

การบริหารจัดการอุทกภัยในอดีต มักให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาเฉพาะจุดหรือเฉพาะด้าน โดยขาดความระมัดระวังในเรื่องผลกระทบต่อชุมชนเหนือน้ำและท้ายน้ำ การพัฒนาพื้นที่น้ำท่วมถึงเป็นพื้นที่เศรษฐกิจชุมชนเมืองโดยขาดความระมัดระวังและมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาเฉพาะด้าน คือเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ในพื้นที่ลุ่มน้ำ โดยเฉพาะลุ่มน้ำขนาดเล็กจะส่งผลกระทบต่อปริมาณของน้ำท่วมสูงสุด กลไกการบริหารจัดการภาครัฐจำเป็นต้องปรับตัวให้ตอบสนองต่อปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรม เพื่อแก้ไขปัญหาของประเทศอย่างจริงจัง ดังนั้นการพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนในการปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมเพื่อรองรับโครงการการบริหารจัดการน้ำของภาครัฐ อำเภอแม่วงก์ จังหวัดนครสวรรค์ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยบรรเทาผลกระทบและความเสียหายจากภัยธรรมชาติ น้ำท่วม น้ำแล้งและเสริมสร้างความมั่นคงด้านทรัพยากรน้ำของประเทศ การวิเคราะห์ชนิดและความรุนแรงของภัยด้านน้ำระดับพื้นที่จะช่วยในการวางนโยบายและมาตรการที่เหมาะสมเพื่อลดผลกระทบและความสูญเสียทางด้านร่างกาย จิตใจ และทรัพย์สินของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาบริบทของชุมชนและผลกระทบจากสถานการณ์การเกิดอุทกภัยซ้ำซากและ และการเกิดขึ้นของโครงการการบริหารจัดการน้ำของภาครัฐ อำเภอแม่วงก์ จังหวัดนครสวรรค์
- 2) เพื่อศึกษาถึงการรับรู้และกระบวนการปรับตัวลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชน
- 3) เพื่อศึกษาการจัดการองค์ความรู้ที่มุ่งหวังเสริมสร้างศักยภาพของหน่วยงานในระดับท้องถิ่นและภาคประชาชนให้มีความสามารถในการวางแผน

ระเบียบวิธีวิจัย

1) วิธีการดำเนินการโครงการวิจัย

ขั้นที่ 1 รวบรวม สํารวจบริบทชุมชนในการทํารวบรวมข้อมูลแบบมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ขั้นที่ 2 สํารวจข้อมูลที่สอดคล้องเชื่อมโยงกับทฤษฎี ประเมินความเปราะบาง ความทําความเข้าใจกับความเสี่ยงกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชน



ขั้นที่ 3 พัฒนาศักยภาพ และกลยุทธ์การปรับตัว ดำเนินการและประเมินการปรับตัว ทําการเผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้ โดยมีเครือข่ายองค์กรภาคีที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วม

ภาพที่ 1 ขั้นตอนในการดำเนินงาน

ทั้งนี้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และความคิดเห็นเกี่ยวกับบริบทของชุมชนและวิถีในการดำเนินชีวิตของผู้ประสพภัยจากสถานการณ์การเกิดอุทกภัยซ้ำซาก ทั้งข้อมูลผลกระทบ องค์ความรู้เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการเตรียมและวิธีการป้องกันสภาวะน้ำท่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการแก้ไขปัญหาอุทกภัยซ้ำซาก รวมถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับการเกิดน้ำท่วมและผลกระทบและแนวโน้มของปัญหาการเกิดขึ้นของโครงการบริหารจัดการน้ำของภาครัฐ อำเภอม่วงกัก จังหวัดนครสวรรค์ โดยวิธีการประมวลผลตามหลักสถิติเชิงพรรณนาโดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายสรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา

การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับบริบทของชุมชนและวิถีในการดำเนินชีวิตของผู้ประสพภัยจากสถานการณ์การเกิดอุทกภัยซ้ำซากไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ป่าไม้ เช่น การปลูกป่า การดูแล และการป้องกันไฟป่า เป็นต้น ได้รับทราบข้อมูลปัญหาน้ำท่วมในพื้นที่ รับทราบจากปัญหาน้ำท่วมจากรถประกาศ (หน่วยงานภาครัฐ/เอกชน/ชุมชน) ข่าวสารที่ท่านได้รับคือความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับปัญหาน้ำท่วม (เช่นปัจจัยที่ก่อให้เกิดน้ำท่วม) กิจกรรมการมีส่วนร่วมในการรับมือและแก้ปัญหาน้ำท่วม คือช่วยดำเนินกิจกรรมป้องกันน้ำท่วม เช่น บรรจุน้ำหรือขนกระสอบทราย ทำแนวกันน้ำ สิ่งที่ท่านต้องการได้รับความช่วยเหลือในสถานการณ์น้ำท่วม คือ อาหาร เครื่องดื่ม และเครื่องนุ่งห่ม การเตรียมความพร้อมรับสถานการณ์น้ำท่วม คือ การเคลื่อนย้ายบุคคลในครอบครัว

และไม่ทราบสถานที่หรือหมายเลขโทรศัพท์ที่จะติดต่อเพื่อขอความช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉินน้ำท่วม โดยผลกระทบและแนวโน้มของปัญหาการเกิดขึ้นของโครงการบริหารจัดการน้ำของภาครัฐ อำเภอแม่वंก จังหวัดนครสวรรค์ มีความเห็นด้วยกับโครงการก่อสร้างเขื่อนแม่वंก เพราะ มีน้ำใช้ในการเกษตร และสามารถมีรายได้เพิ่มจากการทำประมง หรืออื่น ๆ ไม่เห็นด้วย เพราะ มีผลกระทบต่อทรัพยากรป่าไม้ และมีผลกระทบต่อสัตว์ป่า และสิ่งมีชีวิต เพราะ ยังไม่ได้รับข้อมูลที่ชัดเจน โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยเข้าร่วมการจัดกิจกรรม/ประชุมเกี่ยวกับโครงการสร้างเขื่อนแม่ เพราะ ไม่ทราบว่าต้องทราบอะไรบ้างในการมีส่วนร่วม และเคยเข้าร่วมการจัดกิจกรรม/ประชุมเกี่ยวกับโครงการสร้างเขื่อนแม่वंก เพราะมีความสนใจในส่วนตัว

อย่างไรก็ตามการเกิดเขื่อนแม่वंกทั้ง 3 ด้านโดยรวมอยู่ในระดับเท่าเดิม กล่าวคือ 1) ด้านเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับดีขึ้น จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ การขยายตัวของภาคเกษตรกรรม การขยายตัวของภาคบริการ/ท่องเที่ยว รายได้ต่อครัวเรือน และการจ้างงาน 2) ด้านสังคม โดยรวมอยู่ในระดับดีขึ้นทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน ความขัดแย้งของประชาชนในโครงการบริหารจัดการน้ำของภาครัฐ เขื่อนแม่वंก การรวมกลุ่มในชุมชน และปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน และ 3) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับเท่าเดิม อยู่ในระดับดีขึ้น จำนวน 1 ข้อ คือ คุณภาพดินและน้ำ อยู่ในระดับเท่าเดิม 1 ข้อ คือ มลพิษโดยรอบ เช่น ขยะ ควันพิษ และอยู่ในระดับที่แย่ลง 2 ข้อ คือ การเพิ่มขึ้นของปริมาณสัตว์ และระบบนิเวศ

ทั้งนี้ในกระบวนการบริหารและดำเนินการแก้ปัญหาที่เป็นรูปธรรมทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างไรกัน มีสาระสำคัญ ๆ คือ กำหนดนโยบายและองค์การจัดการน้ำของชาติให้ชัดเจน จากสภาพปัญหาเกี่ยวกับน้ำที่ประชาชนทุกภูมิภาคกำลังประสบอยู่ในปัจจุบันนี้ (การขาดแคลนน้ำและภัยแล้ง น้ำท่วมและอุทกภัย และน้ำเน่าเสีย) กล่าวได้ว่ามีแนวโน้มจากนโยบาย และแผนยุทธศาสตร์การแก้ปัญหาน้ำของรัฐแต่ละสมัยมีความไม่ชัดเจนและไม่ครอบคลุมการแก้ปัญหาในทุกด้าน ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่รัฐบาลจะต้องกำหนดนโยบายการจัดการน้ำหรือกระบวนการแก้ปัญหาน้ำของชาติในทุกด้านให้มีความชัดเจน เพื่อสร้างเป็นกรอบแห่งวิปฏิบัติระดับชาติให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดในทุกกลุ่มน้ำทั่วประเทศ ทั้งการจัดทำแผนแม่บทการจัดการปัญหาน้ำท่วมและอุทกภัย แบบบูรณาการ เพื่อแก้ปัญหาแต่ละพื้นที่และชุมชน แผนแม่บทนี้หมายถึงแผนหลักที่แสดงถึงยุทธศาสตร์การแก้ปัญหามีรายละเอียดระบุกำหนดวิธีการและโครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติ หรือดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมได้ หรือแม้แต่การจัดทำแผนแม่บทนี้ไม่ใช่แผนแบบคิดคำนึงอย่างทีนิยมทำกัน เป็นแผนงานและวิธีการที่ผ่านการศึกษาวิเคราะห์ในเชิงเทคนิควิธีการต่าง ๆ แล้วครบรอบด้าน มีความถูกต้องเหมาะสมทำแล้วเกิดประโยชน์แก้ปัญหามาได้ซึ่งประชาชนในสังคมผู้มีส่วนร่วมให้การยอมรับ ไม่เกิดผลกระทบต่อประชาชนและสังคม หรือหากมีผลกระทบก็สามารถแก้ไขเยียวยาให้ผู้ได้รับผลกระทบมีความพอใจได้

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาบริบทของชุมชนและวิถีในการดำเนินชีวิตของผู้ประสบภัยจากสถานการณ์การเกิดอุทกภัยซ้ำซากไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ป่าไม้ เช่น การปลูกป่า การดูแล และการป้องกันไฟป่า เป็นต้น ได้รับทราบข้อมูลปัญหาน้ำท่วมในพื้นที่ รับทราบจากปัญหาน้ำท่วมจากรถประกาศ (หน่วยงานภาครัฐ/เอกชน/ชุมชน) ข่าวสารที่ท่านได้รับคือความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับปัญหาน้ำท่วม (เช่นปัจจัยที่ก่อให้เกิดน้ำท่วม) กิจกรรมการมีส่วนร่วมในการรับมือและแก้ปัญหาน้ำท่วม คือช่วยดำเนินกิจกรรมป้องกันน้ำท่วม เช่น บรรจ หรือขนกระสอบทราย ทำแนวกันน้ำ สิ่งที่ท่านต้องการได้รับความช่วยเหลือในสถานการณ์น้ำท่วม คือ อาหาร เครื่องดื่ม และเครื่องนุ่งห่ม การเตรียมความพร้อมรับสถานการณ์น้ำท่วม คือ การเคลื่อนย้ายบุคคลในครอบครัว และไม่ทราบสถานที่หรือหมายเลขโทรศัพท์ที่จะติดต่อเพื่อขอความช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉินน้ำท่วม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของไททัศน์ มาลา วลัยพร ชิมศรีและวิไลลักษณ์ เรื่องสม (2558 : 75-83) ได้ศึกษาการบริหารจัดการอุทกภัยอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงชำอ้อ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงชำอ้อในการบริหารจัดการอุทกภัย 2) แนวทางในการบริหารจัดการอุทกภัยอย่างยั่งยืน

ขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงข่าอ้อ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นได้ดำเนินการจัดทำแผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยรวมทั้งด้านการจัดการอุทกภัย โดยเป็นการกำหนดและวิเคราะห์พื้นที่เสี่ยงภัยในพื้นที่การปฏิบัติการช่วงก่อนเกิดภัย ระหว่างเกิดภัย และหลังจากเกิดภัย แนวทางในการบริหารจัดการอุทกภัยอย่างยั่งยืน คือ การลดความเสี่ยงจากอุทกภัยถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการจัดการปัญหาอุทกภัยตั้งแต่ระดับปัจเจกชน ชุมชน จนถึงองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ในการป้องกันและลดผลกระทบจากอุทกภัยในพื้นที่ โดยการสำรวจพื้นที่เสี่ยงหรือจุดที่มีความอ่อนแอต่อการเกิดอุทกภัยในชุมชนเพื่อเป็นข้อมูลในการจัดลำดับความสำคัญในการดำเนินงานและเตรียมความพร้อมในการรับมือได้อย่างถูกต้อง การเตรียมความพร้อมสำหรับเครื่องมือพื้นฐานที่ใช้ในการช่วยเหลือประชาชน การที่ประชาชนเกิดการปรับตัวในวิถีการดำรงชีวิตที่ต้องปรับตัวอยู่กับน้ำ ตลอดจนการให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในเบื้องต้นเมื่อเกิดอุทกภัย

โดยผลกระทบและแนวโน้มของปัญหาการเกิดขึ้นของโครงการบริหารจัดการน้ำของภาครัฐ อำเภอม่วงก้ง จังหวัดนครสวรรค์ มีความเห็นด้วยกับโครงการก่อสร้างเขื่อนแม่วงก์ เพราะ มีน้ำใช้ในการเกษตร และสามารถมีรายได้เพิ่มจากการทำประมง หรืออื่น ๆ ไม่เห็นด้วย เพราะ มีผลกระทบต่อทรัพยากรป่าไม้ และมีผลกระทบต่อสัตว์ป่า และสิ่งมีชีวิต เพราะ ยังไม่ได้รับข้อมูลที่ชัดเจน โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยเข้าร่วมการจัดกิจกรรม/ประชุมเกี่ยวกับโครงการสร้างเขื่อนแม่วงก์ เพราะ ไม่ทราบว่าต้องทราบอะไรบ้างในการมีส่วนร่วม และเคยเข้าร่วมการจัดกิจกรรม/ประชุมเกี่ยวกับโครงการสร้างเขื่อนแม่วงก์ เพราะมีความสนใจในส่วนตัว ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบ และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการเกิดเขื่อนแม่วงก์ทั้ง 3 ด้านโดยรวมอยู่ในระดับเท่าเดิม 1) ด้านเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับดีขึ้น 2) ด้านสังคม โดยรวมอยู่ในระดับดีขึ้น 3) ด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับเท่าเดิม ซึ่ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ และอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบ และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการเกิดเขื่อนแม่วงก์ โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการสำรวจของ สุวิชา เป้าอารีย์ (2556) ที่ได้ทำการสำรวจการสร้างเขื่อนแม่วงก์ ผลการสำรวจพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างเขื่อนแม่วงก์นั้นส่วนใหญ่จะมีทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย แต่คนส่วนใหญ่จะเห็นด้วย เพราะการสร้างเขื่อนแม่วงก์จะทำให้สามารถป้องกันน้ำท่วมที่เกิดขึ้นทุกปีได้ โดยเกษตรกรและชาวบ้านมีแหล่งน้ำใช้เพื่อการเกษตร แต่ที่ไม่เห็นด้วย เพราะเกิดการทำลายป่าไม้และสัตว์ป่า และสิ่งที่รัฐบาลควรดำเนินการต่อไปกรณีกลุ่มคัดค้านการสร้างเขื่อนแม่วงก์นั้นควรเปิดเวทีสาธารณะเพื่อให้ทั้งฝ่ายสนับสนุนและคัดค้านได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี และสิ่งที่สำคัญควรทำประชาพิจารณ์ให้รอบด้านศึกษาถึงผลกระทบข้อดีและข้อเสียของโครงการ และควรชี้รายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างเขื่อนแม่วงก์ให้ประชาชนทั่วไปทราบทั่วกัน และท้ายสุดประชาชนในพื้นที่นครสวรรค์และจังหวัดอุทัยธานีต้องการให้รัฐบาลรับฟังความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่อยู่รอบบริเวณการก่อสร้างเขื่อนแม่วงก์ และประชาชนที่อยู่ตามลุ่มน้ำซึ่งได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของไททัศน์ มาลา, สุนทรชัย ซออบยศและพิศาล พรหมพิทักษ์กุล (2557 : 77-78) แนวทางในการจัดการอุทกภัย:กรณีศึกษาเทศบาลนครนนทบุรีมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการน้ำของเทศบาลนครนนทบุรีเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการอุทกภัยของเทศบาลนครนนทบุรี และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการจัดการอุทกภัยขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ระดับของการเตรียมตัวรับมือปัญหาน้ำท่วม เกิดจากการมีประสบการณ์ และมีองค์ความรู้ที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาน้ำท่วม ซึ่งประชาชนจะมีการเตรียมตัวรับมือจากปัญหาน้ำท่วม และการได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับประชาชนที่มีจุดเสี่ยงหรือกระทบต่อน้ำท่วมได้ง่าย
2. การเรียนรู้ ทำงานร่วมกัน และมีการประสานงานที่ดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะสามารถสร้างองค์ความรู้ และสามารถสร้างขวัญและกำลังใจให้กับชาวบ้าน มีส่วนร่วมในการดำเนินการประสานงานกับทุกฝ่ายเพื่อ

ช่วยเหลือชาวบ้านตั้งแต่ก่อนน้ำท่วม ระหว่างน้ำท่วมขัง และการฟื้นฟูเยียวยาหลังน้ำท่วม และสิ่งสำคัญคือเกิดชุมชนเข้มแข็ง อันจะเป็นฟันเฟืองหนึ่งที่สามารถรับมือกับสภาวะน้ำท่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการสัมภาษณ์ มีประเด็นกรณีความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการก่อสร้างเขื่อนแม่วงก์ มีทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย แต่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่กล้าที่จะตอบ อาจเนื่องจากไม่ทราบว่าผู้สัมภาษณ์ เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือเป็นฝ่ายใดในทางการเมือง หรือไม่ (ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เกรงกลัวเรื่องการเมืองท้องถิ่น) จึงไม่ค่อยจะกล้าตอบในประเด็นนี้ และจากการสำรวจผู้ให้สัมภาษณ์มีทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยกับโครงการก่อสร้าง เขื่อนแม่วงก์ เนื่องจากเสียดายทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ และคิดว่าพื้นที่ที่เคยเก็บหาผลผลิตจากป่า เช่น เห็ดโคน ผักหวานป่า และหน่อไม้ จะหมดสิ้นไปเพราะกลายเป็นอ่างเก็บน้ำ แต่ไม่มีอำนาจที่จะไปคัดค้านได้ เนื่องจากกลัวอำนาจนักการเมือง

2. การสำรวจและศึกษาข้อมูลประเภทที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน เพราะมีประเด็นเกี่ยวกับความคิดเห็น ความพึงพอใจ และความรู้สึก ซึ่งต่างคนก็ต่างความคิดกันไปผู้สัมภาษณ์ จึงควรต้องใช้วิจารณญาณ และ จิตวิทยาพอสมควร ในการพูดคุยตั้งคำถาม เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงประเด็น

เอกสารอ้างอิง

- ไททัศน์ มาลา, สุนทรชัย ขอบยศและพิศาล พรหมพิทักษ์กุล. (2557). แนวทางในการจัดการอุทกภัย: กรณีศึกษาเทศบาลนครนนทบุรี. **สถาบันพระปกเกล้า**, พฤษภาคม-สิงหาคม, หน้า 77-105.
- ไททัศน์ มาลา วลัยพร ชินศรีและวิไลลักษณ์ เรืองสม. (2558). การบริหารจัดการอุทกภัยอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงชำอ้อ อำเภอนองเสือ จังหวัดปทุมธานี. **วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์**. 5(2), หน้า 75-85.
- บุญยอาภา ศรีศิริรินทร์. (2555). เชื้อบ้านกุ่ม ผลกระทบทางเศรษฐกิจและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปกรณีศึกษา บ้านผาชัน ตำบลสำโรง อำเภอบึงสามพัน จังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารการเมืองการปกครอง**. 3(1) กันยายน 2555-กุมภาพันธ์ 2556, หน้า 79-98.
- ปิ่นณพงค์ วงศ์ณาศรี. (2559). ทูตทางสังคมกับข้อเสนอเชิงนโยบายของการบูรณาการทุนทางสังคมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. **สารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์** 16(1) มกราคม-มิถุนายน, หน้า 99-114.
- ปาริชาติ สังขทิพย์. (2546). **ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากโรงงานอุตสาหกรรม ที่ส่งผลต่อชุมชนแหลมฉิม จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ (ร.บ.ม.), ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. ๒๕๕๐. **ราชกิจจานุเบกษา**. เล่ม ๑๒๔ ตอนที่ ๕๒ ก วันที่ ๗ กันยายน ๒๕๕๐.
- พวงเพชร สุรัตน์วิกุล. (2542). **มนุษย์กับสังคม**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๕๐. ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๔ ตอนที่ ๔๗ ก หน้า ๑๒๔ สิงหาคม ๒๕๕๐.
- วิภาวี ฤกษ์นะภูติ และกิตติศักดิ์ ปลาทอง. (2560). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการชุมชนในภาวะมหาอุทกภัย ปี 2554: เรียนรู้ความสำเร็จจากชุมชนเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. **วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**, 30(2), 65 - 88.
- ศิริวรรณ มนอัคระผดุง. (2549). บทบาททุนทางสังคมกับการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน, **วารสารสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ**, 1(3) มีนาคม.
- ศุภวรรณ เจริญชัยสมบัติ. (2554). **การเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตชุมชนจากการท่องเที่ยวกรณีศึกษาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี**. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สมชาย หงษ์สมาทิพย์. (2542). **ผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจตกต่ำที่มีต่อชาวชนบทในเขตภาคกลาง : ศึกษาเฉพาะกรณีของหมู่บ้านหนองตาโล่ ตำบลชะแมบ อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกริก.

สุดาวรรณ มีบัว, วันชัย เอื้อจิตรเมศ และ วาที ทรัพย์สิน. (2560). การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชุมชนหมู่บ้านศรีวังจากการท่องเที่ยว. **วารสารนาคบุตรปริทรรศน์**. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 9(1), มกราคม - มิถุนายน 2560, หน้า 128-139.

สุวิชา เป้าอารีย์. (2556). **การสร้างเขื่อนแม่วงก์**. ศูนย์สำรวจความคิดเห็นนิต้าโพล. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

หัตสยา ไทยานนท์. ๒๕๕๕. **แนวทางการบริหารจัดการภัยพิบัติของชาติอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ.

อนันต์ เกตุวงศ์. (2532). **ผลกระทบของการพัฒนา**. กรุงเทพฯ : คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Nielsen, J., and Mack, R. L. (Eds.). (1994). **Usability Inspection Methods**, John Wiley & Sons, NewYork, 173-202

บทความวิชาการนำเสนอผลงานแบบโปสเตอร์

“มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 2”



แนวทางการพัฒนาระบบสารสนเทศคุณภาพเพื่อการบริหารผลการปฏิบัติงานของบุคลากร
มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ
GUIDELINES FOR THE DEVELOPMENT OF QUALITY INFORMATION SYSTEMS FOR
PERFORMANCE MANAGEMENT OF PERSONNEL OF RAJABHAT UNIVERSITY,
NORTHERN REGION

สุวชัย พิทักษ์ทิม¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร สำหรับการนำไปใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ 2) ประเมินประสิทธิภาพของระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากรที่พัฒนาขึ้น และ 3) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร สำหรับการนำไปใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรที่พัฒนาขึ้น โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ ระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร แบบสอบถามความพึงพอใจ และแบบประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร ที่พัฒนาขึ้นต้องสามารถทำงานร่วมกับโปรแกรมบริหารจัดการฐานข้อมูล MySQL หรือ Microsoft SQL Server Standard สามารถจัดการข้อมูลพื้นฐานของบุคลากร เช่น หน่วยงาน ตำแหน่ง ระดับการศึกษา เงินเดือน การลา และสามารถจัดการข้อมูลทะเบียนประวัติบุคลากร เช่น รายละเอียดส่วนบุคคล ประวัติการอบรม การเลื่อนขั้นเงินเดือน การนำเสนอผลงานวิชาการ ประวัติการลา เครื่องราชอิสริยาภรณ์ และการรับโทษทางวินัย เป็นต้น นอกจากนี้ระบบสามารถรายงานข้อมูลแยกเป็นรายบุคคล ตำแหน่ง และวันเดือนปีที่บรรจุ ซึ่งสะดวก รวดเร็วต่อการค้นหา นอกจากนี้ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบโดยรวมใน 4 ด้าน อยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.22$) และผู้มีความพึงพอใจต่อระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร สำหรับการนำไปใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.58$)

คำสำคัญ : ระบบสารสนเทศคุณภาพ, การบริหารผลการปฏิบัติงานของบุคลากร, มหาวิทยาลัยราชภัฏ

Abstract

The purposes of this study were to 1) develop the database system of personnel management in order to evaluate the performance of personnel, Faculty of Management Science Nakhon Sawan Rajabhat University, 2) to assess the effectiveness of the database system for personnel that has developed and 3) to evaluate the satisfaction of the user towards database system for personnel management, in order to evaluate the personnels. Sampling group was selected by specific purposive sampling. The tools used include database for personnel management, questionnaires for satisfaction and evaluation for effectiveness of information system

¹ อาจารย์ ดร.ประจำสาขาวิชาบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

for counseling and help students. The data were analyzed by frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that the database system of personnel management that has developed must be able to work with database management program MySQL or Microsoft SQL Server Standard, and could handle basic information of personnel. Such as agencies, position, education, salary, leaving days, and could manage the information of personnel records, such as personal details. Training, promotion academic presentation, history of leaving decorations and disciplinary punishment. Moreover, the system could report to separate individual position and chronological packed which was convenient, quick to find the result. Evaluation of the efficiency for the overall system in 4 dimensions was at good level ($\bar{x} = 4.22$) and the users were satisfied with the system administration for staff of adoption to evaluate the performance of personnel was at a high level ($\bar{x} = 4.58$).

Keyword: quality information systems, performance management of personnel, Rajabhat University

บทนำ

การพัฒนาทรัพยากรบุคคลจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องคัดกรต่าง ๆ กำลังให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะทรัพยากรบุคคลเปรียบเสมือนสินทรัพย์ที่ทรงคุณค่ามากที่สุดขององค์กร เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันขององค์กร ด้วยเหตุผลดังกล่าว องค์กรต่างๆ จึง พยายามที่จะแสวงหากกลยุทธ์หรือเครื่องมือต่างๆ มาใช้ในการบริหารทรัพยากรบุคคล เช่น การ บริหารจัดการผู้มีความสามารถสูง(Talent Management) การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลโดย ใช้ทักษะเป็นพื้นฐาน (Skill based Human Resource Management) การบริหารผลการ ปฏิบัติงาน (Performance Management) และการบริหารทรัพยากรบุคคลโดยใช้สมรรถนะเป็นพื้นฐาน (Competency-based Human Resource Management) เป็นต้น

จากเครื่องมือในการบริหารทรัพยากรบุคคลที่กล่าวมาแล้ว การบริหารทรัพยากรบุคคล โดยใช้สมรรถนะเป็นพื้นฐาน(Competency-based Human Resource Management) นับว่า เป็นเครื่องมือที่ผู้บริหารและนักบริหารทรัพยากรบุคคลกำลังให้ความสนใจและนิยมมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากสมรรถนะ (Competency) จะเป็นเครื่องมือพื้นฐานในการบริหารทรัพยากรบุคคล ด้านอื่นๆทั้งการบริหารจัดการผู้มีความสามารถสูง การบริหารผลการปฏิบัติงานการพัฒนา ความก้าวหน้าตามสายวิชาชีพ เป็นต้น การนำสมรรถนะมาประยุกต์ใช้ในการบริหารทรัพยากร บุคคลนั้น จะช่วยให้องค์กรได้บุคลากรที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้ผลการปฏิบัติงานตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร จากสภาวการณ์การเปลี่ยนแปลงของ โลกดังกล่าว ทำให้ องค์กรต่าง ๆ ต้องหันมาทบทวนพิจารณาสมรรถนะขององค์กร เพื่อให้้องค์กร สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงจากภายนอกได้ หากองค์กรต้องการที่จะสร้างความ ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) และสร้างขีดความสามารถที่จะต้านทาน ต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงนั้นได้จำเป็นต้องพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในองค์กรเสียก่อน ซึ่ง บุคลากรในองค์กรถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะช่วยส่งเสริมผลักดันให้สมรรถนะของ องค์กร เป็นสมรรถนะที่แท้จริงและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยให้ องค์กรมีความแข็งแกร่ง และสามารถยืนหยัดท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงได้ (สุทธิจ อุดมทรัพย์, 2550)

ปัจจุบันหลาย ๆ องค์กรได้มีการพัฒนาระบบบริหารงานบุคคลของหน่วยงานขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ให้กับการทำงาน และรองรับการขยายตัวขององค์กรในอนาคต ระบบดังกล่าวจะมีความแตกต่างกันตามความต้องการของแต่ละองค์กร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาระบบ

บริหารงานบุคลากร สำหรับคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกและช่วยจัดการด้านการประมวลผลของข้อมูลด้านบุคลากรในคณะฯ ให้มีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้งาน และเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบบริหารงานบุคคลอื่น ๆ ภายในมหาวิทยาลัยฯ และองค์กรอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาออกแบบ และพัฒนาระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร สำหรับการนำไปใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร สำหรับการนำไปใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้น
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร สำหรับการนำไปใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับประเมินประสิทธิภาพระบบที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีส่วนในการทดสอบ และใช้งานระบบบริหารงานบุคลากรที่พัฒนาขึ้น จำนวน 15 คน (Nielsen and Mack, 1994) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร สำหรับการนำไปใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร ที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ ผู้บริหาร บุคลากร เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนในใช้ระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร สำหรับการนำไปใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 30 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

การประเมินความสามารถของระบบ ซึ่งทำการประเมินจากความสามารถของระบบสารสนเทศคุณภาพเพื่อการบริหารผลการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบประเมินที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1) สร้างแบบประเมินซึ่งเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของระบบ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามวิธีการของ ลิเคอร์ท (Likert) มี 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 102-103) ดังนี้

5	หมายถึง	เหมาะสมมากที่สุด
4	หมายถึง	เหมาะสมมาก
3	หมายถึง	เหมาะสมปานกลาง
2	หมายถึง	เหมาะสมน้อย
1	หมายถึง	เหมาะสมน้อยที่สุด

โดยครอบคลุมข้อมูลประเมินความสามารถของระบบในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ประเมินความสามารถของระบบ (Functional Requirement Test) เป็นการประเมินความสามารถของระบบว่าตรงตามความต้องการมากน้อยเพียงใด จำนวน 4 ข้อ
2. ประเมินความถูกต้องของระบบ (Functional Test) เป็นการประเมินความถูกต้องของระบบว่าสามารถทำงานได้ถูกต้องตรงตามหน้าที่มากน้อยเพียงใด จำนวน 4 ข้อ

3. ประเมินลักษณะการใช้งาน (Usability Test) เป็นการประเมินลักษณะการใช้งานของระบบว่ามีความง่ายต่อการใช้งานมากน้อยเพียงใด จำนวน 6 ข้อ

4. ประเมินด้านการรักษาความปลอดภัย (Security Test) เป็นการประเมินด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลว่ามีมากน้อยเพียงใด จำนวน 3 ข้อ

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ในวันจันทร์-วันเสาร์ ในปีงบประมาณ 2561 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) รวบรวมเอกสารเกี่ยวกับงานสารบรรณ การพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC) การออกแบบแผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram) ระบบเครือข่ายและผลงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

2) วิเคราะห์และออกแบบนำมาทำการวิเคราะห์โดยใช้วงจร (System Development Life Cycle: SDLC) การออกแบบแผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram) พร้อมออกแบบส่วนติดต่อการใช้งานสำหรับระบบ

3) ทดสอบระบบ และปรับปรุงระบบ

4) ติดตั้งระบบ

5) เขียนคู่มือการใช้งานระบบ

7) ประเมินประสิทธิภาพของระบบผ่านเครือข่าย

8) วิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา

ระบบสารสนเทศคุณภาพเพื่อการบริหารผลการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ มีความสามารถจัดการข้อมูล 1) ข้อมูลพื้นฐานของบุคลากร ได้แก่ข้อมูลหน่วยงาน แผนก/ฝ่าย/กลุ่มงาน ข้อมูลตำแหน่งงาน ข้อมูลตำแหน่งทางวิชาการ ข้อมูลระดับการศึกษา ข้อมูลประเภทบุคคล ข้อมูลเงินเดือน และข้อมูลประเภทการลา 2) ทะเบียนประวัติบุคลากร เช่น ข้อมูลรายละเอียดส่วนบุคคล (ชื่อ/สกุล/วันเดือนปีเกิด/เลขบัตรประชาชน/กรุ๊ปเลือด/สถานะ) ข้อมูลครอบครัว ข้อมูลที่พักอาศัย ข้อมูลการจ้าง/แหล่งงบประมาณที่จ้าง ข้อมูลตำแหน่ง/เลขประจำตำแหน่ง ข้อมูลวุฒิที่บรรจุ ข้อมูลสายวิชาการ/สนับสนุน และ ข้อมูลบรรจุเป็นข้าราชการ/พนักงานมหาวิทยาลัย/ลูกจ้างชั่วคราว เครื่องราชอิสริยาภรณ์ และการรับโทษทางวินัย เป็นต้น 3) รายงานบุคลากร ได้แก่ รายงานข้อมูลบุคลากรแยกเป็นรายบุคคล รายงานข้อมูลแยกตามตำแหน่ง/สาขา/แผนก รายงานข้อมูลแยกตามประเภทบุคลากร รายงานข้อมูลแยกตามแหล่งงบประมาณการจ้าง และ รายงานข้อมูลแยกตามวัน/เดือน/ปีที่บรรจุ

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความสามารถของระบบ

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D	แปลผล
1. ด้านการประเมินความสามารถของระบบ (Function requirement test)			
1.1 มีการแสดงผลรายงาน	4.20	.56	ดี
1.2 มีการแจ้งเตือนการทำงาน เมื่อมีการกรอกข้อมูลซ้ำซ้อนและกรอกข้อมูลผิดพลาด	4.33	.62	ดี
1.3 ระบบสามารถใช้งานได้สะดวก ง่ายต่อการติดตั้ง	4.47	.74	ดี

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D	แปลผล
1.4 มีการ เพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลได้	4.53	.52	ดีมาก
1.5 สามารถดาวน์โหลดเอกสารได้	4.60	.63	ดีมาก
รวม	4.48		ดี
2. ด้านการประเมินความถูกต้องของระบบ (Functional test)			
2.1 การแสดงผลมีความถูกต้องและแม่นยำ	4.47	.64	ดี
2.2 ข้อมูลมีความถูกต้องและครอบคลุม	4.53	.52	ดีมาก
2.3 การอัปเดตรูปภาพมีความถูกต้อง แม่นยำ	4.53	.52	ดีมาก
2.4 การอัปเดตไฟล์มีความถูกต้อง	4.53	.52	ดีมาก
2.5 การค้นหาข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.33	.62	ดี
รวม	4.44		ดี
3. ด้านการประเมินความง่ายในการใช้งาน (Usability test)			
3.1 การออกแบบฟอร์ม	4.47	.64	ดี
3.2 การจัดวางองค์ประกอบของระบบมีความเหมาะสม	4.40	.63	ดี
3.3 การเชื่อมโยงไปยังเอกสารมีความเหมาะสม	4.33	.72	ดี
3.4 การจัดวางรูปแบบระบบง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	4.60	.51	ดีมาก
3.5 การจัดเมนูหรือหมวดหมู่สามารถใช้งานง่าย	4.40	.51	ดี
รวม	4.43		ดี
5. ด้านการประเมินด้านการรักษาความปลอดภัย(Security test)			
5.1 การกำหนดรหัสผู้ใช้ และรหัสผ่านในการตรวจสอบผู้ดูแลระบบ	3.51	.52	ดีมาก
5.2 การตรวจสอบสิทธิ์ก่อนการใช้งานของผู้ดูแลระบบ	3.55	.62	ดี
5.3 มีการป้องกันการผิดพลาดของระบบในการใช้งาน	3.53	.70	ดี
5.4 การควบคุมให้ใช้งานตามสิทธิ์ผู้ใช้ได้อย่างถูกต้อง	3.51	.59	ดี
5.5 การป้องกันรหัสผ่านอย่างง่าย	3.52	.49	ดี

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D	แปลผล
รวม	3.52	.62	ดี
รวมทุกด้าน	4.22	.64	ดี

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบ อยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.22$) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ด้านการประเมินความถูกต้องของระบบ ($\bar{X} = 4.44$) ด้านการประเมินความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.43$) ด้านการประเมินความสามารถของระบบ ($\bar{X} = 4.48$) ด้านการประเมินประสิทธิภาพของระบบ ($\bar{X} = 4.37$) ด้านการประเมินด้านการรักษาความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.52$)

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบ

หัวข้อประเมิน	\bar{X}	S.D	แปลผล
1. การเชื่อมโยงเมนูสู่เมนู	3.90	.84	มาก
2. การใช้สีและภาพกราฟิกมีความเหมาะสม	4.00	.74	มาก
3. การจัดการรูปแบบของการออกแบบ ระบบ มีความเหมาะสม	4.10	.76	มาก
4. การจัดการข้อมูล เช่น เพิ่ม ลบ แก้ไข มีความแม่นยำถูกต้อง	3.77	.68	มาก
5. การใช้ขนาดตัวอักษรในหน้าระบบมีความเหมาะสม	4.13	.73	มาก
6. การค้นหาข้อมูลบุคลากรมีความถูกต้อง รวดเร็ว	3.73	.69	มาก
7. การค้นหาข้อมูลบุคลากรมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.40	.62	มาก
8. การอัปโหลดไฟล์มีความถูกต้อง รวดเร็ว	3.83	.83	มาก
9. การอัปโหลดภาพมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.00	.79	มาก
10. การแสดงผลข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็ว	3.97	.56	มาก
รวม	4.00		มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ใช้งานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศคุณภาพเพื่อการบริหารผลการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ การค้นหาข้อมูลบุคลากรมีความถูกต้อง รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.40$) การใช้

ขนาดตัวอักษรในหน้าระบบมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.13$) และการจัดการรูปแบบของการออกแบบ ระบบ มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.10$)

อภิปรายผล

ระบบสารสนเทศคุณภาพเพื่อการบริหารผลการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ มีความสามารถจัดการข้อมูล 1) ข้อมูลพื้นฐานของบุคลากร 2) ทะเบียนประวัติบุคลากร 3) รายงานบุคลากร โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบ อยู่ในระดับดี และผู้ใช้งานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศคุณภาพเพื่อการบริหารผลการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เหตุผลที่เป็นเช่นนี้อาจมีเนื่องมาจาก โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัญหา และวิเคราะห์งานที่เกี่ยวข้องกับวิเคราะห์ระบบเดิมที่เกี่ยวข้องกับงานบุคลากร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งเป็นงานหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการบริหารงานบุคลากร หรืองานบุคคล ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อการบริหารงานของผู้บริหารองค์กร และงานสารบรรณ รวบรวมและศึกษาวิเคราะห์การปฏิบัติงาน ผลงานด้านต่าง ๆ ของบุคลากร และได้นำปัญหาข้างต้นมาทำการวิเคราะห์และออกแบบโดยมีการประยุกต์ขั้นตอนการวิจัย จากวงจรการพัฒนาชีวิต (System Development Life Cycle: SDLC) เพื่อให้การดำเนินการวิจัยมีระเบียบแบบแผนที่เหมาะสม มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอมรินทร์ จันทร์บุญนาค, สีน งามประโคน และ ระวิง เรืองสังข์ (2561) ได้ศึกษาการพัฒนากระบวนการบริหารงานบุคคลสู่ความเป็นเลิศของสถานศึกษา ผลการศึกษาพบว่า การตรวจสอบรูปแบบการบริหารงานบุคคลสู่ความเป็นเลิศของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ทั้ง 4 ด้าน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านความเป็นประโยชน์ ความเหมาะสม ความถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดได้แก่ความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

- 1) ข้อเสนอแนะด้านการนำไปใช้ ผู้ดูแลระบบควรมีการ Update ข้อมูล และสำรองข้อมูลทุกวัน เพื่อป้องกันข้อมูลสูญหายที่เกิดจากการโจรกรรมผ่านเครือข่าย
- 2) ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1) ควรมีการวิจัยเพิ่มฟังก์ชันการใช้งานของระบบในส่วนของการแจ้งเตือนข้อมูลการปฏิบัติหน้าที่ เช่น การขาด ลา มาสาย ตลอดจนข้อมูลด้านอื่น ๆ ในรูปแบบแจ้งเตือนไปยัง Line Application หรือ EMS ข้อความไปยังอุปกรณ์มือถือ
 - 2.2) ควรมีการวิจัยต่อยอดสำหรับการออกแบบและพัฒนากระบวนการเกี่ยวกับการบริหารงานด้านการประเมินเลื่อนผลการปฏิบัติงานเพื่อเลื่อนขั้นเงินเดือนสำหรับบุคลากรคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

เอกสารอ้างอิง

- ธนาชัย บุรณะวัฒนากุล และประสงค์ ปราณีตพลกรัง. (2558). การพัฒนาระบบสารสนเทศในการประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พรรณสุกิตต์ ทาทอง และ ลานนา หมื่นจันทร์. (2556). รายงานการวิจัย การพัฒนาระบบประกันคุณภาพการศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
- บุญชม ศรีสะอาด (2554). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- มานิตย์ สิงห์ทองชัย. (2558). ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจในรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. รายงานการวิจัย นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ลักขณา จาตกานนท์, ดวงรัตน์ แซ่ตั้ง, เนนิสา ไชยปุระ และธนพรรณ บุญรัตกลิน. 2554. การพัฒนาการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. รายงานการวิจัย เสนอต่อคณะเทคโนโลยีคหกรรม
- สุขวิทย์ พิมพ์แก้ว. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเอทีเอ็มสมาร์ตการ์ด ธนาคารกรุงเทพ. ฉบับที่ 2.
- สินชัย กิตติมงคลสุข. (2542). ระบบฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์เพื่องานซ่อมบำรุง. วารสาร วิจัยและพัฒนา มจร.
- เอมรินทร์ จันทร์บุญนาค, สีน งามประโคน และ ระวีง เรื่องสังข์. (2561). การพัฒนารูปแบบการบริหารงานบุคคลสู่ความเป็นเลิศของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร. 6(3),กรกฎาคม-กันยายน 2561, หน้า 1041-1055.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2546). การออกแบบและจัดการฐานข้อมูล. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- Nielsen, J., and Mack, R. L. (Eds.). (1994). Usability Inspection Methods, John Wiley & Sons, NewYork, 173-202.

การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

DEVELOPMENT OF INFORMATION SYSTEMS FOR SUPERVISION, COUNSELING AND ASSISTANCE FOR STUDENTS OF THE FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE, NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY

จากรุวรรณ ขอบประติถ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบ พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา 2) ประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา และ 3) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ ระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา แบบสอบถามความพึงพอใจ และแบบประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้งานสามารถบริหารจัดการข้อมูลนักศึกษา ข้อมูลสำหรับคำปรึกษาต่ออาจารย์ที่ปรึกษา หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ ได้แก่ 1) การให้การปรึกษาทางวิชาการ 2) การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวและสุขภาพจิต 3) การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ 4) การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการทำกิจกรรมนิสิต 5) การให้การปรึกษาเกี่ยวกับทุนการศึกษา (กยศ. และทุนอื่น ๆ ที่คณะฯ หรือมหาวิทยาลัยกำหนด) และ 6) การให้คำปรึกษาด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามระเบียบของมหาวิทยาลัยฯ และที่สำคัญส่วนอาจารย์สามารถเข้าถึง และตรวจสอบ ข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษา เช่น รหัสนักศึกษา ชื่อ สกุล สาขาวิชา ที่อยู่ บิดา-มารดา สถานะครอบครัว เป็นต้น และสามารถบริหารจัดการข้อมูลสำหรับการให้คำปรึกษาต่อนักศึกษาได้ โดยประเมินประสิทธิภาพของระบบโดยรวมใน 4 ด้าน อยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.39$) ได้แก่การประเมินด้านการรักษาความปลอดภัย ($\bar{x} = 4.55$) ความง่ายในการใช้งาน ($\bar{x} = 4.48$) ความถูกต้องของระบบ ($\bar{x} = 4.22$) และความสามารถของระบบ ($\bar{x} = 4.19$)

คำสำคัญ : ระบบสารสนเทศ, การดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา, คณะวิทยาการจัดการ

Abstract

This research aimed to 1) design and develop the information system for taking care of, counseling and supporting students, 2) evaluate the effectiveness of information systems for taking care of, counseling and supporting students, and 3) to evaluate the satisfaction of users, towards the information system for taking care of, counseling and supporting students. The sampling groups used in the study were divided into 2 groups by selecting the specific purposive sampling. The

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการและหัวหน้าศูนย์ให้คำปรึกษาทางวิชาการและแนะแนวเชิงรุก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

instruments included the information systems for taking care of, counseling and supporting students. Questionnaires for satisfaction and the performance evaluation system for taking care of, counseling and supporting students. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The research showed that users could manage the student information, information for consulting the advisors or those involved such as 1) to provide academic advisor, 2) counseling on the adjustment and mental health, 3) providing advices on the development of personality, 4) counseling on doing some students' activities 5) counseling about the scholarships (Government Loaning for Thai students and from other faculty or university) and 6) consulting other relevant regulations of the University. More the teacher could access and review the student's personal information such as name, surname, students, learning ,parents addresses and family status, etc., and could manage for counseling to the students by evaluating the performance of the overall system in 4 items which was level ($\bar{x} = 4.39$), such as an assessment of the security ($\bar{x} = 4.55$) ease of use ($\bar{x} = 4.48$) the accuracy of the system ($\bar{x} = 4.22$) and capability of system ($\bar{x} = 4.19$)

Keyword: information systems, counseling and assistance for students, Faculty of Management Science

บทนำ

อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นอาจารย์ที่คณะหรือมหาวิทยาลัยแต่งตั้งให้เป็นผู้ทำหน้าที่ปรึกษา มีหน้าที่หลักคือ การให้การปรึกษาทั้งทางวิชาการแก่นิสิตในความดูแลของตน และการให้การปรึกษาในด้านอื่นๆ อันจะส่งผลกระทบต่อ ถึงการพัฒนาความสามารถทางวิชาการของนิสิตด้วย ซึ่งในที่นี้จะจัดกลุ่มของการให้การปรึกษาออกเป็น 4 ลักษณะด้วยกันคือ การให้การปรึกษาทางวิชาการ การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวและสุขภาพจิต การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ และการให้การปรึกษาเกี่ยวกับการทำกิจกรรมนิสิต (ขวัญไพร สุราช และอภิชาติ เหล็กดี, 2559)

การเรียนรู้ในระดับสถาบันอุดมศึกษาต้องได้รับการดูแล ให้คำปรึกษา แนะนำ จากอาจารย์อย่างใกล้ชิด เพื่อเสริมสร้างทั้งความรู้และการให้คำปรึกษาอื่น ๆ ในการดำรงชีวิต อาจารย์ที่ปรึกษาเปรียบเสมือนพ่อแม่คนที่สองของนิสิต นักศึกษา ต้องรู้จักและเข้าใจนักศึกษาทุกคน รู้จุดเด่นหรือลักษณะพิเศษของแต่ละคน พร้อมทั้งรู้จักจุดที่ต้องแก้ไข อาจารย์ที่ปรึกษาจำต้องทำหน้าที่ป้องกันแก้ไข และส่งเสริมพัฒนาการของนักศึกษาอย่างเต็มที่ในการป้องกันนักศึกษา คือให้ความรู้ ให้คำแนะนำในส่วนต่างๆ ที่ช่วยให้นักศึกษาได้รอดพ้นจากอุปสรรคทางการเรียนต่าง ๆ รวมถึงเรื่องค่าใช้จ่าย ทุนการศึกษา และเรื่องส่วนตัว เมื่อนักศึกษาพบปัญหาใด ๆ จะต้องร่วมมือกับนักศึกษาแก้ไขอย่างทันที สนับสนุนนักศึกษาที่มีความสามารถพิเศษให้ได้พัฒนาตนเองให้เต็มศักยภาพอย่างเต็มที่ สิ่งที่อาจารย์ที่ปรึกษาช่วยเหลือ นักศึกษาทั้งหมดให้นักศึกษาประสบความสำเร็จจบการศึกษาทุกคนนั้น คือรางวัลชีวิตของอาจารย์ปรึกษาที่นำภูมิใจ (เทียน ทองแก้ว, 2558)

เหตุผลหนึ่งในการดำเนินงานของคณะทำงานอาจารย์ที่ปรึกษาวิชาการและอาจารย์ที่ปรึกษากิจกรรมนักศึกษา คือ เพื่อให้ระบบอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นกลไกหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพของบัณฑิตให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของมหาวิทยาลัย คือ การสร้างบัณฑิตที่เก่งและดี และการพัฒนานักศึกษาให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ

ปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นที่แต่ละประเทศต้องเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ซึ่ง

การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้กับระบบอาจารย์ที่ปรึกษา จะสามารถช่วยให้การบริหารจัดการงานอาจารย์ที่ปรึกษา สามารถดูแลและช่วยเหลือนักศึกษาได้ตลอดทั้งเวลา รวดเร็ว และได้ข้อมูลถูกต้อง ดังนั้นการเรียนรู้ในยุคสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงไปจะพบว่าเทคโนโลยีมีความสำคัญมากขึ้น โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสารโทรคมนาคม มีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาการศึกษา และระบบอาจารย์ที่ปรึกษา

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาระบบอาจารย์ที่ปรึกษา/ดูแลและช่วยเหลือนักศึกษา เพื่อให้สะดวกต่อการติดต่อ และช่วยเหลือให้คำปรึกษาแก่นิสิต นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ และสิ่งสำคัญจะเป็นฟันเฟืองสำคัญที่ขับเคลื่อนช่วยให้ระบบการจัดการศึกษาเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบงานกิจกรรมเกี่ยวกับนักศึกษาอื่น ๆ ภายในมหาวิทยาลัยฯ และองค์การอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาออกแบบ และพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้น
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร

1) ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา และนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับประเมินประสิทธิภาพระบบที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีส่วนในการทดสอบ และใช้งานระบบอาจารย์ที่ปรึกษา/ดูแลและช่วยเหลือนักศึกษา ที่พัฒนาขึ้น จำนวน 15 คน (Nielsen and Mack, 1994) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบอาจารย์ที่ปรึกษา/ดูแลและช่วยเหลือนักศึกษา ที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา และนักศึกษา ที่มีส่วนในใช้ระบบอาจารย์ที่ปรึกษา/ดูแลและช่วยเหลือนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 250 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.3.2 ตัวแปรที่วิจัย มีดังนี้

1) ตัวแปรต้น คือ ระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

2) ตัวแปรตาม คือ

2.1) ประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้น

2.2) ความพึงพอใจต่อระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1.4.1 ศึกษาความต้องการและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

1.4.2 วิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ซึ่งมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ส่วนของนักศึกษา

1.1 สามารถบริหารจัดการข้อมูลส่วนตัว เช่น รหัสนักศึกษา ชื่อ สกุล สาขาวิชา ที่อยู่ บิดา-มารดา สถานะครอบครัว เป็นต้น

1.2 สามารถบริหารจัดการข้อมูลสำหรับคำปรึกษาต่ออาจารย์ที่ปรึกษา หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ เช่นข้อมูล ดังนี้

1.2.1) การให้การปรึกษาทางวิชาการ

1.2.2) การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวและสุขภาพจิต

1.2.3) การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ

1.2.4) การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการทำกิจกรรมนิสิต

1.2.5) การให้การปรึกษาเกี่ยวกับทุนการศึกษา (กยศ. และทุนอื่น ๆ ที่คณะฯ หรือมหาวิทยาลัยกำหนด)

1.2.6) การให้คำปรึกษาด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามระเบียบของมหาวิทยาลัยฯ

1.3 สามารถสื่อสารการให้คำปรึกษาระหว่างอาจารย์และนักศึกษาตามรูปแบบที่คณะวิทยาการจัดการกำหนด

1.4 สามารถดำเนินการตามข้อกำหนดของคณะวิทยาการจัดการกำหนด

2. ส่วนของอาจารย์

2.1 สามารถเข้าถึง และตรวจสอบ ข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษา เช่น รหัสนักศึกษา ชื่อ สกุล สาขาวิชา ที่อยู่ บิดา-มารดา สถานะครอบครัว เป็นต้น

2.2 สามารถบริหารจัดการข้อมูลสำหรับการให้คำปรึกษาต่อนักศึกษาได้ เช่น ข้อมูล ดังนี้

2.2.1) การให้การปรึกษาทางวิชาการ

2.2.2) การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวและสุขภาพจิต

2.2.3) การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ

2.2.4) การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการทำกิจกรรมนิสิต

2.2.5) การให้การปรึกษาเกี่ยวกับทุนการศึกษา (กยศ. กรอ. หรือทุนอื่น ๆ ที่คณะฯ หรือมหาวิทยาลัยกำหนด)

2.2.6) การให้คำปรึกษาด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามระเบียบของมหาวิทยาลัยฯ

2.3 สามารถสื่อสารการให้คำปรึกษาระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษาและนักศึกษาตามรูปแบบที่คณะวิทยาการจัดการกำหนด

2.4 สามารถดำเนินการตามข้อกำหนดของคณะวิทยาการจัดการกำหนด

3) รายงาน สามารถเลือกรายงานข้อมูลได้ดังนี้

3.1) รายงานข้อมูลการให้คำปรึกษา/ดูแลและช่วยเหลือนักศึกษา เป็นรายบุคคล

3.2) รายงานข้อมูลการให้คำปรึกษา/ดูแลและช่วยเหลือนักศึกษา แยกตามห้อง และสาขาวิชา

3.3) รายงานอื่น ๆ ที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์กำหนดตามความจำเป็น หรือเหมาะสม

4) ระบบสำหรับผู้ดูแลระบบและระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูล

4.1) ระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาที่เสนอต้องเป็นแบบ Web Application พร้อมทั้งแสดงผล Web Site ไม่ว่าจะ เป็นระบบ Intranet หรือ Internet โดยผ่าน Browser เพียงตัวเดียว

4.2) ระบบจะต้องมีหน้าจอสําหรับผู้ดูแลระบบ เพื่อใช้สำหรับควบคุมการใช้งาน การกำหนดสิทธิการใช้งาน โปรแกรมในส่วนต่าง ๆ ระบบตรวจสอบการเข้าออกของผู้ใช้

4.2.1) ผู้ดูแลระบบสามารถดำเนินการเพิ่มเติมจำนวนกลุ่มผู้ใช้งานและสามารถเลือกกำหนดสิทธิการใช้งานได้ครอบคลุมทุกสิทธิ์ทุกเมนู

4.2.2) มีระบบรักษาความปลอดภัยของแต่ละระดับ ได้แก่ ผู้ใช้งาน ผู้ดูแลระบบ โดยแยกหน่วยงานย่อยได้ตามโครงสร้างขององค์กร

4.2.3) มีระบบการบันทึกรายละเอียดของผู้เข้าใช้ ได้แก่ IP Address, วัน-เวลา และชื่อผู้ใช้งาน เพื่อใช้ในการตรวจสอบบันทึกการทำงาน

4.2.4) ระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาที่เสนอต้องสามารถทำงานร่วมกับโปรแกรมบริหารจัดการฐานข้อมูล MySQL หรือ Microsoft SQL Server Standard

4.3) พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ข้อ 1.4.2

4.4) อีพไพลดระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ระบบผ่านเครือข่ายของมหาวิทยาลัยฯ

4.5) ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพของระบบ พร้อมปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

4.6) ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 เพื่อประเมินประสิทธิภาพระบบฯ และกลุ่มที่ 2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบฯ ที่พัฒนาขึ้น

4.7) ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จเรียบร้อยแล้ว และตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม

4.8) นำระบบที่พัฒนาขึ้นไปใช้งานจริง

4.9) วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผลการวิจัย

ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการดังนี้

3.5.1 การตรวจสอบข้อมูล โดยตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและนำแบบสอบถามมาตรวจความถี่ และให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยจำแนกข้อมูลตามลักษณะของคำถามดังนี้

1) แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ

(1) ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

(2) ตอนที่ 2 แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบซึ่งเป็นลักษณะของแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาเปรียบเทียบกับ เกณฑ์การแปลความหมายผู้วิจัยได้คัดแปลงมาจากแนวคิดของ มานิตย์ สิงห์ทองชัย (2558: 43)

ผลการศึกษา

1) ผลการออกแบบระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ครั้งนี้ ระบบมีความสามารถในการจัดการข้อมูลนักศึกษาสหกิจได้ตามขอบเขตของการศึกษา ได้แก่ 1) สามารถบริหารจัดการข้อมูลส่วนตัว เช่น รหัสนักศึกษา ชื่อ สกุล สาขาวิชา ที่อยู่ บิดา-มารดา สถานะครอบครัว เป็นต้น 2) สามารถบริหารจัดการข้อมูลสำหรับคำปรึกษาต่ออาจารย์ที่ปรึกษา หรือผู้

มีส่วนเกี่ยวข้องได้ คือ การให้การปรึกษาทางวิชาการ การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวและสุขภาพจิต การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการทำกิจกรรมนันทนาการ การให้การปรึกษาเกี่ยวกับทุนการศึกษา (กยศ. และทุนอื่น ๆ ที่คณะฯ หรือมหาวิทยาลัยกำหนด) และ การให้คำปรึกษาด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามระเบียบของมหาวิทยาลัยฯ 3) สามารถสื่อสารการให้คำปรึกษาระหว่างอาจารย์และนักศึกษาตามรูปแบบที่คณะวิทยาการจัดการกำหนด

2) ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ อยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การประเมินด้านการรักษาความปลอดภัย($\bar{X}= 4.55$) ความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X}=4.48$) ด้านความถูกต้องของระบบ($\bar{X}=4.22$) และด้านความสามารถของระบบ ($\bar{X}=4.19$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความสามารถของระบบ

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1.ด้านการประเมินความสามารถของระบบ			
1.1.มีการแสดงผลรายงาน	3.95	0.56	ดี
1.2 มีการ เพิ่ม ค้นหา แก้ไขข้อมูลได้	4.32	0.52	ดี
1.3 ระบบมีตอบสนองในการถามตอบกับข้อมูลที่ปรึกษา	4.17	0.74	ดี
1.4 ระบบมีความแม่นยำในการค้นหา	4.33	0.49	ดี
1.5 การอัปโหลดรูปภาพมีความรวดเร็วและแม่นยำ	3.95	0.52	ดี
รวม	4.19	0.61	ดี
2. ด้านการประเมินความถูกต้องของระบบ			
2.1 การแสดงผลมีความถูกต้องและแม่นยำ	4.18	0.64	ดี
2.2 ข้อมูลมีความถูกต้องและครอบคลุม	4.25	0.52	ดี
2.3 การอัปโหลดรูปภาพมีความถูกต้อง แม่นยำ	4.21	0.52	ดี
2.4 การค้นหาข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.23	0.62	ดี
รวม	4.22	0.58	ดี
3. ด้านการประเมินความง่ายในการใช้งาน			
3.1 การออกแบบภาพกราฟิก มีความชัดเจน เหมาะสม	4.52	0.64	ดีมาก
3.2 การจัดวางองค์ประกอบของระบบมีความเหมาะสม	4.40	0.63	ดี
3.3 การจัดวางรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่าน	4.60	0.51	ดี
3.4 การจัดเมนูหรือหมวดหมู่สามารถใช้งานง่าย	4.40	0.51	ดี
รวม	4.48	0.58	ดี
5. ด้านการประเมินด้านการรักษาความปลอดภัย			
5.1 การกำหนดรหัสผู้ใช้ และรหัสผ่านในการตรวจสอบผู้ดูแลระบบ	4.58	0.70	ดีมาก
5.2 การตรวจสอบสิทธิ์ก่อนการใช้งานของผู้ดูแลระบบ	4.59	0.62	ดีมาก
5.3 มีการป้องกันการผิดพลาดของระบบในการใช้งาน	4.45	0.52	ดี

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
5.4 การควบคุมให้ใช้งานตามสิทธิ์ผู้ใช้ได้อย่างถูกต้อง	4.57	0.59	ดี
รวม	4.55	0.58	ดี
รวมทุกด้าน	4.39	0.58	ดี

3) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือ นักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์พบว่าผู้ใช้งานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับต่อระบบ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ การอัปเดต โฟล์มีความถูกต้อง รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.98$) ความสามารถระบบในการให้คำปรึกษา ($\bar{X} = 4.88$) และการอัปเดตภาพมีความถูกต้อง รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.62$) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบ

หัวข้อประเมิน	\bar{X}	S.D	แปลผล
1 .การเชื่อมโยงเมนูสู่เมนู	4.48	.84	มากที่สุด
2. การใช้สีและภาพกราฟิกมีความเหมาะสม	4.56	.74	มากที่สุด
3. ความสามารถระบบในการให้คำปรึกษา	4.88	.76	มากที่สุด
4. การจัดการข้อมูล เช่น เพิ่ม ลบ แก้ไข มีความแม่นยำถูกต้อง	4.32	.68	มากที่สุด
5. การใช้งานขนาดตัวอักษรในหน้า Web Site มีความเหมาะสม	4.44	.73	มากที่สุด
6. การค้นหาข้อมูลสถานประกอบการมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.12	.69	มาก
7. การค้นหาข้อมูลนักศึกษามีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.31	.62	มากที่สุด
8. การอัปเดตโฟล์มีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.98	.83	มากที่สุด
9. การอัปเดตภาพมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.62	.79	มากที่สุด
10. การแสดงผลข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็ว	4.15	.56	มาก
รวม	4.49	.58	มากที่สุด

อภิปรายผล

1) การออกแบบระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือ นักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ครั้งนี้ ระบบมีความสามารถในการจัดการข้อมูลนักศึกษาสหกิจได้ตามขอบเขตของการศึกษา ได้แก่ 1)สามารถบริหารจัดการข้อมูลส่วนตัว เช่น รหัสนักศึกษา ชื่อ สกุล สาขาวิชา ที่อยู่ บิดา-มารดา สถานะครอบครัว เป็นต้น 2) สามารถบริหารจัดการข้อมูลสำหรับคำปรึกษาต่ออาจารย์ที่ปรึกษา หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ คือ การให้การปรึกษาทางวิชาการ การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวและสุขภาพจิต การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ การให้การปรึกษาเกี่ยวกับการทำกิจกรรมนิสิต การให้การปรึกษาเกี่ยวกับ

ทุนการศึกษา (กยศ. และทุนอื่น ๆ ที่คณะฯ หรือมหาวิทยาลัยกำหนด) และ การให้คำปรึกษาด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามระเบียบของมหาวิทยาลัยฯ 3) สามารถสื่อสารการให้คำปรึกษาระหว่างอาจารย์และนักศึกษาตามรูปแบบที่คณะวิทยาการจัดการกำหนด ที่เป็นเช่นนี้อาจมีสาเหตุมาจากผู้ศึกษาทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่อาจารย์นิเทศ และสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานระบบ และ ศึกษาหลักการและทฤษฎีรวมทั้งเครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการสร้างเว็บไซต์เพื่อหารูปแบบที่มีความเหมาะสม โดยมีการวิเคราะห์และออกแบบระบบออกเป็น 2 ระดับคือ ขั้นต้น และขั้นสูง ซึ่ง ขั้นต้น (Basic System Analysis) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับทราบปัญหา หรือความต้องการของผู้ใช้ 2) กำหนดบริบท และแผนภาพโครงสร้างบริบท 3) การเขียนผังการไหลของข้อมูลในระดับต่างๆ 4) การอธิบายรายละเอียด Process 5) กำหนด Cardinality เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของ Entities ทั้งหมด และการวิเคราะห์ขั้นสูง (Advance System Analysis) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) ออกแบบฐานข้อมูล ใช้วิธีการ Normalization หรือ Entity Relationship Model 2) กำหนดรายละเอียด Attribute ที่มีในแต่ละ Table 3) การออกแบบส่วนแสดงผล แยกออกเป็น รายงาน เอกสาร และข้อความ 4) แสดงผลโดยตรงจากข้อมูลนำเข้า(Input to Output : I2O) โดยสามารถแสดงผลได้ทั้งกระดาษ และจอภาพ การออกแบบ Output Design และ 5) ออกแบบการนำข้อมูลเข้าไปในระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อหลีกเลี่ยงความสับสนของผู้ใช้ แบ่งออกเป็น 2 พฤติกรรม คือ ออกแบบฟอร์มเอกสารกรอกข้อมูล และ ออกแบบส่วนติดต่อกับผู้ใช้ ซึ่งมี 3 ชนิด คือ ส่วนติดต่อกับผู้ใช้ด้วยเมนู ด้วยคำสั่ง และด้วยกราฟิก และจากนั้นได้นำระบบที่ผ่านการวิเคราะห์และออกแบบเสนอผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านสื่อ เนื้อหาตรวจสอบความถูกต้องรูปแบบของความครบถ้วนของข้อมูล สอดคล้องกับการศึกษาของ ยุภา สุงษา และ ทัศนันทน์ ตรีนันทรัตน์ (2556) ได้ศึกษาการพัฒนาเว็บอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ โดยศึกษาจากหลัก การและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ังกับ หน้าที่และความรับผิดชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลจากปัญหาและความต้องการของอาจารย์ที่ปรึกษาและนักศึกษา โดยการพัฒนาเป็น Web Application การวิเคราะห์ระบบและออกแบบระบบใช้แบบวงจรการพัฒนาเว็บ (SDLC) โดยใช้ Apache เป็น Web Server และภาษา PHP ในการพัฒนาโปรแกรมเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้วย MySQL

2) ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ อยู่ในระดับดี ที่เป็นเช่นนี้อาจมีสาเหตุมาจากผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ของรัฐ และประชาชนที่ต้องการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ศึกษาหลักการและทฤษฎีรวมทั้งเครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาระบบเพื่อหารูปแบบที่มีความเหมาะสม รวมไปถึงได้ศึกษาการวิเคราะห์ระบบอย่างถูกต้อง ตามขั้นต้น (Basic System Analysis) ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน สอดคล้องกับการศึกษาของ ยุภา สุงษา และ ทัศนันทน์ ตรีนันทรัตน์ (2556) ได้ศึกษาการพัฒนาเว็บอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ โดยศึกษาจากหลัก การและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่และความรับผิดชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลจากปัญหาและความต้องการของอาจารย์ที่ปรึกษาและนักศึกษา โดยการพัฒนาเป็น Web Application การวิเคราะห์ระบบและออกแบบระบบใช้แบบวงจรการพัฒนาเว็บ (SDLC) และสอดคล้องกับสำเนา ขจรศิลป์ (2533) ได้ศึกษาการพัฒนาเว็บอาจารย์ที่ปรึกษาวิชาการระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบอาจารย์ที่ปรึกษาวิชาการระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย และขวัญไพร สุราช และอภิชาติ เหล็กดี (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาเว็บอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์ มีวัตถุประสงค์ ผลการศึกษาพบว่าผลการประเมินคุณภาพระบบอาจารย์ที่ปรึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3) การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ พบว่าผู้ใช้งานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับต่อระบบโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้อาจมีสาเหตุมาจากศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง

แบบสอบถามความพึงพอใจและวิธีการสร้างแบบประเมินจากหนังสือการศึกษาเบื้องต้น และหนังสือการวัดผลและประเมินผลการศึกษา มีการกำหนดกรอบที่จะประเมิน โดยแบ่งประเด็นที่จะประเมิน และมีการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจตามรูปแบบการวิจัยที่ได้ศึกษา สอดคล้องกับการศึกษาของขวัญไพร สุราช และอภิชาติ เหล็กดี (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาาระบบอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์ มีวัตถุประสงค์ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับชนิษฐา อินทะแสง และสุวัฒน์ บรรลือ (2561) ได้ศึกษาการพัฒนาาระบบสารสนเทศ สำหรับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศสำหรับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยภาพรวม มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.12 จากผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าระบบที่พัฒนาขึ้นนี้ใช้งานได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้ระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ต้นแบบสำหรับการอ้างอิงในการพัฒนาระบบอาจารย์ที่ปรึกษา/ดูแลและช่วยเหลือนักศึกษาให้แก่หน่วยงานหรือคณะต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ รวมไปถึงองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ สนับสนุนต่อการผลิตบัณฑิตที่มีมาตรฐานทางการศึกษาที่สูงขึ้น พร้อมทั้งเกิดการยกระดับคุณภาพของระบบการศึกษาโดยรวม สำหรับการศึกษาค้นคว้าต่อไปควรทำการเปรียบเทียบสมรรถนะ Benchmarking รูปแบบและองค์ประกอบอื่น ๆ ของระบบการให้คำปรึกษา กับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ หรือหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ด้านการให้คำปรึกษาโดยตรง ทั้งนี้ เพื่อให้ได้รับข้อมูลด้านทางเลือกในการให้คำปรึกษาที่หลากหลายรูปแบบ โดยผ่านขั้นตอนการคัดเลือกแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาอย่างเป็นระบบ

เอกสารอ้างอิง

- ชนิษฐา อินทะแสง และ สุวัฒน์ บรรลือ. (2561). การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, หน้า 328-338.
- ขวัญไพร สุราช และอภิชาติ เหล็กดี. (2559). การพัฒนาระบบอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์. การประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 2, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม วันที่ 30-31 มีนาคม 2559.
- ฉัตรชัย อินทรประพันธ์ และชลธิชา แสงงาม. (2560). การพัฒนาระบบอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ครั้งที่ 2 และการประชุมวิชาการระดับชาติ เครือข่ายสหวิทยาการภาคกลาง สำนักงานราชบัณฑิตยสภา ครั้งที่ 3. หน้า 193-203.
- เทือน ทองแก้ว. (2553). [ออนไลน์]. ความสำคัญหน้าที่อาจารย์ที่ปรึกษา. [สืบค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2560]. จาก <https://www.gotoknow.org/posts/324191>.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- มานิตย์ สิงห์ทองชัย. (2558). ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจในรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. รายงานการวิจัย นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

- ยุภา สุธงษา และ ทศนันท์ ตรีนันทรรัตน์. (2556). การพัฒนาระบบอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. **ราชภัฏเพชรบูรณ์สาร**. 15(2). กรกฎาคม-ธันวาคม, หน้า 86-92.
- สำเนาวิ ขจรศิลป์. (2533). **ระบบอาจารย์ที่ปรึกษา**. กรุงเทพมหานคร : ทบวงมหาวิทยาลัย.
- Nielsen, J., and Mack, R. L. (Eds.). (1994). **Usability Inspection Methods**, John Wiley & Sons, NewYork, 173-202.
- Padoungkiat. (2554). **การออกแบบเว็บไซต์** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://patamweb.blogspot.com> (วันที่ค้นข้อมูล : 3 พฤศจิกายน 2561).

การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันระบบขอใช้ยานพาหนะ
ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด
WEB APPLICATION DEVELOPMENT FOR VEHICLE USAGE REQUEST SYSTEM
OF KAMPHAENG PHET RAJABHAT UNIVERSITY MAESOT

กุลณัฐ นันทา, ศกัญญา ปัญญาดิษฐ์วงศ์*
เอกรัฐ ปัญญาเทพ**

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันระบบขอใช้ยานพาหนะของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด เป็นการวิจัย และพัฒนา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาเว็บแอปพลิเคชันระบบการขอใช้ยานพาหนะ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บแอปพลิเคชัน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นบุคลากรประจำงานยานพาหนะจำนวน 2 คน และบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ ที่มีสิทธิ์ในการขอใช้ยานพาหนะจำนวน 61 คน จัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลัก และเลือกสัมภาษณ์บุคลากรของมหาวิทยาลัยแบบเจาะจงเพื่อให้ได้มาซึ่งสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาระบบ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา นำความต้องการที่ได้มาพัฒนาเป็นเว็บแอปพลิเคชันตามแนวทางวงจรการพัฒนาแบบเชิงเส้นตรง โดยใช้ภาษา PHP รุ่น 7.2 ร่วมกับภาษา HTML รุ่น 5 Javascript และ CSS รุ่น 3 พัฒนาระบบปฏิบัติการ Microsoft Windows รุ่น 7 ที่ติดตั้งโปรแกรม Apache รุ่น 2.4 เพื่อให้บริการเว็บ และใช้ MariaDB รุ่น 10.3 เป็นระบบจัดการฐานข้อมูล ผลการศึกษาพบว่าเว็บแอปพลิเคชันระบบขอใช้ยานพาหนะที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 4 ระบบย่อย ผลจากแบบสอบถามความพึงพอใจผู้ทดลองใช้ระบบที่จำนวน 20 คน พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.39 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54

คำสำคัญ: เว็บแอปพลิเคชัน, ระบบขอใช้ยานพาหนะ

Abstract

The study entitled "Web Application Development for Vehicle Usage Request System of Kamphaeng Phet Rajabhat University Mae Sot", a research and development, aimed to develop a web application for vehicle usage request system of Kamphaeng Phet Rajabhat University Maesot (KPRUMS) and to evaluate user satisfaction. Populations in this research consisted of 5 people as key informant from vehicle department, and 61 KPRUMS' s employees who had a vehicle reservation system permission. To collect vehicle usage request system issues and gather web application requirements, interview form was conducted on all key informants and some employees sampled by specific method. Data was analyzed by content analysis method. The analyzed requirements were implemented using linear system development life circle approach (Linear SDLC). Web application requirements was implemented using PHP 7.2, HTML 5, JavaScript, and CSS3. The system was developed on Microsoft Windows 7. Apache 2.4 was used as a web

* หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

** ปรัชญาคุณภักดิ์บัณฑิต (ปร.ด.) สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจและการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

server application and MariaDB 10.3 was used as a database management system. The study results showed that the developed application consisted of 4 sub-systems. The results from 20 user satisfaction questionnaires revealed that users were satisfied with the overall system at a high level ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.54).

Keywords: Web Application, Vehicle Usage Request System

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของเราและมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้องค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ได้นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน โดยนำมาใช้ในการทำงานในทุกๆ หน่วยงานย่อยขององค์กรมากขึ้น เช่นเดียวกันการกับทำงานขององค์กรภาครัฐ ที่ปัจจุบันมีการขับเคลื่อนให้หน่วยงานราชการมีการปรับเปลี่ยนการทำงานโดยนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ครอบคลุมกระบวนการทำงานด้านต่างๆ มากยิ่งขึ้น (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559, หน้า 46) กระบวนการทำงานด้านการให้บริการยานพาหนะของหน่วยงานภาครัฐ เป็นอีกกระบวนการหนึ่งที่หน่วยงานจะต้องมีขั้นตอนการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับนโยบายการใช้นโยบายการใช้นโยบายของสำนักนายกรัฐมนตรี (ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยรถราชการ, 2545) ก็เป็นอีกกระบวนการที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินงานในหลายๆ หน่วยงานของภาครัฐ (จิระเศรษฐ์ แพมมงคล, 2556; ชวนิตย์ สุภาศักดิ์, 2558; นิमित ตาน้อย และคนอื่นๆ, 2559; ศิลปพันธ์ อิศรภักดี, 2558)

อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด ได้พบว่าการขอใช้ยานพาหนะของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด การติดต่อขอใช้ยานพาหนะมีความยุ่งยากและล่าช้า เนื่องจากบุคลากรในมหาวิทยาลัยจะต้องติดต่อกับเจ้าหน้าที่เอง เพื่อสอบถามตารางการใช้รถทางโทรศัพท์ หากเจ้าหน้าที่ไม่อยู่หรือไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ก็ไม่สามารถติดต่อขอใช้รถได้ และการลงบันทึกขอใช้ยานพาหนะยังเป็นการบันทึกลงในสมุดบันทึกทำให้การค้นหาตารางการใช้งานหรือการจองการใช้งานล่วงหน้าเป็นไปด้วยความล่าช้า

จากปัญหาที่กล่าวมา จึงได้มีแนวคิดในการพัฒนาระบบการขอใช้ยานพาหนะในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการยานพาหนะ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในการขอใช้ยานพาหนะได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันระบบขอใช้ยานพาหนะ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บแอปพลิเคชันระบบขอใช้ยานพาหนะ

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากฝ่ายยานพาหนะจำนวน 2 คนประกอบด้วย หัวหน้าฝ่ายยานพาหนะ เจ้าหน้าที่ฝ่ายยานพาหนะ และกลุ่มบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ ที่มีสิทธิ์ในการขอใช้ยานพาหนะจำนวน 61 คน โดยทั้งสองกลุ่มจะให้ข้อมูลในส่วนของสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น ความต้องการของระบบ และความพึงพอใจในการใช้ระบบ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการของระบบ จัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทุกหน่วย และสุ่มสัมภาษณ์บุคลากรของมหาวิทยาลัยที่มีสิทธิ์ใช้รูปแบบเจาะจงเพื่อให้ได้มาซึ่งสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาระบบ

เครื่องมือที่ใช้ในส่วนการวิเคราะห์ระบบประกอบด้วย แผนผังกระแสการไหลของข้อมูล (Data Flow Diagram: DFD) แบบจำลองโครงสร้างฐานข้อมูล (Entity-Relationship Diagram: E-R Diagram)

เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาระบบใช้ภาษา PHP รุ่น 7.2 ร่วมกับภาษา HTML รุ่น 5 Javascript และ CSS รุ่น 3 พัฒนาระบบปฏิบัติการ Microsoft Windows รุ่น 7 ที่ติดตั้งโปรแกรม Apache รุ่น 2.4 เพื่อให้บริการเว็บ และใช้ MariaDB รุ่น 10.3 เป็นระบบจัดการฐานข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบที่พัฒนาขึ้นจะใช้แบบสอบถามความพึงพอใจมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

วิธีการดำเนินงาน

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนาระบบ ใช้วงจรการพัฒนาระบบเชิงเส้นตรงแบบน้ำตก (Linear SDLC: Waterfall Model) (อิทธิกร แทนมงคลมาศ, 2561) โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักและสุ่มสัมภาษณ์บุคลากรของมหาวิทยาลัยที่มีสิทธิ์ใช้รูปแบบเจาะจงเพื่อให้ได้มาซึ่งสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาระบบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

2. ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการทำงาน

ศึกษาค้นคว้าข้อมูลได้รวบรวมแนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบ

3. วิเคราะห์ข้อมูลและออกแบบโปรแกรม

นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนก่อนหน้า นำไปสู่การวิเคราะห์และออกแบบระบบทางคอมพิวเตอร์โดยใช้แผนผังกระแสการไหลของข้อมูล เพื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์และแสดงการเคลื่อนย้ายข้อมูลภายในระบบ รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และใช้แบบจำลองโครงสร้างฐานข้อมูลในการออกแบบฐานข้อมูล

4. จัดทำโปรแกรม

ระบบขอใช้ยานพาหนะดำเนินการจัดทำโปรแกรมตามข้อมูลที่ได้จากการออกแบบระบบโดยใช้ภาษา PHP 7.2 ร่วมกับ HTML5 CSS3 และภาษา JavaScript

5. ทดสอบโปรแกรม

ทดสอบโปรแกรมหน่วยย่อยโดยการใช้ชุดข้อมูลย้อนหลังมาทดลองป้อนสู่ระบบ และนำโปรแกรมที่จัดทำแล้วนำมาทดลองใช้งานกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายยานพาหนะ และอาจารย์ในมหาวิทยาลัย เพื่อดูการตอบสนองของระบบ และหาข้อผิดพลาดในระบบ เพื่อนำไปแก้ไขต่อไป

6. ปรับปรุง และแก้ไขตัวโปรแกรม

เมื่อเกิดปัญหาหลังจากที่ทดลองใช้โปรแกรมหรือเกิดข้อผิดพลาดขึ้น ทำการหาสาเหตุ เพื่อปรับปรุงแก้ไขโปรแกรมและบำรุงรักษาต่อไป

7. จัดทำคู่มือ และเอกสารประกอบโปรแกรม

เมื่อทำการจัดทำและแก้ไขโปรแกรมเสร็จสิ้นแล้ว จึงดำเนินการจัดทำคู่มือ และเอกสารประกอบของโปรแกรม

8. จัดฝึกอบรม ทดลองใช้งานและประเมินผลความพึงพอใจในการใช้งานระบบ

จัดฝึกอบรมเชิงสาธิตให้กับผู้ให้ข้อมูลหลักและกลุ่มบุคลากรของมหาวิทยาลัย ให้ผู้ใช้ทดลองใช้งาน และทำการประเมินความพึงพอใจ จัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่ปรับปรุงจาก Keldin Begin (2558) นำผลจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ประกอบด้วย ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จากนั้นนำมาแปลผลความพึงพอใจโดยใช้แนวคิดของ Likert (เดิมศักดิ์ สุขวิบูลย์, 2552; GreedisGoods, 2561) ดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายความว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายความว่า ความพึงพอใจปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายความว่า มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

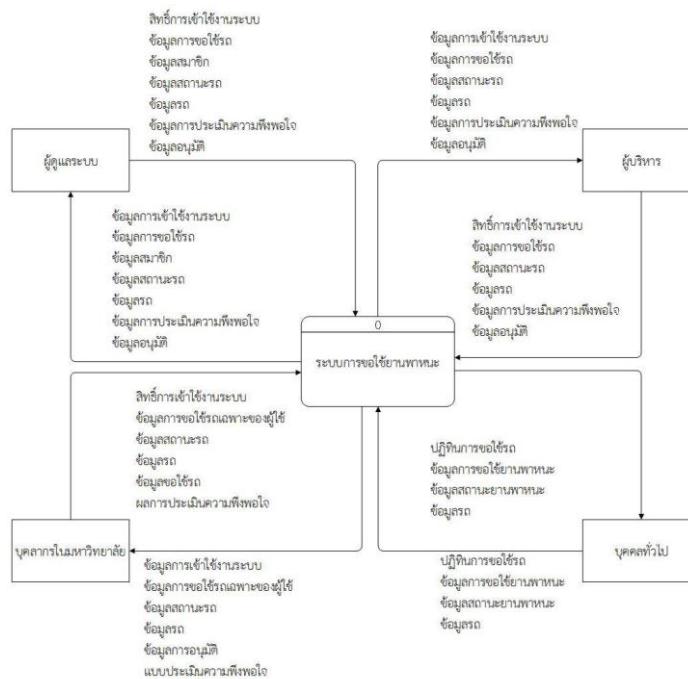
1. ผลการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายยานพาหนะพบว่า ผู้ใช้งานต้องโทรศัพท์แจ้งความประสงค์ใช้รถที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายยานพาหนะ แล้วเจ้าหน้าที่จะตรวจสอบข้อมูลรถในตารางบันทึกข้อมูลการขอใช้ยานพาหนะที่วางตรงกับวัน และเวลาที่ผู้ใช้งานแจ้งความประสงค์มา แล้วจะโทรศัพท์กลับไปประสานงานกับผู้ใช้งาน ว่ารถคันไหนว่างตรงกับวันที่ผู้ใช้งานต้องการเมื่อผู้ใช้งานได้รถตามที่ประสงค์ จะต้องไปเขียนใบบันทึกขออนุญาตใช้รถที่ห้องสำนักงาน อาคารเฉลิมพระเกียรติ โดยแยกตามทะเบียนรถพร้อมแนบเอกสารราชการไว้ในเล่ม จากนั้นเจ้าหน้าที่จะบันทึกข้อมูลไว้ในคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัย และจะโทรศัพท์ประสานงานกับพนักงานขับรถ ว่าขอใช้รถคันไหน วันที่/เวลาเท่าไร และให้ไปรับสถานที่ไหน จึงทำให้เกิดความล่าช้าในการขอใช้ และระบบงานเดิมนั้นมีการเก็บข้อมูลโดยใช้กระดาษซึ่งทำให้สิ้นเปลืองกระดาษ และง่ายต่อการสูญหาย

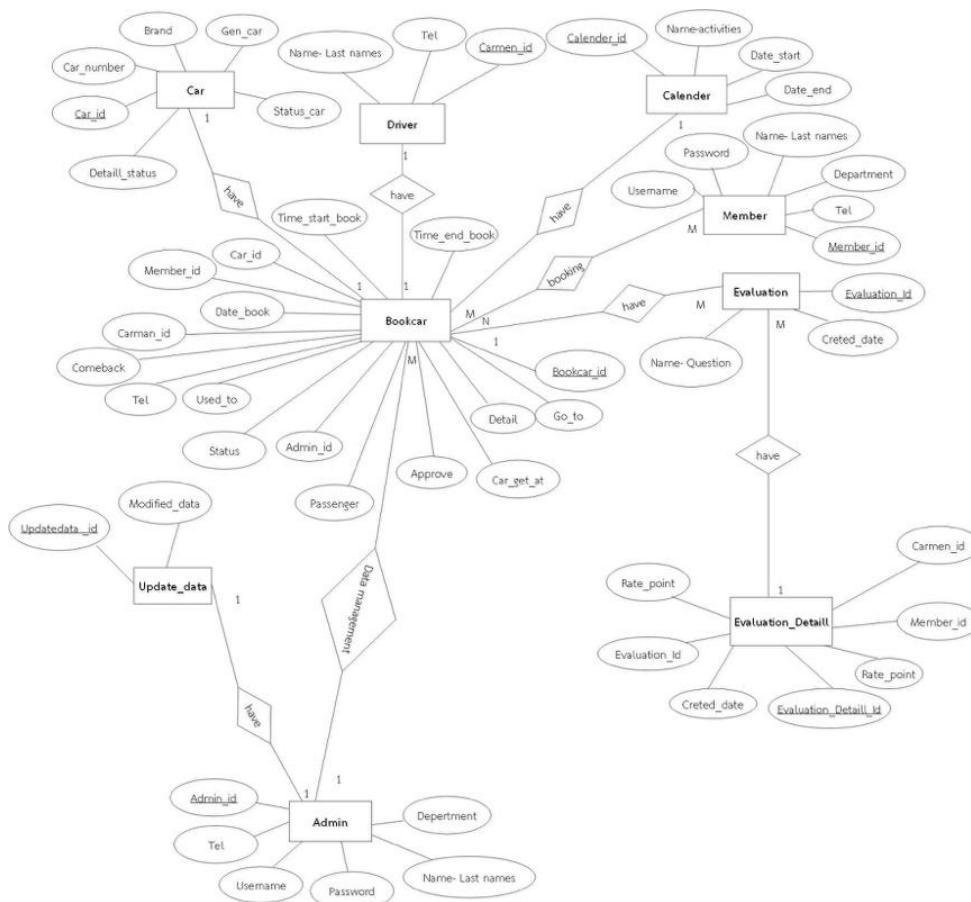
2. ผลการวิเคราะห์และออกแบบระบบ

แผนผังบริบท (Context Diagram) เป็นแผนผังที่แสดงถึงภาพรวมของระบบขอใช้ยานพาหนะของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด และความสัมพันธ์ของระบบกับสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยผู้ดูแลระบบ ผู้บริหาร บุคลากรในมหาวิทยาลัย และบุคคลทั่วไป แสดงดังภาพที่ 1

แผนผังแบบจำลองที่ใช้อธิบายโครงสร้างของฐานข้อมูลประกอบด้วยกลุ่มข้อมูลยานพาหนะ (Car) กลุ่มข้อมูลพนักงานขับรถ (Driver) ปฏิทินการใช้รถ (Calendar) สมาชิก (Member) ตารางการขอใช้รถ (Bookcar) การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานขับรถ (Evaluation) รายการประเมินความพึงพอใจ (Evaluation_Detail) เวลาการปรับปรุงข้อมูล (Update Detail) และผู้ดูแลระบบ (Admin) แสดงดังภาพที่ 2



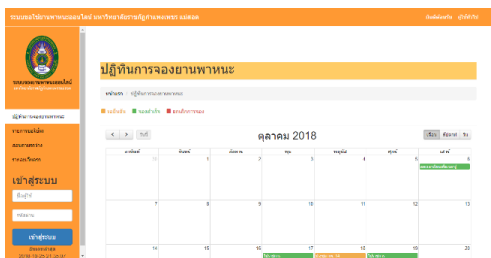
ภาพที่ 1 แผนผังบริหารระบบขอใช้ยานพาหนะของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด



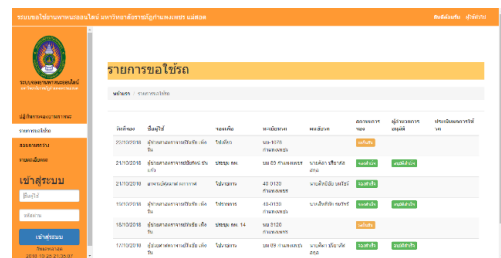
ภาพที่ 2 แผนผังแบบจำลองฐานข้อมูลระบบขอใช้ยานพาหนะของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

3. ผลการพัฒนาระบบขอใช้ยานพาหนะของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

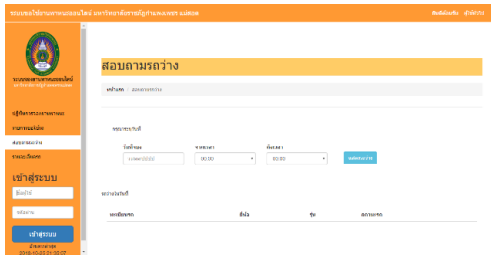
ระบบขอใช้ยานพาหนะของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอดประกอบด้วยระบบย่อย 4 ส่วนคือ ส่วนจัดการข้อมูล ส่วนการขอใช้รถ ส่วนการประเมินผลความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานขับรถหลังเสร็จสิ้นการใช้รถ และส่วนรายงานผล ทั้งนี้หน้าจอหลักของระบบแสดงดังภาพที่ 3 ซึ่งจะมีพื้นที่สำหรับใช้ในการเข้าสู่ระบบ (Login) ของผู้ใช้ และในพื้นที่ส่วนกลางจะแสดงปฏิทินการขอใช้รถ ส่วนรายการขอใช้ยานพาหนะแสดงดังภาพที่ 4 ทั้งนี้ในการตรวจสอบสถานะของยานพาหนะ (ว่าง/ไม่ว่าง) จะมีตัวกรองสำหรับการตรวจสอบช่วงเวลาและวันที่ดังภาพที่ 5 ในส่วนหน้าจอแสดงรายละเอียดของยานพาหนะและพนักงานประจำยานพาหนะแสดงดังภาพที่ 6 ทั้งนี้ในภาพที่ 7 – 9 เป็นหน้าจอที่แสดงเฉพาะเจ้าหน้าที่ฝ่ายยานพาหนะ หัวหน้าฝ่ายยานพาหนะและผู้บริหารที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้อนุมัติให้ใช้ยานพาหนะ และในภาพที่ 10 เป็นหน้าจอสำหรับการขอใช้ยานพาหนะซึ่งจะแสดงกับผู้ใช้ที่มีสิทธิ์ในการขอใช้ยานพาหนะ



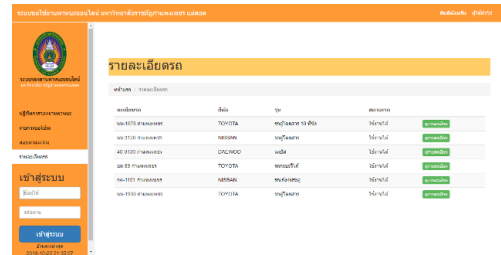
ภาพที่ 3 หน้าหลัก



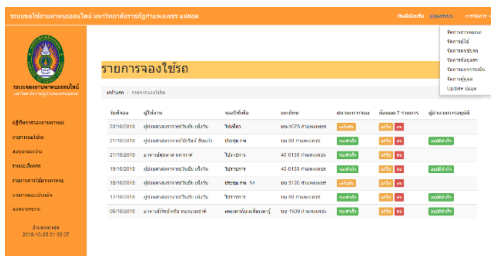
ภาพที่ 4 แสดงรายการขอใช้ยานพาหนะ



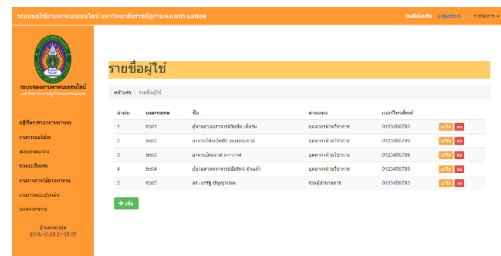
ภาพที่ 5 หน้าตรวจสอบสถานะของยานพาหนะ



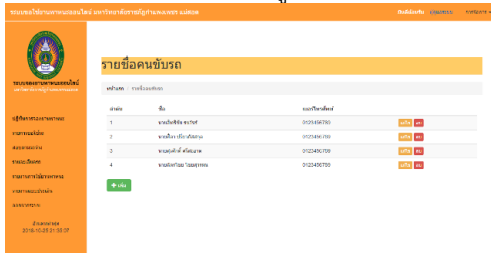
ภาพที่ 6 หน้าแสดงรายละเอียดของ ยานพาหนะ และพนักงานประจำยานพาหนะ



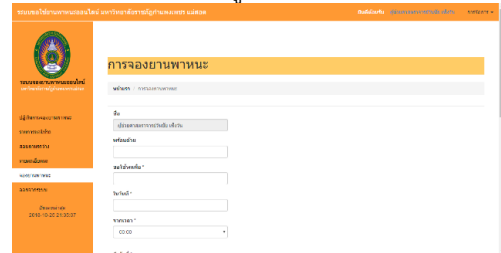
ภาพที่ 7 การจัดการข้อมูลจองยานพาหนะ



ภาพที่ 8 การจัดการรายชื่อของผู้บริหารงานฝ่ายยานพาหนะ



ภาพที่ 9 หน้าจอจัดการแก้ไข พนักงานขับรถ



ภาพที่ 10 หน้าจอแบบฟอร์มข้อมูลการขอใช้ยานพาหนะ

4. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบจองยานพาหนะ

หลังจากดำเนินการสาธิตระบบจองยานพาหนะให้กับเจ้าหน้าที่ฝ่ายยานพาหนะ และผู้มีสิทธิในการใช้ยานพาหนะแล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายด้วยแบบประเมินความพึงพอใจใน 3 ประเด็นคือ ด้านกระบวนการทำงานของระบบ ด้านรูปแบบและเนื้อหา และด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 คน (ครบทุกหน่วย) และกลุ่มผู้มีสิทธิใช้ยานพาหนะจำนวน 18 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่เข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงสาธิตในการใช้งาน ผลการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจด้านกระบวนการทำงานอยู่ในระดับมาก (4.39) ด้านรูปแบบและเนื้อหาอยู่ในระดับมากที่สุด (4.52) และด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก (4.26) ผลการประเมินความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.39) แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลการประเมินข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านกระบวนการทำงาน			
1.1 ระบบขอใช้ยานพาหนะ	4.45	0.60	มาก
1.2 ระบบประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการ	4.35	0.59	มาก
1.3 รูปแบบของการ บันทึก และแก้ไขข้อมูลส่วนตัว	4.40	0.68	มาก
1.4 ใช้งานได้ตรงกับความต้องการ	4.40	0.60	มาก
1.5 มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	4.35	0.59	มาก
รวม	4.39	0.61	มาก
2. ด้านรูปแบบ และเนื้อหา			
2.1 การออกแบบมีความเหมาะสม และง่ายต่อการใช้งาน	4.65	0.49	มากที่สุด
2.2 ภาพ สี ตัวอักษร และการออกแบบมีความชัดเจนเหมาะสม	4.65	0.49	มากที่สุด
2.3 การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม	4.45	0.51	มาก
2.4 เว็บไซต์มีความน่าสนใจ และทันสมัย	4.45	0.51	มาก
2.5 เมนูต่าง ๆ ในเว็บไซต์ใช้งานง่าย มีความเชื่อมโยงกัน	4.45	0.51	มาก
รวม	4.52	0.50	มากที่สุด
3. ด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ			
3.1 การจัดเก็บข้อมูลมีความปลอดภัย	4.30	0.57	มาก
3.2 มีความปลอดภัยในการใช้งานของผู้ใช้ระบบ	4.25	0.55	มาก
3.3 มีการจัดระบบความปลอดภัย หรือกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึง ข้อมูล	4.25	0.64	มาก
3.4 ที่มาของข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ	4.25	0.55	มาก
3.5 การจัดการระบบมีความน่าเชื่อถือ	4.25	0.55	มาก
รวม	4.26	0.57	มาก
รวมทุกด้าน	4.39	0.54	มาก

อภิปรายผล

จากการวิจัยพบว่าเว็บแอปพลิเคชันระบบการจองยานพาหนะที่พัฒนาขึ้นแบ่งการทำงานของระบบเป็น 4 ส่วนจัดการข้อมูล ส่วนการขอใช้รถ ส่วนการประเมินผลความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานขับรถหลังเสร็จสิ้นการใช้รถ และส่วนรายงานผล เมื่อนำไปจัดฝึกอบรมเชิงสาธิตโดยมีผู้เข้าร่วมการอบรมจำนวน 20 คน ซึ่งเป็นผู้ที่ว่างเว้นจาก

ภารกิจประจำสามารถเข้าร่วมการฝึกอบรมได้ เป็นเหตุให้การจัดเก็บผลการประเมินความพึงพอใจมีจำนวนครบตามเป้าหมาย อย่างไรก็ตามผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อเว็บแอปพลิเคชันระบบการขอใช้ยานพาหนะโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D.=0.54) โดยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านรูปแบบและเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.52 โดยหัวข้อการออกแบบมีความเหมาะสม และง่ายต่อการใช้งาน มีความชัดเจนเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.65 อาจเนื่องมาจากรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชันระบบการขอใช้ยานพาหนะได้จัดทำโดยมีการออกแบบเข้าใจง่ายและเหมาะสมกับการใช้งานจริง จึงทำให้ได้คะแนนอยู่ในระดับมากที่สุด และมีหัวข้อการใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม เว็บไซต์มีความน่าสนใจ และทันสมัย เมนูต่าง ๆ มีความเชื่อมโยงกัน อย่างไรก็ตามความพึงพอใจของผู้ใช้มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดในด้านรูปแบบและเนื้อหา มีคะแนนอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.45 เนื่องมาจากภาษาที่ใช้ยังไม่ถูกต้องและรูปแบบไม่ทันสมัย ด้านกระบวนการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.39 โดยหัวข้อด้านกระบวนการทำงานระบบขอใช้ยานพาหนะ มีคะแนนค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านกระบวนการทำงาน อยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.45 เนื่องมาจากระบบขอใช้ยานพาหนะมีการใช้งานที่ง่ายและสะดวกกว่าการขอใช้ยานพาหนะแบบเดิมที่ต้องทำการเขียนใบขอใช้ยานพาหนะที่สำนักงานผู้อำนวยการ ทั้งนี้หัวข้อระบบประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการมีคะแนนต่ำสุดในด้านกระบวนการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.35 เนื่องมาจากระบบประเมินความพึงพอใจไม่มีการใส่ช่องแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม ส่วนผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.26 โดยหัวข้อการจัดเก็บข้อมูลมีความปลอดภัยได้คะแนนสูงที่สุดในด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.30 อาจเนื่องมาจากการจัดเก็บข้อมูลการใช้งานของผู้ใช้มีความปลอดภัย บุคคลที่ไม่รับการอนุญาตไม่สามารถแก้ไขปรับเปลี่ยนข้อมูลได้ และหัวข้อมีการจัดการระบบความปลอดภัยหรือกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูล มีคะแนนต่ำที่สุดในด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายยานพาหนะสามารถกำหนดสิทธิ์ของผู้ใช้ได้เอง

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีฟังก์ชันการอัปโหลดไฟล์เอกสารราชการ
2. ควรเพิ่มระบบรายงานที่ดูเป็นช่วงเวลาได้
3. ควรมีการ Export ข้อมูลการขอใช้ และรายงานการขอใช้ยานพาหนะออกมาเป็นไฟล์ Excel
4. ควรมีการจำกัดว่าหากยังไม่ได้ประเมินผลความพึงพอใจพนักงานขับรถ ผู้ใช้นั้นจะไม่สามารถขอใช้ยานพาหนะครั้งต่อไปได้
5. ควรจัดทำระบบเตือนให้ผู้ใช้งานที่จองยานพาหนะไว้ก่อนถึงกำหนดการขอใช้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). **แผนพัฒนาดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม**. กรุงเทพฯ: กระทรวง เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- จิระเศรษฐ์ แพมมงคล. (2556). **การออกแบบระบบและพัฒนาระบบสารสนเทศการขอใช้บริการยานพาหนะ กรณีศึกษาคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**. สารนิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมเว็บ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชวนิตย์ สุภาศักดิ์. (2558). **ระบบจองและบริหารจัดการยานพาหนะภายในสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)**. รายงานวิจัย หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- เต็มศักดิ์ สุขวิบูลย์. (2552). การพัฒนาเครื่องมือประเภทมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ในงานวิจัย. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://ms.src.ku.ac.th/schedule/Files/2553/Oct/1217086.doc>. [2561, ธันวาคม 30].
- นิमित ตาน้อย, เอกภูมิ อี๋มอก และกรรกรัก พร้อมจะบก. (2559). การพัฒนาระบบจองยานพาหนะ ออนไลน์ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. รายงานวิจัย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยรถราชการ ฉบับที่ (6) พ.ศ.2545. (2545, 2 ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 119 (ตอนพิเศษ 118 ง). หน้า 8-11.
- ศิลปนันท์ อิศรภักดี. (2558). ระบบบริหารจัดการยานพาหนะ. รายงานวิจัย หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- อิทธิกร แทนมงคลมาศ. (2561). วงจรการพัฒนาแบบ SDLC. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://sites.google.com/site/ooad5605110042/sdlc>. [2561, พฤศจิกายน 10].
- GreedisGoods. (2561). มาตรฐานวัดแบบประเมินลิเคิร์ต. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://greedisgoods.com/likert-scale-คือ/>. [2561, ตุลาคม 15].
- Keldin Begin. (2558). การประเมินเว็บไซต์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.nstda.or.th/th/nstda-knowledge/3079-evaluating-website>. [2561, ตุลาคม 14].

การพัฒนาเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ 3D GAME DEVELOPMENT : SOLAR VOYAGER

ทนงศักดิ์ ตัน*
ภูรี บุรณะฉัตรบวร**
ชัยรัตน์ ชันแก้ว***

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจการใช้งานเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ ในการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ของโรงเรียนสรรพวิทยาคม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 42 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินความพึงพอใจจากการใช้งานเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) ได้เกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ ประกอบด้วยเนื้อเรื่องเกมแบ่งออกเป็น 8 สถานการณ์ 2) นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ของโรงเรียนสรรพวิทยาคม มีความพึงพอใจต่อเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ โดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.04

คำสำคัญ: การพัฒนา, เกมสามมิติ, นักท่องระบบสุริยะ

Abstract

The purpose of this research including 1) To Developing "Solar Voyager" 3D Game. 2) To Evaluating User Satisfaction in "Solar Voyager" 3D Game. Sample survey target on 42 students in Grade 9 students from Sapphavittayakom School, Maesod, Tak. Tools for survey are User Satisfaction in "Solar Voyager" 3D Game Questionnaire's. Survey method includes Average, Standard deviation. The Study found that 1) Successfully developed "Solar Voyager" 3D Game including 8 stage each stage has different mode and objective 2) Satisfaction in "Solar Voyager" 3D Game of Grade 9 student's from Sapphavittayakom school User conclude in "Very satisfied". Average score is 4.36 and Standard deviation is 0.04

Keyword: Development, 3D Game, Solar Voyager

*,** นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

*** วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (วท.ม. เทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ศูนย์แม่สอด

บทนำ

วิทยาศาสตร์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การเรียนรู้วิทยาศาสตร์เป็นกระบวนการสำคัญที่จะทำให้เกิดการพัฒนาวิธีคิดทั้งความคิดเป็นเหตุเป็นผลคิดสร้างสรรค์คิดวิเคราะห์วิจารณ์ มีทักษะที่สำคัญในการค้นคว้าความรู้มีความสามารถในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบสามารถตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพตรวจสอบได้ความรู้ ทางวิทยาศาสตร์ช่วยให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ธรรมชาติและเทคโนโลยีที่มนุษย์สร้างขึ้นรวมถึงการนำ ความรู้ไปใช้อย่างสร้างสรรค์ มีเหตุผล มีคุณธรรม นอกจากนี้ยังช่วยให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับ การใช้ประโยชน์ การดูแลรักษา ตลอดจนการพัฒนา สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุล และยั่งยืน หากเยาวชนมีความสนใจในวิทยาศาสตร์ จะส่งผลให้เยาวชนมีแรงบันดาลใจในการใฝ่หาความรู้ สร้างสรรค์ ค้นคว้าสิ่งที่เป็นประโยชน์ได้ในอนาคต เกมจึงเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการเสริมการเรียนรู้ในปัจจุบัน การนำเกมมาใช้เพื่อการศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งฝึกฝนทักษะในด้านต่าง ๆ ของผู้เรียนโดยตรง ปัจจุบันมีการเทคนิคหรือแนวคิดในการออกแบบเกมมาประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (Gamification of Learning) อีกด้วย เช่น การจัดให้มีการแข่งขันระหว่างผู้เรียน การให้รางวัลแก่ผู้เรียนเมื่อสามารถพิชิตใจพิชิตปัญหาได้สำเร็จหรือใช้รูปแบบการสะสมคะแนนในการกิจต่าง ๆ เป็นต้น (ศยามน อินสะอาด ,2561)

เกมสามมิติเป็นสื่อมัลติมีเดียที่ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้บนเครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นเกมสำเร็จรูป สมาร์ทโฟน ผู้เล่นเกมสามารถควบคุมการเคลื่อนที่ของตัวละครอย่างเป็นอิสระเสมือนเป็นตัวผู้เล่นเอง ซึ่งเกมสามมิติจะมีความสมจริงในเรื่องของรูปที่นำเสนอต่อสายตาผู้ใช้งานจึงทำให้เป็นที่นิยมสำหรับผู้เล่นเกม หากเกมมีเนื้อหาวิทยาศาสตร์และเกมนั้นเป็นที่ชื่นชอบและสามารถดึงดูดความสนใจได้ทางผู้วิจัยคาดว่าเยาวชนจะเกิดความสนใจในวิทยาศาสตร์และมีแรงบันดาลใจในการศึกษาค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ คณะผู้วิจัยจึงสนใจแนวคิดในการพัฒนาเกมให้เป็นแรงจูงใจในการเสริมสร้างความสนใจในวิทยาศาสตร์ เกมแต่ละเกมมีวิธีการเล่นที่แตกต่างกัน สิ่งที่มีอยู่ในทุกเกมคือเป้าหมายในการเล่น อาจเป็นการกำหนดถึงการเอาชนะ สามารถแก้ปริศนา หรือผ่านเกณฑ์ที่ออกแบบเกมกำหนดไว้ ทำให้เกิดความท้าทายที่ช่วยผู้เล่นก้าวไปข้างหน้า (กฤษณพงศ์ เลิศ บำรุงชัย ,2560) ซึ่งการก้าวไปข้างหน้า ไม่ได้หมายถึงเป็นการชนะภายในเกมอย่างเดียวเท่านั้น เกมยังสามารถสอนให้ผู้ผู้เล่นได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ที่ผู้พัฒนาเกมได้แฝงไว้ได้อีกด้วย

ผลจากการค้นหาข้อมูลเบื้องต้นทางคณะผู้จัดทำมีความเห็นว่าเกมเป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี และสื่อสารต่อผู้ใช้ได้หลายรูปแบบในเวลาเดียวกัน ส่งผลให้ผู้เล่นนอกจากจะได้รับ ความบันเทิงและสุนทรียภาพ ยังสามารถได้รับความรู้ผ่านการอ่าน การมองเห็นและตอบสนองต่อการเรียนรู้ในทางอ้อมจากการซึมซับเนื้อหาระหว่างเล่น และด้วยความเป็นที่นิยมของสื่อเกมเป็นอีกปัจจัยที่คณะผู้จัดทำให้ความสนใจในการทำวิจัยนี้

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อพัฒนาเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ
- 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจจากการใช้งานเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ

ระเบียบวิธีการวิจัย

- 1) ขอบเขตงานวิจัย

กลุ่มประชากรของการวิจัยครั้งนี้ได้แก่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ของโรงเรียนสรรพวิทยาคม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ที่กำลังเรียนกลุ่มสาระวิชาวิทยาศาสตร์ในภาคเรียนที่ 2/2561 เรื่อง โลกและดาราศาสตร์เบื้องต้น ชาติและสารประกอบ โดยทำการเลือกตัวอย่างมา 1 ห้องเรียนจากทั้งหมด 7 ห้องเรียน มาด้วยวิธีการเจาะจง โดยห้องเรียนนี้มีนักเรียนทั้งสิ้น 42 คน

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1) แบบประเมินความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ของโรงเรียนสรรพวิทยาคม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ที่มีต่อเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ 5 ระดับแบ่งออกเป็น 15 ข้อ โดยประเมินความพึงพอใจแยกเป็นด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านคุณสมบัติของเกมทั่วไป ด้านความสวยงาม ด้านความเสถียรของระบบเกม และประโยชน์ที่ได้รับจากเกม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) การดำเนินการพัฒนาและการจัดเก็บข้อมูล

3.1) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการ ขั้นตอน และเทคนิคการออกแบบเกม การออกแบบสามมิติ และการเขียนโปรแกรมเบื้องต้น จากเอกสาร ตำราจากเว็บไซต์ หรือหนังสือที่มีวางจำหน่าย เพื่อใช้ในการเพิ่มทักษะในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในพัฒนาให้ชิ้นงานบรรลุเป้าหมายได้ตามวัตถุประสงค์

3.2) สร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการพัฒนาเกม

3.2.1) ออกแบบระบบเกมโดยใช้การเขียนผังงาน (System Flowchart) เพื่อใช้เป็นการลำดับโครงสร้างในการประมวลผลของเกม

3.2.2) ออกแบบเรื่องราวเกมโดยใช้การเขียนสตอรี่บอร์ด (Story Board) เพื่อใช้เป็นการรายละเอียดในการดำเนินเกม

3.2.3) ออกแบบและสร้างโมเดล 3D กราฟิก เสียง เพื่อใช้เป็นองค์ประกอบภายในเกม

3.2.4) พัฒนาเกมโดยนำองค์ประกอบที่ออกแบบไว้โดยใช้โปรแกรม Unreal Engine

3.3) นำสื่อไปตรวจสอบความพร้อมใช้งานของสื่อที่พัฒนาขึ้น ในกรณีที่พบข้อผิดพลาดของสื่อที่พัฒนา ผู้พัฒนาจะนำไปแก้ไขปรับปรุงให้สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์

3.4) ทำการปรับปรุงแก้ไขสื่อในกรณีที่พบข้อผิดพลาดของสื่อโดยการหาสาเหตุและทำการปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่มีข้อผิดพลาดเพิ่มเนื้อหาในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์ และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเกมในการตรวจสอบและให้คำแนะนำในกรณีที่ผู้พัฒนาไม่มีความสามารถเพียงพอในการแก้ไขข้อผิดพลาด

3.5) ออกแบบและจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจการใช้งานเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ

3.6) ทดลองกับกลุ่มตัวอย่างด้วยสื่อที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเพื่อทดสอบเกมสามมิติ เรื่อง นักท่องระบบสุริยะนั้น สามารถใช้งานได้จริงตามวัตถุประสงค์

3.7) รวบรวมข้อมูลความพึงพอใจหลังจากใช้งานเกมสามมิติ เรื่อง นักท่องระบบสุริยะ

3.8) วิเคราะห์ผลรวบรวมสถิติและสรุปผลเพื่อเขียนรายงานเป็นการวิเคราะห์ผลวิจัยความพึงพอใจในการใช้งานเกมสามมิติ เรื่อง นักท่องระบบสุริยะ ด้วยว่าจากการประเมินพฤติกรรมการใช้สื่อนี้มีผลเป็นอย่างไร

สรุปผลการวิจัย

ในการพัฒนาเกม 3 มิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ มีผลการศึกษาดังนี้

1) ผลการพัฒนาเกมสามมิติ เรื่อง นักท่องระบบสุริยะ ผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาออกเป็น 8 ภารกิจ ซึ่งผู้เล่นจะต้องเล่นเกมโดยผ่านทั้ง 8 ภารกิจ แต่ละภารกิจจะมีกิจกรรมแฝงความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 เกี่ยวกับระบบสุริยะจักรวาล โดยผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรม Unreal Engine 4 ในการพัฒนาเกมและสร้างแผนที่เกมและใช้โปรแกรม Maya ในการทำแบบจำลองของเกม



ภาพที่ 1 ภาพหน้าจอของเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ

2) ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ของโรงเรียนสรรพวิทยาคม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ที่มีต่อเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ โดยแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ของโรงเรียนสรรพวิทยาคม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ที่มีต่อเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ

ความพึงพอใจ	\bar{x}	SD.	ระดับความคิดเห็น
ด้านคุณสมบัติของเกมทั่วไป			
1. เวลาที่ใช้เล่นมีความเหมาะสม	4.23	0.65	มาก
2. ความสนุกจากการเล่นเกม	4.07	0.74	มาก
3. ความน่าสนใจของเนื้อหาภายในเกม	4.37	0.66	มาก
4.การจัดเรียงฉากมีความเหมาะสม	4.33	0.47	มาก

5. เกมมีความท้าทายและสร้างความตื่นเต้นให้กับผู้เล่น	4.28	0.85	มาก
6. เกมทำให้ผู้เล่นได้ใช้ทักษะหลากหลายด้านเช่นการคิดการวางแผน และทักษะความคล่องแคล่ว	4.42	0.63	มาก
ความพึงพอใจด้านคุณสมบัติของเกมทั่วไป	4.28	0.13	มาก
ด้านความสวยงามของเกม			
7. เกมมีความสวยงามและความเหมาะสม	4.37	0.54	มาก
8. ตำแหน่งขององค์ประกอบต่างๆ	4.44	0.55	มาก
9. การใช้สีและกราฟฟิก	4.47	0.59	มาก
ความพึงพอใจด้านความสวยงามของเกม	4.43	0.03	มาก
ด้านความเสถียรของระบบเกม			
10. ประสิทธิภาพของเกมโดยรวม	4.37	0.49	มาก
11. เกมสามารถเล่นได้โดยไม่มีข้อผิดพลาดทางระบบ	4.35	0.65	มาก
12. การออกแบบเกมมีความเข้าใจง่าย	4.47	0.63	มาก
ความพึงพอใจด้านความเสถียรของระบบเกม	4.40	0.09	มาก
ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากเกม			
13. ได้รับความรู้ทางวิทยาศาสตร์เพิ่มเติม	4.53	0.59	มากที่สุด
14. ผู้เล่นชื่นชอบในวิทยาศาสตร์มากขึ้น	4.09	0.81	มาก
15. ผู้เล่นได้แนวคิดใหม่ๆจากการเล่นเกม	4.40	0.66	มาก
ความพึงพอใจด้านประโยชน์ที่ได้รับจากเกม	4.34	0.11	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	4.3	0.56	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่านักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ของโรงเรียนสรรพวิทยาคมที่มีความพึงพอใจต่อเกมสามมิติ เรื่อง นักท่องระบบสุริยะ โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{x} = 4.36$, $SD. = 0.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความสวยงามของเกม มีความพึงพอใจสูงสุด ($\bar{x} = 4.43$, $SD. = 0.03$) รองลงมาคือ ด้านความเสถียรของระบบเกม ($\bar{x} = 4.40$, $SD. = 0.09$) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากเกม ($\bar{x} = 4.34$, $SD. = 0.11$) และด้านคุณสมบัติของเกมทั่วไป ($\bar{x} = 4.28$, $SD. = 0.13$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ในการพัฒนาเกมสามมิติ เรื่องนักท่องระบบสุริยะ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการขั้นตอน และเทคนิคการออกแบบเกม การออกแบบสามมิติ และการเขียนโปรแกรมเบื้องต้น จากเอกสาร ตำราจากเว็บไซต์ เพื่อใช้ในการเพิ่มทักษะในการใช้เครื่องมือต่างๆที่เกี่ยวข้องในพัฒนาให้ชิ้นงานบรรลุเป้าหมายได้ตามวัตถุประสงค์ รวมถึงการสร้างสื่อโมเดล 3D กราฟิก เสียง เพื่อใช้เป็นองค์ประกอบภายในเกม ให้องค์ประกอบต่างๆทำงานสัมพันธ์กันจนได้ชิ้นงานที่สามารถใช้งานได้ มีผลทำให้มีความพึงพอใจด้านความสวยงามของเกมอยู่ในระดับความพึงพอใจสูงสุด มาจากการนำหลักการในการเขียนสตอรี่บอร์ดมาใช้ในการวางแผนและออกแบบส่วนต่าง ๆ

ของเกม สอดคล้องกับ (อุทิศ แจ่มถีนป่า ,2556) ได้กล่าวว่า สตอรี่บอร์ด (Story Board) คือ การเขียนกรอบแสดงเรื่องราวที่สมบูรณ์ของภาพยนตร์หรือหนังแต่ละเรื่อง โดยมีการแสดงรายละเอียดที่จะปรากฏในแต่ละฉากหรือแต่ละหน้าจอ เช่น ข้อความ ภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียงดนตรี เสียงพูดและแต่ละอย่างนั้นมีลำดับของการปรากฏว่าอะไรจะปรากฏขึ้นก่อน-หลัง อะไรจะปรากฏพร้อมกัน เป็นการออกแบบอย่างละเอียดในแต่ละหน้าจอก่อนที่จะลงมือสร้างแอนิเมชันหรือหนังขึ้นมาจริงๆ

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าในด้านความเสถียรของระบบเกมยังได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งเป็นระดับรองลงมา ทั้งนี้เนื่องจากในการพัฒนาระบบเกม ได้นำหลักการของการเขียนผังงานมาใช้ในการวางแผนและออกแบบโครงสร้างการดำเนินเกม ทำให้เกมมีระบบการทำงานที่เรียงลำดับเป็นขั้นตอน รัดกุม เข้าใจง่าย และยังทำให้ระบบของเกมสามารถประมวลผลได้โดยมีข้อผิดพลาดที่น้อยลง สอดคล้องกับ (โอฬาร สัมฤทธิ์เกียรติผล ,2560) ได้กล่าวว่า สัญลักษณ์ Flowchart คือ รูปภาพที่ใช้แทนความหมายการทำงานในลักษณะต่างๆ ภายในผังงาน (Flowchart) ประกอบไปด้วย การเริ่มต้น (Start) การจบ (End) การกระทำ (Process) การนำเข้าข้อมูล (Input) การแสดงผลข้อมูล (Output) การตัดสินใจ (Decision) คำอธิบาย (Annotation) จุดเชื่อมต่อ (Connector) และทิศทางการทำงาน (Direction Flow) สัญลักษณ์เหล่านี้เมื่อถูกนำมาเชื่อมต่อกัน จะกลายเป็น ผังงาน (Flowchart) ที่แสดงลำดับขั้นตอนการทำงานเพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดลำดับความคิด เห็นลำดับขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1) ในการจัดการเรียนการสอน ควรสร้างบรรยากาศการเรียนการสอนภายในห้องเรียน ให้มีบรรยากาศของการเรียนวิทยาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบดาราศาสตร์ เพื่อให้เกิดบรรยากาศในการเรียนรู้มากขึ้น เช่น การจัดบอร์ด การจัดอุปกรณ์ภายในห้องเรียน เพื่อเอื้อต่อการยกตัวอย่างการเรียน ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

1.2) ควรมีการวัดทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ของนักเรียนก่อนการใช้เกม เพื่อให้เกิดการปรับความรู้ และทักษะที่จำเป็นต่อการเล่นเกมมากขึ้น

2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1.1) ควรพัฒนาเกมโดยใช้เครื่องมือที่สามารถใช้งานได้กับระบบปฏิบัติการบนมือถือได้ เช่น แอนดรอยด์ (Android) เพื่อให้ผู้สนใจสามารถเข้าใช้งานได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย. (2560). **เกมิฟิเคชัน (Gamification) โลกแห่งการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนด้วยเกม.**

[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก เข้าถึงได้จาก: <http://touchpoint.in.th/gamification>. [2561, 20 ธันวาคม]

ศยามน อินสะอาด. (2561). **การออกแบบ e-Learning เพื่อพัฒนาทักษะการคิดขั้นสูง.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

โอฬาร สัมฤทธิ์ผล. (2560). **สัญลักษณ์ Flowchart ความหมายและวิธีใช้เขียนผังงาน.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://share.olanlab.com/th/it/blog/view/211>. [2561, เมษายน 20].

อุทิศ แจ้งถิ่นป่า. (2556). **การเขียน Storyboard.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<https://kruuthit.wordpress.com/2013/02/09/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%82%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99-story-board/>. [2561, กันยายน

23].

การสร้างสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR วิชาวิทยาศาสตร์
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านหนองบัว อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก

MEDIA CREATION IN PROMOTION OF TEACHING AND LEARNING APPLICATION OF
AUGMENTED REALITY TECHNOLOGY IN SCIENCE GRADE 4, BANNONGBUA SCHOOL
THASONGYANG DISTRICT, TAK PROVINCE

ชนกฤต ชูศรี*
นิกร กินดาว*
วันชัย เพ็งวัน**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 2) ศึกษาประสิทธิภาพของสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อเครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ สื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR วิชาวิทยาศาสตร์และแบบประเมินความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 โรงเรียนหนองบัว จำนวน 20 คน สถิติที่ใช้ได้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) สื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR วิชาวิทยาศาสตร์ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ประกอบด้วยแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือและเอกสารเนื้อหาเรียนรายวิชาวิทยาศาสตร์ จำนวน 6 หน่วยการเรียนรู้ 2) ด้านประสิทธิภาพของสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR วิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 80.12/81.75 เป็นไปตามเกณฑ์ 80/80 และ 3) ผลการสอบความพึงพอใจที่มีต่อสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR วิชาวิทยาศาสตร์ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 อยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด (4.57)

คำสำคัญ: สื่อส่งเสริมการเรียนการสอน, เทคโนโลยีความเสมือนจริง, วิทยาศาสตร์

Abstract

The purposed of the research were 1) To create media to promote teaching and learning to apply AR technology of science learning. Grade 4, 2) To Study of the effectiveness of the media for teaching and learning to apply AR technology of science learning. Grade 4. And 3) To study the students are satisfaction with the media. The tools used are media for teaching and learning application of AR technology, science and satisfaction evaluation form. The sample group consisted of 20 students in Grade 4, 1st semester, academic year 2018, Bannongbua School. The statistics were valid including mean and standard deviation. The results of the research were as follows: 1) Media for promoting teaching and learning application of AR technology, Science Grade 4, consisting of applications on mobile phones and content

* หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

** วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (วท.ม.) สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประธานสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

documents, learning science courses, 6 units of study 2) The efficiency of the media, promotion of teaching and learning application of AR technology in science Grade 4, the average score of 80.12 / 81.75, is in accordance with the criteria 80/80 and 3) The results of the satisfaction test on the media for teaching and learning application of AR technology in science Grade 4 is the most appropriate level (Mean=4.57)

Keyword: Teaching and learning media, Augmented Reality (AR), Science

บทนำ

AR (Augmented Reality) เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่ผสมผสานโลกแห่งความจริง (Real World) กับโลกเสมือน (Virtual World) AR เป็นลักษณะที่ดูได้โดยตรงและโดยอ้อมในสภาพแวดล้อมที่เป็นจริงซึ่งมีองค์ประกอบของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และระบบเสมือนจริงที่มีความสัมพันธ์กับโลกแห่งความจริงคอมพิวเตอร์ AR ใช้การแสดงผลแบบ Real Time และบริบทขององค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมเช่นจริงคະແນระหว่างการแข่งขันกีฬาในโทรทัศน์สิ่งเหล่านี้ช่วยให้เทคโนโลยี AR มีความก้าวหน้าทันเหตุการณ์ปัจจุบันแบบจำลอง 3 มิติ มีความจำเป็นและมีการใช้งานกันอย่างกว้างขวาง และในด้านการใช้ Augmented Reality นั้นปัจจุบันเป็นที่น่าสนใจอย่างมาก เพราะเป็นวิธีหนึ่งในการวางชั้นข้อมูลลงไปบนสิ่งรอบๆ ตัว ซึ่งจะก่อให้เกิดภาพซ้อนขึ้นบนหน้าจอและยังเป็นมุมมองใหม่ที่น่าสนใจเพราะทำให้มีแนวทางใหม่ในการเข้าถึงข้อมูลที่สามารถมองเห็นภาพในแบบ 3 มิติได้ (นิภาพร สุนทรสนิท, 2559) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธีรเดช บุญญาและคณะ (2557) เกี่ยวกับการนำสื่อการเรียนการสอนกับผู้เรียน ในระดับอนุบาล และประถมศึกษาปีที่ 1 ผู้เรียนมีความสนใจ กระตือรือร้นในการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น ผู้เรียนสามารถอธิบายเรื่องราวของดวงจันทร์ได้ดีกว่าการอ่านหนังสือแบบปกติ ผู้เรียนมีจินตนาการต่อยอดการเรียนรู้ได้ดีขึ้นและสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพจน์ สุหาธรรม และณัฐพงศ์ พลสมย (2559) การพัฒนาสื่อการเรียนรู้เรื่องฮาร์ดแวร์ ด้วยเทคโนโลยี Augmented Reality มีความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนแกเปะราชภัฏนิคม ที่มีต่อสื่อการเรียนรู้เรื่อง ฮาร์ดแวร์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ในเรื่องปัญหาด้านการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์การคิดวิเคราะห์ของเด็กไทยที่ยังต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานมากสาเหตุสำคัญที่งานวิจัยหลายชิ้นระบุตรงกันว่าส่วนใหญ่มาจากระบบการศึกษาที่ยังไม่เอื้อให้เด็กทดลองสืบค้นหาคำตอบด้วยตัวเองแต่มักจะใช้วิธีให้เด็กเรียนรู้ข้อเท็จจริงจากกิจกรรมสำเร็จรูปทำให้เด็กไม่ต้องคิดอะไรเพิ่มเติม โดยเฉพาะการเรียนการสอนในวิชาวิทยาศาสตร์ ซึ่งจำเป็นต้องใช้การทดลอง สืบค้น สืบหาหลักฐานและใช้หลักเหตุผลมาสรุปเพื่อให้ได้คำตอบด้วยตัวเองจากสถิติพบว่าคะแนนการทดสอบทางการศึกษาระดับชาตินั้นพื้นฐานหรือ O-NET ของนักเรียน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 - 2554 มีคะแนนเฉลี่ยในแต่ละปีที่ลดลงเรื่อยๆ อาจจะเป็นเพราะวิชาวิทยาศาสตร์ยังไม่เป็นที่น่าสนใจกับนักเรียนเมื่อเทียบกับวิชาอื่นๆ ดังนั้นโรงเรียนหนองบัว ตำบลแม่สุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก ปัญหาส่วนใหญ่จะเป็นในด้านของแหล่งการศึกษาครูอาจารย์ที่มีคุณภาพมักอยู่ตามเมืองใหญ่หรือเมืองหลวงประกอบกับนักเรียนในเมืองนั้นมีโอกาสทางการศึกษาที่มากกว่าทั้งความพร้อมด้านสถานที่และครอบครัวต่างจากโรงเรียนในชนบท อีกทั้งนักเรียนในชนบทบางโรงเรียนไม่สามารถเรียนต่อเนื่องได้เนื่องจากมีปัญหาทางเศรษฐกิจความยากจนและอื่นๆ สาเหตุนี้ทำให้เมื่อเฉลี่ยคะแนนสอบต่างๆ ทั้งประเทศมักจะต่ำกว่ามาตรฐานนักเรียนส่วนใหญ่ไม่รู้จุดมุ่งหมายในการเรียนและการเรียนหนังสือแบบท่องจำมิใช่วิเคราะห์ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

จากการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้กับการเรียนได้ก็จะทำให้เป็นที่น่าสนใจสำหรับนักเรียนมากขึ้นจึงได้ศึกษาออกแบบหนังสือที่ตอบโจทย์นี้เพื่อเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาการศึกษาที่ล้าสมัยไม่เป็นที่น่าสนใจแก่นักเรียนให้นักเรียนหันมาสนใจการเรียนมากขึ้นโดยมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนของนักเรียนผู้ศึกษาจึงมีแนวคิดในการสร้างสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์

ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มาช่วยให้การศึกษามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและสามารถใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนเพิ่มเติมให้กับผู้เรียนในระดับประถมศึกษาชั้นปีที่ 4 จะช่วยการส่งเสริมการเรียนรู้ทางสติปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และให้เกิดความสนุกสนานแก่ผู้เรียนเพราะฉนั้นการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยี AR จึงจำเป็นอย่างยิ่งขึ้นในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อสร้างสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4
- 2) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4
- 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิภาพร สุทรสนธิ และอภิชาติ เหล็กดี (2560) ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อเสริมการเรียนรู้ เรื่องระบบสุริยะจักรวาล สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ด้วยเทคโนโลยี Augmented Reality ผู้ศึกษาได้นำสื่อเสริมการเรียนรู้ เรื่องระบบสุริยะจักรวาล ไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านหนองไผ่วิทยา จำนวน 30 คน ทำการสรุปผลความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านหนองไผ่วิทยาที่มีต่อสื่อเสริมการเรียนรู้เรื่อง ระบบสุริยะจักรวาล สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ด้วยเทคโนโลยี Augmented Reality โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.72)

สุพจน์ สุทธธรรม และณัฐพงศ์ พลสมย (2559) ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อการเรียนรู้เรื่อง ฮาร์ดแวร์ ด้วยเทคโนโลยี Augmented Reality มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาสื่อการเรียนรู้เรื่อง ฮาร์ดแวร์ ด้วยเทคโนโลยี Augmented Reality ที่มีคุณภาพ เพื่อหาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อการเรียนรู้เรื่อง ฮาร์ดแวร์ ด้วยเทคโนโลยี Augmented Reality การดำเนินงานใช้กับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนแกเปะราษฎร์นิยม จำนวน 30 คน เพื่อหาความพึงพอใจผู้ศึกษาได้นำผลที่ได้จากการทดลองใช้มาคำนวณทางสถิติ โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนแกเปะราษฎร์นิยม ที่มีต่อสื่อการเรียนรู้เรื่อง ฮาร์ดแวร์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ฉันทยา นวลละออง, นงลักษณ์ ปรีชาดิเรก (2558) ได้ทำวิจัยเรื่องการสร้างเกมการเรียนรู้สามมิติเพื่อเสริมสร้างทักษะภาษาอังกฤษตามทฤษฎีพหุปัญญาของนักเรียนผ่านเทคโนโลยี Augmented Reality บนอุปกรณ์แท็บเล็ต ซึ่งการวิจัยในอนาคตควรพัฒนาให้ครูสามารถสร้าง สื่อได้ด้วยตนเอง และผลิตสื่อการสอนที่เหมาะสมกับปัญหาของนักเรียนแต่ละคน หรือนักพัฒนา และออกแบบสื่อการเรียนรู้ควรทำงานร่วมกับครูหรือบุคลากรทางการศึกษาเพื่อจัดทำรูปแบบ ใหม่ที่จะช่วยกระตุ้นให้นักเรียนสนใจอยากเรียนรู้เพิ่มเติมหรือทบทวนด้วยตนเอง และนำมาซึ่ง การคงอยู่ของความรู้ในระยะยาวต่อไปการสอนทั้งสองวิธีทำให้นักเรียนมีความรู้ในเรื่องคำศัพท์ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิธีการดำเนินวิจัย

1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 ขั้นการศึกษาข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในวิชาวิทยาศาสตร์ของโรงเรียนหนองบัว ตำบลแม่สุ อำเภอนาทอง จังหวัดตาก เมื่อทราบถึง

ปัญหาแล้วจากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์รายละเอียดในส่วนต่าง ๆ ของวิชาและศึกษาเกี่ยวกับโปรแกรมที่นำมาพัฒนาสื่อการสอน

1.2 การสร้างสตอรี่บอร์ด ผู้ศึกษาได้การออกแบบลำดับเหตุการณ์ของแต่ละหน่วยการเรียนรู้จะเรียงลำดับจากหน่วยการเรียนรู้ที่ 1 จนถึงหน่วยการเรียนรู้ที่ 6 โดยแต่ละหน่วยการเรียนรู้โดยผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญประเมินจำนวน 3 ท่าน เพื่อนำมาปรับปรุงให้ได้สตอรี่บอร์ดที่สมบูรณ์

1.3 การพัฒนาสื่อส่งเสริมการสอนในรูปแบบของเทคโนโลยีเสมือนจริง ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบในทุกส่วนให้ตรงกับข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์ใน 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 โดย 1) ออกแบบแผนการสอนวิชาวิทยาศาสตร์ 2) ออกข้อสอบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ พฤติกรรม 3 ข้อ ต่อ 1 วัตถุประสงค์ รวมเป็นแบบทดสอบจำนวน 60 ข้อ 3) ออกแบบเค้าโครงเรื่องที่ใช้ในการนำเสนอโดยทำการออกแบบในส่วนของภาพนิ่งแบบ 2 มิติ ประกอบด้วยองค์ประกอบและฉากต่าง ๆ ของเรื่อง จากนั้นวางโครงเรื่องในการสร้างแบบปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน เช่น วางตำแหน่งให้ผู้เรียนกดปุ่มเพื่อแสดงผลภาพ กำหนดทิศทางของวัตถุที่ผู้เรียนสามารถเคลื่อนย้ายได้ 4) ออกแบบแบบประเมินข้อสอบ แบบประเมินเนื้อหา และแบบประเมินสื่อการสอน

ขั้นตอนที่ 2 โดยการดำเนินการจัดทำกระบวนการหาคุณภาพของสื่อการสอน ได้แก่ 1) นำแผนการสอนที่ได้ออกแบบไว้ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประเมินเพื่อหาคุณภาพและความเหมาะสมของแผนการสอนโดยสรุปแผนการสอนมีความเหมาะสมที่จะใช้ในการเรียนการสอน 2) ผู้วิจัยนำแบบทดสอบที่ออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมจำนวน 60 ข้อ ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประเมินเพื่อหาค่าความสอดคล้อง (IOC) ผลที่ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 3) พัฒนาหนังสือสิ่งพิมพ์ วิชาวิทยาศาสตร์ จำนวน 6 หน่วยการเรียนรู้ 4) พัฒนาในส่วนของชิ้นงานและการดำเนินเรื่องตามการออกแบบในขั้นตอนที่ 2 โดยสร้างชิ้นงานเป็นภาพเคลื่อนไหวแบบ 2 มิติ 5) พัฒนาในส่วนของสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 กับผู้เรียนด้วยการใช้ผ่านโปรแกรม HP Reveal เมื่อทำการพัฒนาเสร็จเรียบร้อยแล้ว จากนั้นนำสื่อการสอนด้วย AR แบบ 2 มิติ วิชาวิทยาศาสตร์ ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบทางด้านเทคนิค ผลการประเมินจากท่านผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ในด้านเทคนิคอยู่ในระดับดีมาก

1.4 ทดลองใช้และแก้ไข หลังจากการพัฒนาสื่อส่งเสริมการสอนในรูปแบบของ AR เสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาได้มีการทดลองใช้เพื่อหาข้อบกพร่องของแต่ละหน่วยการเรียนรู้ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำสื่อการสอนด้วย AR วิชาวิทยาศาสตร์ คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่เป็นกลุ่มของผู้เรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสูงสุดของระดับชั้นจำนวน 5 คน จากนักเรียนทั้งหมด 20 คน และไม่รวมกับกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทดลอง เพื่อตรวจสอบปัญหาและอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นในการทดลอง และนำข้อบกพร่องที่ได้จากการแก้ไขไปปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

1.5 ดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลการดำเนินการทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัยที่สร้างขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) วิธีดำเนินการทดลอง มีขั้นตอนดังนี้

- ดำเนินการติดต่อด่วนกับทางโรงเรียนและครูผู้ประสานงานเพื่อทำการทดลอง
- แนะนำวิธีการใช้งานสื่อส่งเสริมการเรียนการสอน
- ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน
- ให้ผู้เรียนเรียนด้วยสื่อส่งเสริมการเรียนการสอน
- ให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดระหว่างเรียน
- ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน

2) การเก็บรวบรวมข้อมูล

- ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรวจสอบผลคะแนนจากการทำแบบทดสอบก่อนเรียนแบบฝึกหัดระหว่างเรียน และแบบทดสอบหลังเรียน

- นำผลคะแนนที่ได้จากการทำแบบทดสอบและแบบฝึกหัดระหว่างเรียนไปวิเคราะห์เพื่อหาประสิทธิภาพ (E1/E2) ของบทเรียนโดยคะแนนที่ได้เก็บจากคะแนนแบบฝึกหัดระหว่างเรียนในแต่ละหัวเรื่อง และจากแบบทดสอบหลังเรียนในส่วนของการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนโดยคะแนนที่ได้เก็บจากแบบทดสอบก่อนเรียนและแบบทดสอบหลังเรียนด้วยสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอน
- ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอน

1.6 ขั้นตอนของการประเมินผลในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนที่ผ่านการทดลองใช้และผ่านการประเมินไปใช้กับกลุ่มทดลองจริงเพื่อวิเคราะห์และหาประสิทธิภาพของสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจที่นำไปใช้ในการวิจัยขั้นต่อไป

2. เครื่องมือการวิจัย

2.1 สื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนรู้วิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

2.2 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่ใช้สื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนรู้วิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

3. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 โรงเรียนหนองบัว ตำบลแม่สุ อำเภอลำดอง จังหวัดตาก จำนวน 20 คน

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51-5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51-4.50 หมายความว่า ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51-3.50 หมายความว่า ระดับปานกลาง

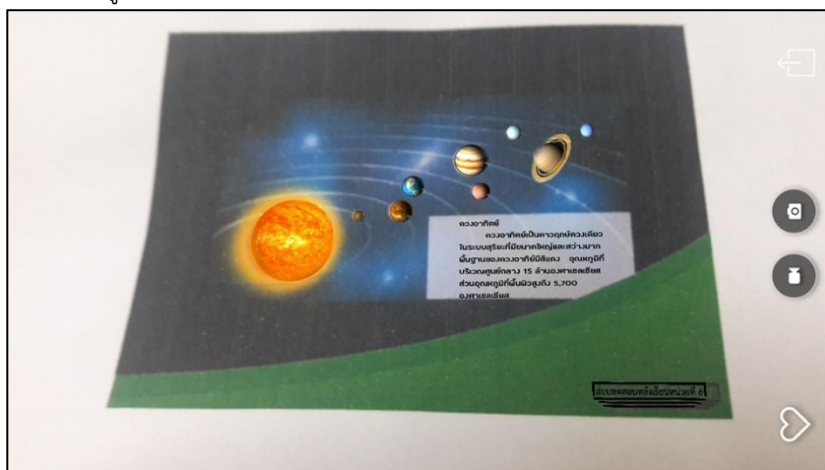
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51-2.50 หมายความว่า ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00-1.50 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการสร้างสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนรู้วิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนรู้วิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ตามขั้นตอนการวิจัยโดยนำข้อมูลจากการศึกษา และวิเคราะห์มาจัดทำสื่อได้จำนวน 6 หน่วยการเรียนรู้ แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงผลข้อมูลของดวงดาว

จากภาพที่ 1 ผู้ศึกษาได้ยกตัวอย่างการใช้งานและการแสดงผล Marker กับโปรแกรมสื่อการเรียนรู้ ซึ่งอธิบายดาวต่างๆ

2. ผลการศึกษาประสิทธิภาพสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

ผู้วิจัยนำสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่พัฒนาขึ้นมาไปใช้กับผู้เรียน จำนวน 20 คน ผลการศึกษาแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการนำไปใช้จริงประสิทธิภาพของการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวนนักเรียน 20 คน

เครื่องมือที่ใช้วัด	จำนวนกลุ่ม	คะแนนเต็ม	คะแนนรวมที่ได้	คะแนนเฉลี่ย
	ทดลอง	(ทั้งหมด)	(ทุกคน)	
แบบทดสอบระหว่างเรียน (E ₁)	20	40	585	81.12
แบบทดสอบหลังเรียน (E ₂)	20	60	649	81.75

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 แสดงให้เห็นได้ว่าผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 81.75 (E₂) สูงกว่า การทำแบบทดสอบระหว่างเรียนถูกต้องได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 80.12 (E₁) เป็นไปตามเกณฑ์ประสิทธิภาพที่ตั้งไว้ 80/80

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เรียนที่เรียนด้วยสื่อส่งเสริมการเรียนการสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการเรียนโดยใช้สื่อการสอนเทคโนโลยีเสมือนจริงรายวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.60	0.49	มากที่สุด
1.2 ความยากง่ายของเนื้อหาเหมาะสมกับผู้เรียน	4.75	0.51	มากที่สุด
1.3 เนื้อหาสอดคล้องกับแบบทดสอบ	4.75	0.44	มากที่สุด
1.4 เนื้อหามีความถูกต้องและชัดเจน	4.57	0.57	มาก
1.5 เนื้อหาเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน	4.53	0.57	มาก
รวม	4.64	0.51	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบ			
2.1 การใช้ภาษาถูกต้องและเหมาะสม	4.75	0.44	มากที่สุด
2.2 รูปภาพมีความสวยงาม	4.46	0.69	มาก
2.3 ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน และสีเส้นสวยงาม	4.44	0.79	มาก
2.4 เสียงมีความชัดเจน	4.46	0.63	มาก

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
2.5 มีคำอธิบายเนื้อหาที่ชัดเจน	4.67	0.61	มากที่สุด
รวม	4.55	0.63	มากที่สุด
3.ด้านความสะดวกในการใช้งาน			
3.1 มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามา	4.42	0.79	มาก
3.2 สื่อมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน	4.53	0.83	มาก
3.3 สื่อเข้าใจง่ายสะดวกต่อการเรียนรู้	4.50	0.63	มาก
3.4 สื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ดี	4.57	0.57	มาก
3.5 ข้อมูลที่แสดงในสื่อมีประสิทธิภาพดี	4.60	0.49	มากที่สุด
รวม	4.52	0.66	มากที่สุด
รวมคะแนนเฉลี่ยทั้งหมด	4.57	0.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 จากการประเมินความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่มีต่อบทเรียนในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 โดยมีด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 ด้านการออกแบบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 และด้านความสะดวกต่อการใช้งานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66

สรุปได้ว่านักเรียนมีระดับความพึงพอใจในด้านเนื้อหามากที่สุด โดยในด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 เป็นค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 เนื่องจากการจัดลำดับเนื้อหาในแต่ละบท และการเชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ มีความเหมาะสมทำให้ง่ายต่อการเรียนรู้ และพร้อมที่จะใช้งานต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

1. การสร้างสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ประกอบด้วย แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือและเอกสารเนื้อหาเรียนรายวิชาวิทยาศาสตร์ จำนวน 6 หน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วย หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 โลกของพืช หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 สัตว์โลกน่ารู้ หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 วัสดุรอบตัว หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 แรงโน้มถ่วงของโลก หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 แสงน่ารู้ และหน่วยการเรียนรู้ที่ 6 ท้องอวกาศ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและเรียนรู้เพิ่มเติมในการพัฒนา Model 3D ที่ใช้ในการพัฒนา AR จากนั้นนำไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญในการตรวจองค์ประกอบของสื่อส่งเสริมการเรียนรู้เป็นระยะเพื่อปรับปรุงให้ถูกต้อง ซึ่งกระบวนการพัฒนาสื่อให้ต่อเนื่องสอดคล้องกับ นิภาพร สุนทรสนิต และอภิชาติ เหล็กดี. (2560) ได้พัฒนาสื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องระบบสุริยะจักรวาลสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ด้วยเทคโนโลยี Augmented Reality

2. การสร้างสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ด้านประสิทธิภาพของสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR วิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 20 คน มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 80.12/81.75 เป็นไปตามเกณฑ์ 80/80

3. การสร้างสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีความพึงพอใจที่มีต่อสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR วิชาวิทยาศาสตร์ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 อยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด (4.57) ซึ่งการพัฒนาสื่อนี้มีการสอดแทรกเข้าไปในการเรียนการสอนในรูปแบบบทเรียนสามมิติ เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ทางสติปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ สร้างจินตนาการ และสนุกสนานเพลิดเพลินในการเรียนรู้มากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับ นิภาพร สุนทรสนิต และอภิชาติ เหล็กดี (2560) ได้นำสื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องระบบสุริยะจักรวาลไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านหนองไผ่วิทยา จำนวน 30 คน ทำการสรุปผลความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านหนองไผ่วิทยาที่

มีต่อสื่อเสริมการเรียนรู้เรื่อง ระบบสุริยะจักรวาล สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ด้วยเทคโนโลยี Augmented Reality โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.60)

ข้อเสนอแนะ

การสร้างสื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนประยุกต์เทคโนโลยี AR ของการเรียนรู้วิชาอื่นๆ ใช้ได้เฉพาะกับอุปกรณ์ที่ยังไม่หลากหลายและยังใช้โปรแกรมที่หลายหลายมากยิ่งขึ้นและเน้นเรื่อง Multimedia (ข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ และแอนิเมชัน) ให้มีความสมดูลมากขึ้น ซึ่งควรพัฒนาสื่อการสอนด้วยเทคโนโลยีโลกเสมือนจริงแบบมีปฏิสัมพันธ์แบบ 3 มิติ ในรายวิชาอื่น ๆ เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิดการเรียนได้ด้วยตนเองอีกทั้งควรทำการพัฒนาโดยใช้ร่วมกับการจัดรูปแบบการเรียนการสอนแบบต่าง ๆ และควรพัฒนาเพื่อทำการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่ได้เรียนโดยสื่อการสอนและการเรียนแบบปกติ

เอกสารอ้างอิง

- จันยา นวลละออง และนงลักษณ์ ปรีชาดิเรก. (2558). การสร้างเกมการเรียนรู้สามมิติเพื่อเสริมสร้างทักษะภาษาอังกฤษตามทฤษฎีพหุปัญญาของนักเรียนผ่านเทคโนโลยี Augmented Reality บนอุปกรณ์แท็บเล็ต. รายงานวิจัย คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธีรเดช บุญญา, จักรกฤษณ์ จันทจรธรรม, ภัทรพล บัวงาม และมงคลชัย มีเกสร. (2557). การพัฒนาสื่อการเรียนการสอนด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมแต่งบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.
- นิภาพร สุนทรสนิท และอภิชาติ เหล็กดี. (2560). การพัฒนาสื่อเสริมการเรียนรู้ เรื่องระบบสุริยะจักรวาล สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ด้วยเทคโนโลยี Augmented Reality. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สุพจน์ สุทธารธรรม และณัฐพงศ์ พลสมม. (2559). การพัฒนาสื่อการเรียนรู้เรื่อง ฮาร์ดแวร์ ด้วยเทคโนโลยี Augmented Reality. รายงานวิจัย สาขาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร.

การพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 DEVELOPMENT OF ENGLISH VOCABULARY GAMES FOR GRADE 4 STUDENTS

ธัญมัย สีแนน*
เยาวลักษณ์ ฉัตรกรวินกานต์*
ศุภมาส ผกาภาศ**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางในการพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ สำหรับ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 2) เพื่อพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 3) เพื่อ ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการใช้เกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ วิจัย เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านช่องแคบ อำเภอช่องแคบ จังหวัดตาก ที่กำลังศึกษา อยู่ในภาค เรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 25 คน ได้มาจากการเลือกอย่างเจาะจง ผลการวิจัยนี้พบว่า 1) เด็ก ในโรงเรียนนั้น ไม่ค่อยมีความรู้ความเข้าใจในภาษาอังกฤษเท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงมีแนวทางในการพัฒนาเกมคำศัพท์ ภาษาอังกฤษขึ้นเพื่อ พัฒนาทักษะด้านการจดจำ 2) ผลการพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษซึ่งใช้กระบวนการวงจร การพัฒนาระบบ (SDLC) โดยใช้โปรแกรม Construct2 เป็นเครื่องมือในการพัฒนา 3) ผลการศึกษาความพึงพอใจ ของนักเรียนที่มีต่อการพัฒนาคำศัพท์ภาษาอังกฤษ พบว่านักเรียนมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 อยู่ใน ระดับความพึงพอใจมาก

คำสำคัญ: เกม, คำศัพท์ภาษาอังกฤษ, ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

Abstract

The purpose of this research, 1) Study to problems and guidelines for developing English vocabulary games For grade 4 students. 2) Develop to English vocabulary games for Prathom Suksa 4 students and 3) Study to satisfaction towards the use of English vocabulary games of Prathom Suksa 4. The sample group used in the research was the grade 4 students of Ban Chong Khaep School, Chong Khaep District, Tak Province, who were studying in the 1st semester, academic year 2561, number 25. This research found are 1) Children in that school Not having much knowledge and understanding in English The researcher therefore has guidelines for developing English vocabulary games for Develop recognition skills 2) Children in that school Not having much knowledge and understanding in English The researcher therefore has guidelines for developing English vocabulary games for Develop recognition skills 3) Results of student satisfaction towards the development of English vocabulary It was found that students had overall satisfaction with an average of 4.27 at a very satisfactory level.

* หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

** การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา (แขนงคอมพิวเตอร์ศึกษา) มหาวิทยาลัยนเรศวร
อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

บทนำ

ปัจจุบันมีเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นอย่างมากมาเป็นยุคที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายรวมไปถึงเทคโนโลยีการเรียนการสอนที่ก้าวหน้าขึ้นเช่นเดียวกัน โดยสื่อในปัจจุบันนั้นถูกสร้างขึ้นมาเพื่อที่จะให้เด็กได้เกิดการเรียนรู้ในรูปแบบอื่นที่แตกต่างจากการเรียนภายในห้อง ซึ่งสื่อในปัจจุบันนั้นมีหลายรูปแบบด้วยกัน เช่น เกม เพลง สื่อ CAI เป็นต้น ซึ่งสื่อที่สามารถเรียกความสนใจเรียนรู้ของเด็กให้หันมาสนใจได้เป็นอย่างดี อันเนื่องมาจากเด็กในปัจจุบันได้เติบโตมากับเทคโนโลยีทำให้เด็กมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและสามารถใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ได้อย่างคล่องแคล่ว สื่อเกมมีลัทธิเดียวเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สำคัญในการเรียนภาษาอังกฤษ เพื่อพัฒนาทักษะด้านการจำ คำศัพท์ของเด็กได้เป็นอย่างดี เพราะจะสามารถดึงดูดความสนใจโดยอาศัยเทคนิคความสวยงามและเสียงประกอบให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น (ธนกฤต โพธิ์ชัย, 2555) ทั้งนี้เด็กจะสามารถออกเสียงใกล้เคียงเจ้าของภาษาหากทำการใส่เสียงประกอบเข้าไปในสื่อการสอน ซึ่งสื่อเหล่านี้จะสามารถช่วยให้เด็กได้สนุกสนานเพลิดเพลินไปกับการเล่นรวมทั้งเกิดการเรียนรู้ไปในเวลาเดียวกันซึ่งทำให้เด็กไม่เกิดความเบื่อหน่ายและสามารถเรียนรู้คำศัพท์ได้นานมากขึ้นขณะเรียนรู้

ภาษาอังกฤษเป็นเรื่องที่สำคัญมากในปัจจุบันเนื่องจากผู้คนทั่วโลกใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการติดต่อสื่อสารกัน ซึ่งถ้าหากใครสามารถสื่อสารภาษากลางของโลกได้ก็จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่บุคคลนั้นในหลายๆ ด้าน เช่น การท่องเที่ยว การติดต่อซื้อขายสินค้ากับต่างประเทศ หน้าที่การงานในต่างประเทศ เป็นต้น และภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีแนวโน้มที่จะเป็นภาษาที่ผู้คนทั่วไปใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันมากที่สุด ดังนั้นเด็กทุกคนสมควรที่จะอ่านออกเขียนได้เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับนานาประเทศในอนาคตเพื่อนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาประเทศต่อไป ดังนั้นเด็กควรจะเริ่มจากการจำคำศัพท์ให้ได้เสียก่อนเนื่องจากคำศัพท์ถือว่าเป็นหนึ่งในพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญก่อนที่จะได้เริ่มเรียนรู้ภาษาในขั้นต่อไป ถ้าหากเด็กไม่สามารถจำคำศัพท์ได้จะทำให้ไปกระทบการเรียนรู้ในส่วนอื่นๆ ทั้ง การฟัง พูด อ่าน เขียน เนื่องจากไม่รู้คำศัพท์จึงไม่สามารถเรียงวลีหรือประโยคภาษาอังกฤษได้ทำให้เด็กฟังภาษาอังกฤษ ไม่ออก ไม่สามารถอ่านและเขียนภาษาอังกฤษได้จนทำให้เด็กไม่สามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ในที่สุด การสื่อสารไม่ได้ทำให้เด็กเหล่านั้นขาดโอกาสหลายๆ ส่วนที่จำเป็นต้องใช้ภาษาในการได้มาไป อาทิ เช่น ไม่สามารถสมัครงานที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษได้หรือไม่สามารถทำการค้าขายสินค้ากับต่างชาติได้ทำให้เสียรายได้ในส่วนที่ควรจะได้ไป เป็นต้น

เด็กในโรงเรียนแถบชนบทนั้นไม่ค่อยมีความรู้ความเข้าใจในภาษาอังกฤษและไม่มีสนใจในการเรียนภาษาอังกฤษเท่าที่ควร เด็กนักเรียนโรงเรียนบ้านช่องแคบก็เกิดปัญหาในลักษณะนี้เช่นเดียวกัน คือเด็กไม่ค่อยสนใจเรียนในเวลาเรียนเท่าที่ควรทำให้คะแนนสอบออกมาได้ไม่ดึ๊ง ซึ่งปัญหานี้อาจจะมาจากรูปแบบการสอนที่เน้นให้เด็กท่องจำและจดตามที่อาจารย์ผู้สอนพูดซึ่งอาจจะทำให้เด็กเบื่อหน่ายและไม่ตั้งใจเรียนจึงทำให้เด็กไม่รู้ภาษาอังกฤษเท่าที่ควร การเรียนการสอนไม่จำเป็นที่จะต้องเรียนแต่เพียงในห้องเรียนเท่านั้นผู้เรียนสามารถเรียนที่ใดเวลาใดก็ได้ตามต้องการรวมไปถึงรูปแบบการเรียนไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นสื่อการสอนเท่านั้นแต่การเรียนรู้ควรอยู่ในหลายๆ รูปแบบ เช่น เกม ที่เด็กๆ ชอบเล่นซึ่งเด็กจะมีความสนใจมากกว่าการเรียนแบบท่องจำทั่วไป เนื่องจากมีความสนุกสนานมากกว่าและสามารถส่วนร่วมกับสื่อได้มากกว่าการเรียนแบบเดิมๆ อีกทั้งเกมยังมีการให้คะแนนแก่ผู้เข้าแข่งขันทำให้เด็กเกิดการพัฒนาคำศัพท์เพิ่มมากขึ้น และอาจารย์สามารถนำเกมนี้ไปประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนได้อย่างง่ายดายซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการเรียนการสอนทำให้เด็กสนใจเรียนในเนื้อหามากยิ่งขึ้น

จากปัญหาข้างต้นทางผู้วิจัย จึงมีความสนใจในการพัฒนาเกมเพื่อช่วยในการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 เพื่อให้ให้นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจในคำศัพท์วิชาภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้นและช่วยให้การเรียนวิชาภาษาอังกฤษสนุกสนานไม่น่าเบื่อทำให้เด็กๆ เกิดความอยากเรียนรู้ โดยสื่อที่ทางผู้วิจัยจะได้ทำการจัดทำนั้นเป็นสื่อรูปแบบเกมภาษาอังกฤษโดยอิงเนื้อหาจากหนังสือเรียนของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางในการพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4
2. เพื่อพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการใช้เกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ในเขต ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ทั้งหมด 8 โรงเรียน จำนวน 188 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบ้านช่องแคบ หมู่ 1 ตำบลช่องแคบ อำเภอ พบพระ จังหวัดตาก จำนวน 25 คน โดยเลือกอย่างเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางในการพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ โดยเป็นแบบสัมภาษณ์ลักษณะแบบกึ่งโครงสร้าง โดยผ่านจากการตรวจสอบจากที่ปรึกษา และนำไปสัมภาษณ์ครูสอนวิชาภาษาอังกฤษชั้นปีที่ 4

2. โปรแกรม Construct 2 เพื่อใช้ในการพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ

3. แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการใช้เกมภาษาอังกฤษชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยประกอบไปด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ และด้านความสะดวกในการใช้งาน และได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยได้ค่าระหว่าง 0.80 - 1.00 และค่าความเชื่อถือเท่ากับ 0.88 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นภาพรวม และรายด้าน

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าเฉลี่ย หรือ มัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean) (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2543)
2. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ระวีวรรณ ชินะตระกูล, 2538)

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

ผลการศึกษาการพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีดังต่อไปนี้

1. ผลการสัมภาษณ์วิชาภาษาอังกฤษจากครูสอนวิชาภาษาอังกฤษ ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 พบว่าเด็กในโรงเรียนนั้นไม่ค่อยมีความรู้ความเข้าใจในภาษาอังกฤษเท่าที่ควรผู้วิจัยจึงทำเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษขึ้นมาเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจดจำการพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ เกมเป็นสื่อที่สามารถเรียกความสนใจการเรียนรู้ของเด็กได้เป็นอย่างดี เกมมีลัทธิเดียวเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่พัฒนาทักษะด้านการจำศัพท์ เพราะจะสามารถดึงดูดความสนใจโดยอาศัยเทคนิคความสวยงามภาพและเสียงประกอบให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นโดยใช้ โปรแกรม Construct 2 ในการทำเกม

2. การพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาเกมโดยนำเอาผลจากการสัมภาษณ์ปัญหาและแนวทางในการพัฒนาเกมจากครูสอนวิชาภาษาอังกฤษ โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาด้วยโปรแกรม Construct 2 โดยใช้กระบวนการวงจรการพัฒนาาระบบ (SDLC) ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด 7 ขั้นตอน ดังนี้ (วิวัฒน์ พัฒนา ,2553)

- 2.1 ศึกษาการใช้โปรแกรม Construct 2 ที่ใช้ในการทำเกม โดยใช้การค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต
- 2.2 คิดค้นตัวเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ครูของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ทั้ง 2 โรงเรียน มาเป็นแนวทางในการจัดทำสื่อเกม
- 2.3 นำเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ได้ออกแบบไว้ไปสอบถามอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อนำข้อคำแนะนำไปปรับปรุงในการจัดทำเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษต่อไป
- 2.4 นำ Flowchart และ Story Board มาให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบเนื้อหา
- 2.5 ออกแบบเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษลงคอมพิวเตอร์
- 2.6 สร้างเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษลงโปรแกรม Construct 2 และนำตัวเกมที่สร้างไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำไปปรับปรุงตัวเกมให้สมบูรณ์
- 2.7 แก้ไขตามข้อเสนอแนะตามที่อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป



ภาพที่ 1 สื่อเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการใช้เกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษสำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ซึ่งมีผลความพึงพอใจต่อการใช้เกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	14	56.00
หญิง	11	44.00
รวม	25	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 10 ปี	1	4.00
10-15 ปี	22	88.00
15 ปีขึ้นไป	2	8.00
รวม	25	100.00
อาชีพ		
นักเรียน	23	92.00
ครู	2	8.00
รวม	25	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ประเมินแบบสอบถามโดยจำแนกตามเพศพบว่าผู้ประเมินจำนวน 25 คน มีจำนวนเพศชายมากกว่าเพศหญิงโดยเพศชายมีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 เพศหญิงจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 จำแนกตามอาชีพพบว่าผู้ประเมินจำนวน 25 คนนักเรียน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 92.00 ครู 2 คนเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้การพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ

ลักษณะการใช้งาน	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลค่า
1. ด้านเนื้อหา	4.25	0.74	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหามีความถูกต้อง	4.24	0.76	พึงพอใจมาก
1.2 ความยากง่ายของเนื้อหา	4.16	0.78	พึงพอใจมาก
1.3 การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม	4.44	0.70	พึงพอใจมาก
1.4 เนื้อหาเหมาะสมกับวัย	4.16	0.73	พึงพอใจมาก
2. ด้านการออกแบบ	4.32	0.77	พึงพอใจมาก
2.1 รูปภาพและสีมีความสวยงาม	4.52	0.75	พึงพอใจมากที่สุด
2.2 ตัวอักษรอ่านง่ายและสีสันทสวยงาม	4.08	0.80	พึงพอใจมาก
2.3 เสียงมีความชัดเจน	4.36	0.79	พึงพอใจมาก
2.4 การออกแบบเกมมีความน่าสนใจ	4.32	0.79	พึงพอใจมาก
2.5 การอ่านออกเสียงถูกต้องตามหลักไวยากรณ์	4.32	0.73	พึงพอใจมาก
3. ด้านความสะดวกในการใช้งาน	4.27	0.77	พึงพอใจมาก
3.1 สามารถเลือกเรียนได้ด้วยตนเอง	4.24	0.81	พึงพอใจมาก
3.2 เกมมีการใช้งานง่าย	4.24	0.76	พึงพอใจมาก
3.3 เนื้อหาสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.36	0.79	พึงพอใจมาก
3.4 มีคู่มือและขั้นตอนการใช้งานชัดเจน	4.12	0.71	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจภาพรวม	4.27	0.77	พึงพอใจมาก

จากผลตารางที่ 2 ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่มีต่อการพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 โดยพบว่าในด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.32 มีผลความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีความพึงพอใจในเรื่องของรูปภาพและสีของสื่อเกมที่มีความสวยงาม และด้านความสะดวกในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 โดยมีผลความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมองว่าสื่อสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ใช้งานง่าย และสามารถเลือกเรียนได้ด้วยตัวเอง

อภิปรายผล

การจัดการเรียนการสอนคำศัพท์โดยใช้เกมประกอบทำให้นักเรียนเรียนอย่างสนุกสนาน กระตือรือร้นไม่เบื่อหน่ายต่อการเรียน คำศัพท์ส่วนใหญ่จะอยู่ในเนื้อหาบทเรียน ถึงแม้ว่านักเรียนจะตอบผิดบ้างก็ตาม แต่นักเรียนก็มีความพอใจในการเล่น เกม ได้ฝึกทักษะต่างๆ ทั้งในด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน เกมช่วยให้เกิดแรงจูงใจในการเรียนรู้ ทำให้นักเรียนอยากเรียนภาษาอังกฤษและยังช่วยให้นักเรียนเข้าใจในบทเรียนมากยิ่งขึ้น โดยความคิดเห็นเกี่ยวกับเกมคำศัพท์ของนักเรียนอยู่ในระดับชอบมาก เพราะนักเรียนรู้สึกสนุกสนานในขณะที่เล่นเกม และได้ฝึกออกเสียง คำศัพท์ที่ตนได้เรียนทั้งได้ใช้ความคิดในการคิดคำศัพท์ การจำคำศัพท์ และการสะกดคำ ซึ่งสื่อการเรียนรู้โดยใช้เกมประกอบการสอนจะทำให้นักเรียนสนุกสนาน บรรายากศาในท้องเรียนไม่ตึงเครียด นักเรียนได้ปลดปล่อยอารมณ์ และมีความสุขสนุกสนานเพลิดเพลินต่อการเรียนจึงทำให้นักเรียนเข้าใจและจดจำคำศัพท์ได้ดี โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวราพร เปลียนปรารถ และ สุทัศน์ นาคัจัน (2558) โดยทำงานวิจัยเรื่อง การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยใช้เกมประกอบการสอนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนวัดทุ่งน้อย อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งพบว่ามีผลความพึงพอใจของการใช้เกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจมากเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย เรื่อง การพัฒนาเกมคำศัพท์ภาษาอังกฤษสำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดี ดังนี้

1. ครูสามารถออกแบบเกมเพื่อช่วยฝึกทักษะต่างๆ ในวิชาภาษาอังกฤษให้กับนักเรียนที่เรียนวิชาภาษาอังกฤษอ่อนหรือสอบไม่ผ่าน
2. ควรทำการทดลองสอนเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน 2 กลุ่มโดยกลุ่มหนึ่งเรียนแบบวิธีสอนปกติ และอีกกลุ่มหนึ่งเรียนโดยใช้การพัฒนาเกมคำศัพท์
3. ควรทำการออกแบบการสอนโครงสร้างประโยคโดยใช้เกมประกอบการสอน
4. การใช้เกมคำศัพท์ประกอบนั้น เป็นการฝึกทักษะโดยใช้เกมเข้ามาประกอบเพื่อเป็นการทบทวนคำศัพท์ และทำให้นักเรียนจำคำศัพท์ได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยควรมีการต่อยอดเพิ่มเติมในส่วนของเนื้อหาคำศัพท์ เสียง ภาพที่มีสีสันที่ดึงดูดเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถเล่นเกมได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น และยังสามารถพัฒนาไปในส่วนของเกมสามมิติ เพื่อให้มีความสมจริงในการเล่น เกม เพิ่มความท้าทายของเกมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังช่วยเพิ่มความสนใจของนักเรียนที่จะเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้นด้วยสื่อเทคโนโลยีทางการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐวราพร เป็ลียนปราณ, สุทัศน์ นาคจัน. (2558). การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยใช้เกมประกอบการสอนของนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนวัดทุ่งน้อย อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนกฤต โพธิ์สี. (2555). ผลการใช้เกมมัลติมีเดียเพื่อพัฒนาการจำและความคงทนในการจำคำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนวัดชินวราราม (เจริญผลวิทยาเวศน์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2543). รวบรวมบทความการวิจัย การวัดและประเมินผล. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ศรีอนันต์.
- ระวีวรรณ ชินะตระกูล (2538). วิธีวิจัยการศึกษา. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.

การพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก
THE DEVELOPMENT OF TOURISM APPLICATION FOR FIVE BORDER DISTRICTS
IN TAK PROVINCE

ชนิกานต์ เขียวคล้าย*
ฐิติมา นันทะใจ*
ทิพย์หทัย ทองธรรมชาติ**

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชัน ประกอบด้วย โปรแกรม Android Studio ระบบฐานข้อมูล MySQL และโปรแกรมภาษา Java กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายใน 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) แอปพลิเคชันมีความสามารถในการค้นหาข้อมูลสถานที่ สามารถแสดงข้อมูลสถานที่ ระบุตำแหน่งปัจจุบันของผู้ใช้งาน แสดงตำแหน่งที่ตั้งแนะนำเส้นทาง โดยผู้ใช้งานสามารถเชื่อมต่อแผนที่เพื่อนำทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดน จังหวัดตาก ได้ และ 2) ความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.03

คำสำคัญ: แอปพลิเคชัน, การท่องเที่ยว, 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก, แอนดรอยด์

Abstract

The research developed tourism application for the five districts and investigated satisfaction of users who use the application. The development of the application used in this study were Android Studio, MySQL database, and Java Language. The subjects of the study are tourists who traveled in the five districts. They were fifty subjects. The research instrument used in this study was a satisfaction assessment form to be distribute to users of the application. The statistics used in this study were Average (\bar{X}) and Standard Derivation (S.D.). The result found that the application contains functions that provide tourist information searching, tourism place pictures, tourism place location, and giving direction. The satisfaction level toward the use of the application by the users revealed that the majority of the satisfaction levels is highest which has \bar{X} (4.53) and S.D. (0.03).

Keywords: Application, Tourism, Five border districts in Tak Province, Android

* บริหารธุรกิจบัณฑิต (บ.บ.) สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

** วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (วท.ม.) สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

บทนำ

จังหวัดตากอยู่ในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย โดยเป็นจังหวัดที่มีสภาพภูมิประเทศเป็นพื้นที่ตามแนวเทือกเขา โดยสภาพพื้นที่ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ฝั่งตะวันออกประกอบด้วย 4 อำเภอ คือ อำเภอเมืองตาก อำเภอบ้านตาก อำเภอสามเงา และอำเภอวังเจ้า ฝั่งตะวันตก ประกอบด้วย 5 อำเภอ ที่ถูกเรียกว่า 5 อำเภอชายแดน คือ อำเภอแม่สอด อำเภอแม่ระมาด อำเภอท่าสองยาง อำเภอพบพระ และอำเภออุ้มผาง ซึ่งฝั่งตะวันตกนั้นมีภูมิประเทศที่สวยงาม และมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายไม่ว่าจะเป็น ผืนป่า พรรณไม้ ถ้ำ น้ำตก และด้วยความหลากหลายเชื้อชาติจึงทำให้เกิดประเพณีของแต่ละท้องถิ่น ที่มีความแตกต่างกันน่าค้นหา นอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อีกมากมายซึ่งมีส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว จากสถิติปี พ.ศ.2559 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวใน 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก จำนวน 703,541 คน และปี พ.ศ. 2560 จำนวน 791,305 คน จากข้อมูลจะเห็นว่ามียอดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 12.47% ซึ่งสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น 2.68% (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตาก, 2560)

เทคโนโลยีที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคงหนีไม่พ้นเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และการสื่อสาร โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ และมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก ได้พัฒนาให้มีคุณสมบัติการใช้งานที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความสะดวกสบายของผู้ใช้งาน มีเทคโนโลยีในการระบุตำแหน่งที่อยู่ การนำทาง สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ง่ายและครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายไม่สูง ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่าย พบว่าได้สะดวก มีการใช้งานที่แพร่หลายเป็นที่นิยมอย่างมาก (สุธิรา จันทรปุ้ม, พิเชษฐ์ จันทรปุ้ม และ แพรตะวัน จารุตัน, 2560) สถานที่ท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการใช้งานโทรศัพท์มือถือที่สามารถติดตั้งแอปพลิเคชันสำหรับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวได้ ซึ่งแอปพลิเคชันเหล่านั้นสามารถนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สนใจที่จะท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี โดยแต่ละแอปพลิเคชันต่างก็มีจุดเด่นและจุดด้อยที่ต่างกันไปอย่างไรรักตามแอปพลิเคชันสำหรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่สามารถระบุตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวใน 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก ได้อย่างละเอียด ถูกต้อง และแม่นยำเท่าที่ควร ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจบางที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก และไม่ถูกระบุตำแหน่งบนกูเกิ้ลแมพเอพีไอ (Google Maps API) ทำให้ผู้ใช้งานไม่เห็นข้อมูลตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยว และไม่ได้ข้อมูลตามที่ใช้ต้องการ

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้น ทางคณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก เนื่องจากอุปกรณ์ที่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ มีจำนวนมาก อุปกรณ์มีหลากหลายระดับรวมทั้งสามารถทำงานบนอุปกรณ์ที่มีขนาดเล็กและความละเอียดแตกต่างกันได้ ทำให้สามารถเลือกใช้ได้ตามต้องการ โดยแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก จะแสดงสถานที่ต่างๆ ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และสามารถระบุตำแหน่งต่างๆ ได้อย่างแม่นยำ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์ในด้านการวางแผนการท่องเที่ยวโดยสามารถศึกษารายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว และนำไปประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. การพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก

ผู้วิจัยได้พัฒนาระบบตามแนวคิดในการพัฒนาวัฏจักรการพัฒนากระบวนการพัฒนาระบบงาน (System Development Life Cycle หรือ SDLC) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งมีทั้งหมด 7 ขั้นตอน (กิตติมา ไชยชาญฤทธิ์, 2556) ดังนี้

1.1 การกำหนดปัญหา (Problem Definition)

1) ศึกษาสภาพปัญหาของการวิจัย โดยการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก

2) ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัญหา ได้แก่ ทฤษฎีการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันโดยใช้โปรแกรม Android Studio ระบบฐานข้อมูล MySQL และโปรแกรมภาษา Java งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแอปพลิเคชัน

3) รวบรวมปัญหา ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะต่างๆ จากการศึกษาสภาพปัญหาจากรายงานวิจัยและศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.2 การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study)

เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือที่มีการพัฒนาที่รวดเร็วมากจึงเกิดโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่มีประสิทธิภาพในการประมวลผลที่มีความเร็วสูง ดังนั้น จึงมีผู้พัฒนาแอปพลิเคชันแบบต่างๆ ออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้และอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้สมาร์ทโฟน

ทางคณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการที่จะพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันที่มีความต้องการจะค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงของผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนของตนเองโดยอ้างอิงจากตำแหน่งจีพีเอสเพื่อทำการยึดตำแหน่งของสมาร์ทโฟนเป็นจุดกึ่งกลางในการกำหนดระยะการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงตามแต่ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันจะกำหนดขอบเขตของระยะทางที่จะค้นหาโดยหมุดสถานที่ท่องเที่ยวจะแสดงบนกูเกิ้ลแมพเอพีไอทำให้ง่ายต่อการใช้งาน

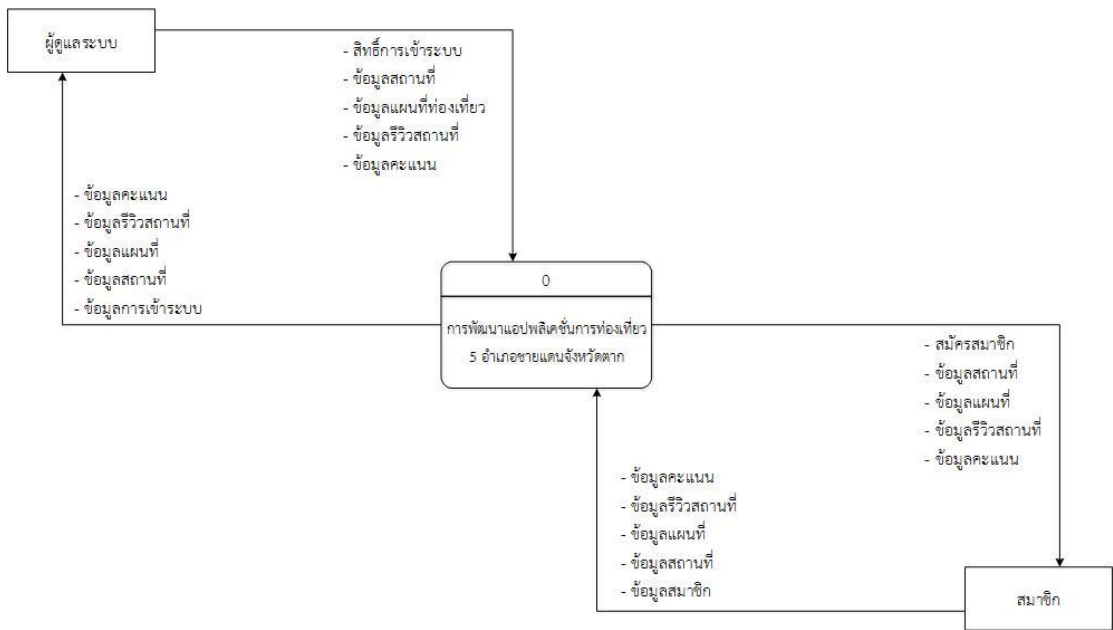
1.3 การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis)

เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายใน 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก และสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวศูนย์ย่อยแม่สอด กองกำกับการ 3 ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อนำมาจัดทำรายงานการทำงานของระบบ ซึ่งจะต้องใช้เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการศึกษาเอกสารที่ระบบใช้งานอยู่ในปัจจุบัน การตรวจสอบวิธีการทำงานในปัจจุบันด้วยการสังเกต การใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยศึกษาจากเอกสารต่างๆ ในระบบการทำงานในปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้ค้นพบข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่อง

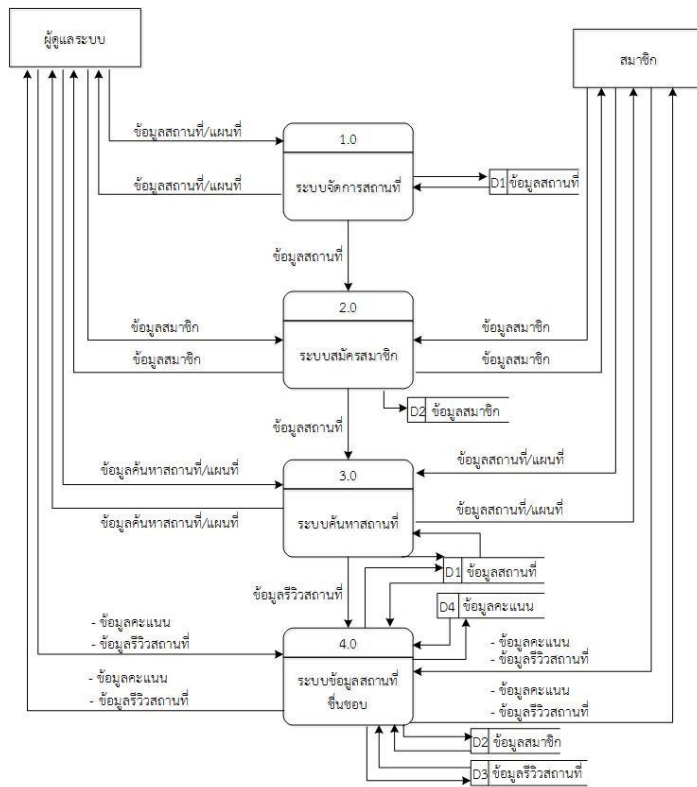
1.4 การออกแบบระบบ (System Design)

แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก อาศัยเครื่องมือ คือ แผนภาพการไหลของข้อมูล (Data Flow Diagram: DFD) เป็นเครื่องมือที่ใช้อธิบายถึงขั้นตอนการทำงานของระบบ แสดงทิศทางการไหลของข้อมูล ซึ่งอธิบายให้ผู้พัฒนาระบบ ผู้ใช้รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ทราบรายละเอียดการทำงานได้ดียิ่งขึ้น

1.4.1 แผนภาพกระแสข้อมูลระดับสูงสุด (Context Diagram)



ภาพที่ 1 แผนภาพกระแสข้อมูลระดับสูงสุด Context Diagram Level 0



ภาพที่ 2 แผนภาพกระแสข้อมูล DFD Level 1

1.5 การสร้างระบบหรือพัฒนาระบบ (System Construction)

แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก พัฒนาโดยโปรแกรม Android Studio ระบบฐานข้อมูล MySQL และโปรแกรมภาษา Java

1.6 การติดตั้งระบบ (System Implementation)

นำแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก อัปโหลดเข้าสู่ระบบ Google Play เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยตามขั้นตอนต่อไป

1.7 การประเมินผลและการบำรุงรักษาระบบ (Implementation Review and Maintenance)

เป็นการทดสอบการเพิ่มข้อมูล การลบข้อมูล การแก้ไขข้อมูล และค้นหาตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวในระยะเวลาที่ผู้ใช้กำหนดได้ถูกต้องตามขอบเขตหรือไม่ และทำการตรวจสอบข้อมูลและความถูกต้องระหว่างที่ได้ดำเนินการใช้งานแอปพลิเคชัน ทำการปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ ให้มีความถูกต้องอยู่เสมอ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายใน 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก โดยใช้โทรศัพท์มือถือระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายใน 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก โดยใช้โทรศัพท์มือถือระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ จำนวน 30 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชัน

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชัน

โปรแกรม Android Studio ใช้เป็นเครื่องมือในการเขียนภาษา Java ระบบฐานข้อมูล MySQL และใช้ Nox APP Player เป็นสภาพแวดล้อมบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่แบบจำลองเพื่อใช้ในการแสดงผล

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัด

4. สถิติที่ใช้

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย (Average: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) โดยใช้มาตราวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale)

เกณฑ์การให้คะแนนเกี่ยวกับความพึงพอใจมีลักษณะดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ (พิสุทธา อารีราษฎร์, 2551) มีลักษณะดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

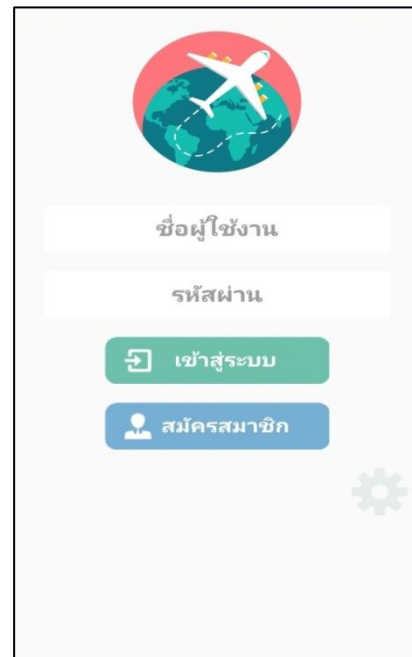
ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก

ทางคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก ตามขั้นตอนการวิจัย โดยนำข้อมูลจากการศึกษา และวิเคราะห์ มาจัดทำแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก แสดงดังภาพที่ 3-8



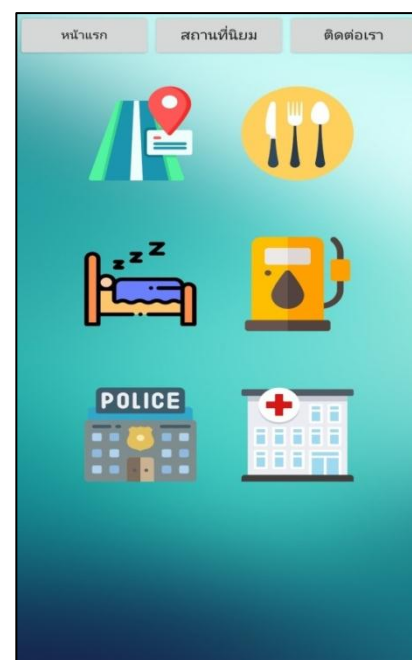
ภาพที่ 3 โลโก้แอปพลิเคชัน



ภาพที่ 4 หน้าจอเข้าสู่ระบบ



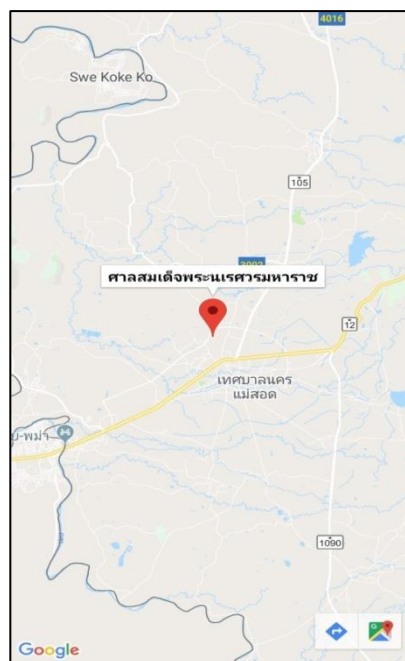
ภาพที่ 5 หน้าจอหลักของแอปพลิเคชัน



ภาพที่ 6 หน้าจอแสดงหมวดหมู่ของสถานที่



ภาพที่ 7 หน้าจอสถานที่ยอดนิยม



ภาพที่ 8 ผลการค้นหาตำแหน่ง

จากภาพที่ 3-8 แสดงผลการพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก ประกอบด้วย โลโก้แอปพลิเคชัน หน้าจอเข้าสู่ระบบ หน้าจอหลักของแอปพลิเคชัน หน้าจอแสดงหมวดหมู่ของสถานที่ หน้าจอสถานที่ยอดนิยม และผลการค้นหาตำแหน่ง

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก

ทางคณะผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก ที่พัฒนาขึ้นกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายใน 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก จำนวน 30 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างได้ทดลองใช้งานแอปพลิเคชัน และตอบแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อแอปพลิเคชัน จากนั้นนำผลการประเมินมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเทียบกับเกณฑ์และสรุปผล แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลความพึงพอใจการใช้งานแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. ด้านการทำงานของแอปพลิเคชัน			
1.1 ความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน	4.57	0.50	มากที่สุด
1.2 ใช้งานง่าย และสะดวกในการค้นหา	4.67	0.48	มากที่สุด
1.3 ความถูกต้องของเนื้อหา	4.53	0.57	มากที่สุด
1.4 เนื้อหาที่ง่ายต่อการมอง	4.50	0.51	มากที่สุด
1.5 ระบบข้อมูลที่เป็นหมวดหมู่	4.77	0.43	มากที่สุด
1.6 การขอเส้นทาง	4.73	0.45	มากที่สุด
1.7 การกดดาวสถานที่ที่ชื่นชอบ	4.30	0.75	มาก
1.8 สามารถเชื่อมต่อกับระบบออนไลน์ได้	4.13	0.73	ปานกลาง
1.9 ฟังก์ชันการทำงาน	4.63	0.49	มากที่สุด

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
รวม	4.53	0.12	มากที่สุด
2. ด้านความทันสมัยของแอปพลิเคชัน			
2.1 การอัปเดตข้อมูล	4.37	0.61	มาก
2.2 รุ่นของระบบปฏิบัติการ	4.43	0.50	มาก
2.3 ใช้พื้นที่ในการจัดเก็บน้อย	4.57	0.50	มากที่สุด
2.4 ความรวดเร็วในการดาวน์โหลด	4.63	0.49	มากที่สุด
2.5 คุณลักษณะพิเศษในการใช้งาน	4.50	0.63	มากที่สุด
รวม	4.50	0.07	มากที่สุด
3. ด้านกราฟิกของแอปพลิเคชัน			
3.1 ขนาดของตัวอักษรที่เหมาะสม	4.47	0.63	มาก
3.2 ฟอนต์ที่สวยงาม	4.37	0.67	มาก
3.3 สีสันทันของพื้นหลังแบบสบายตา	4.63	0.56	มากที่สุด
3.4 มีภาพประกอบเนื้อหา	4.53	0.57	มากที่สุด
3.5 มีกราฟิกต่างๆ เพื่อความเข้าใจในเนื้อหามากขึ้น	4.50	0.68	มากที่สุด
รวม	4.50	0.10	มากที่สุด
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแอปพลิเคชัน			
4.1 สถานที่ท่องเที่ยว	4.70	0.47	มากที่สุด
4.2 สถานที่พัก	4.50	0.51	มากที่สุด
4.3 ร้านอาหาร	4.67	0.48	มากที่สุด
4.4 โรงพยาบาล	4.53	0.57	มากที่สุด
4.5 สถานีตำรวจ	4.40	0.56	มาก
4.6 ปั้มน้ำมัน	4.50	0.51	มากที่สุด
รวม	4.55	0.04	มากที่สุด
5. ด้านประโยชน์ในการใช้งานของแอปพลิเคชัน			
5.1 การขอเส้นทาง	4.73	0.45	มากที่สุด
5.2 การกดดาวให้กับสถานที่ ที่ชื่นชอบ	4.43	0.57	มาก
รวม	4.58	0.08	มากที่สุด
รวมทุกด้าน	4.53	0.03	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ข้อมูลความพึงพอใจการใช้งานแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก พบว่า ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก สรุปผลโดยรวม ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.03

อภิปรายผล

การพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ

1) ส่วนของแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก มีความแตกต่างจากแอปพลิเคชันทั่วไป คือ สามารถเจาะจงไปยังสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานีตำรวจ และปั้มน้ำมันใน 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก ทำให้ประชาชนภายใน 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก ประชาชนจากต่างจังหวัด และนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาเส้นทางและตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่ภายใน 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตากให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิญญาพัชญ์ ทาสาธนต์ตระกูล, พินทุสร ปัสสะจะโน และอภิชาติ ไชคหะริยสุขชัย (2559) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการวางแผนท่องเที่ยวตามฤดูกาล พบว่าการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างยอมรับแอปพลิเคชัน โดยรวมอยู่ในระดับดี

2) ส่วนความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก จากจำนวนผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจทั้งหมด จำนวน 30 คน พบว่าโดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.53 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.03 หากจำแนกตามด้านพบว่า ด้านประโยชน์ในการใช้งานของแอปพลิเคชันมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจสูงสุด เนื่องมาจากผู้ใช้งานสามารถนำแอปพลิเคชันไปใช้ได้จริง รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแอปพลิเคชัน เนื่องมาจากผู้ใช้งานสามารถนำแอปพลิเคชันไปใช้ในการค้นหาเส้นทางสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานีตำรวจ และปั้มน้ำมันได้จริง ด้านการทำงานของแอปพลิเคชัน เนื่องมาจากแอปพลิเคชันสามารถใช้งานง่าย ด้านความทันสมัยของแอปพลิเคชันและด้านกราฟิกของแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจน้อยที่สุด เนื่องมาจากมีความสวยงาม น่าสนใจ แต่ยังมีขาดการดึงดูดใจจากผู้ใช้งานในส่วนของคุณภาพ และภาพเคลื่อนไหว เพื่อให้แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุริม ชฎารัตนฐิติ และนฤพจน์ ม่วงศิริ (2559) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบค้นหาร้านอาหารด้วยระบบแอนดรอยด์ผ่านจีพีเอส พบว่าการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานยอมรับแอปพลิเคชัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ในส่วนของการพัฒนาแอปพลิเคชันควรพัฒนาให้ครอบคลุมทุกจังหวัดในประเทศไทย
2. การแสดงแผนที่นำทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานีตำรวจ และปั้มน้ำมันใน 5 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก ควรเชื่อมต่อกับกูเกิลแมพเพื่อให้เห็นตำแหน่งและระบุตำแหน่งของผู้ใช้งาน โดยผู้ใช้งานสามารถปักหมุดจากตำแหน่งปัจจุบันเพื่อนำทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานีตำรวจ และปั้มน้ำมันที่ต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานีตำรวจ และปั้มน้ำมัน
2. ควรเพิ่มส่วนของการแนะนำสถานที่ต่างๆ และระบบนำทางไปยังสถานที่ต่างๆ
3. ควรนำแอปพลิเคชันไปไว้ที่เพลย์สโตร์ เพื่อให้สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันไปใช้งานได้
4. ควรพัฒนาบนระบบปฏิบัติการไอโอเอส (iOS) ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กิตติมา ไชยชาญยุทธ์. (2556). SDLC. [Online]. Available:
<https://sites.google.com/site/ooad5605110026/wngcr-phathna-rabb-sdlc>
[2561, พฤษภาคม 10].
- บุริม ชฎารัตนจิตติ และนฤพจน์ ม่วงศิริ. (2559, กรกฎาคม-ธันวาคม). การพัฒนาระบบคั้นหำรำนอาหารด้วยระบบ
แอนดรอยด์ผ่านจีพีเอส. วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 3(2), 72-80.
- พิสุทธา อารีราษฎร์. (2551). การพัฒนาซอฟต์แวร์ทางการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. มหาสารคาม:
อภิชาติการพิมพ์.
- ภิญญาพัชญ์ ทาสาธน์ตย์ตระกูล, พินทุสร ปัสนะจะโน และอภิชาติ โชคเหรียญสุขชัย. (2559). การพัฒนา
แอปพลิเคชันเพื่อการวางแผนท่องเที่ยวตามฤดูกาล ในการประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ครั้งที่ 1 (The 1st RUSNC). วันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2559
(หน้า 312-316). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- สุธิรา จันทร์ปุม, พิเชษฐ์ จันทร์ปุม และแพรตะวัน จารุตัน. (2560, กรกฎาคม-ธันวาคม). การพัฒนาโมบาย
แอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์. วารสารวิชาการการ
จัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม, 4(2), 114-120.
- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตาก. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดตาก. [Online]. Available:
http://www.mots.go.th/province_new/ewt/tak/ewt_news.php?nid=84
[2561, มกราคม 14].

การรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

RECOGNITION AND EXPECTATIONS FOR PUBLIC RELATIONS MEDIA OF THE FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE, NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY

ภาณุวัตร แต่งนวลจันทร์¹
จิรพร จรบุรี²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของชุมชนท้องถิ่น การรับรู้และความคาดหวังของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ตามการรับรู้ของชุมชนท้องถิ่น มุ่งศึกษากับกลุ่มประชากรในชุมชนเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล จังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานี และชัยนาท ซึ่งเป็นพื้นที่ให้บริการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยศึกษาในกลุ่มนักเรียน ผู้ปกครอง ผู้บริหารท้องถิ่น นักธุรกิจ สื่อมวลชนและกลุ่มประชาชนทั่วไป จำนวน 364 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่และร้อยละและใช้สถิติทดสอบไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 25 - 35 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา/ปวส. โดยมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากประเภทสื่อต่าง ๆ ต่อเดือน จำนวน 10 ครั้งขึ้นไป ซึ่งสื่อที่ใช้ในการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ โทรทัศน์ และเว็บไซต์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และป้ายโฆษณากลางแจ้ง และรับรู้ข้อมูลจากสื่อจากป้ายประชาสัมพันธ์โฆษณาากลางแจ้ง ณ บริเวณริมถนน ซึ่งรูปแบบของป้ายประชาสัมพันธ์เป็นแบบป้ายคัทเอ้าท์ / ป้ายไวเนล / ป้ายผ้าใบ เมื่อทดสอบสมมติฐานจำแนกตามเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและอายุที่แตกต่างกันมีการรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ในช่วงรายการวิทยุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การรับรู้และความคาดหวัง, สื่อประชาสัมพันธ์, คณะวิทยาการจัดการ

Abstract

This research aimed to study the behavior to accept the local community information, perceptions and expectations of the Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University as perceived by the local community. The study emphasized on groups of people in and out of municipality in Nakhon Sawan, Uthai Thani and Chai Nat in which the service area of the Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University. The study was conducted among students, parents, local administrators, local business people, the media and

¹ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ กลุ่มงานบริหารและธุรการ สำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

² อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

the general public of 364 people. Questionnaires were used as the research tool. The statistics used for data analysis were frequency, percentage and Chi - Square.

The study found that the majority were female, aged between 25-35 years, got married, educational levels were lower Diploma / Bachelor. The perception of information from various media types up to 10 times per month which the medium used to recognize most were television, radio, newspapers and websites, and outdoor billboards. And recognition from media advertising boards, outdoor advertising at the roadside which formed the label releases a billboard cutout / vinyl / canvas the hypothesis testing by sex, marital status, educational level and different ages, it found that the data recognition of public relations media of the Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University had no difference, except the recognition of public relations media via the radios had some differences significantly on statistic at 0.05 level.

Keyword: Recognition and expectations, public relations media, Faculty of Management Science

บทนำ

การสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นในองค์กร สิ่งแรกที่จะต้องพิจารณาคือต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เขามององค์กรอย่างไร วิธีการที่จะทราบภาพลักษณ์องค์กรในสายตาของกลุ่มเป้าหมายของเรานั้นอาจจะได้จากการสำรวจความคิดเห็นการทำวิจัย การสอบถามการสัมภาษณ์ การรับฟังข้อมูลจากหลาย ๆ ฝ่ายซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการที่จะนำมากำหนดภาพลักษณ์ขององค์กรซึ่งทำให้สถาบันหน่วยงานมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและจะทำให้องค์กรหน่วยงานสถาบันนั้น ๆ มีความเจริญก้าวหน้าได้เช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่จำเป็นต้องมี การพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่ยอมรับของชุมชนด้วยกระบวนการที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นบทบาทสำคัญที่งานประชาสัมพันธ์จะต้องกำหนดแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้มีคุณภาพในการเผยแพร่ข่าวสาร โดยเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย สร้างเครือข่ายเพื่อการรวบรวมข่าวสาร เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นให้ข้อเสนอแนะต่อมหาวิทยาลัย

ดังนั้นในการศึกษาวิจัยในเรื่องการรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ในครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาถึงความรู้สึกหรือการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ว่าเป็นอย่างไร เพื่อได้รู้ถึงสถานการณ์และแนวทางที่เหมาะสมในการธำรงรักษาภาพลักษณ์ที่ดีและวางแผนป้องกันแก้ไขภาพลักษณ์ที่ไม่ดีของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานต่างๆของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายและเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไปในมุมมองของชุมชนท้องถิ่น และเพื่อเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับผู้บริหารของมหาวิทยาลัย และหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ได้ทราบถึงความรู้สึกนึกคิดของชุมชนท้องถิ่นต่อคณะวิทยาการจัดการ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ที่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และความคาดหวังเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ของชุมชนท้องถิ่น
2. เพื่อศึกษาการรับรู้และความคาดหวังปัจจุบันของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ในมุมมองของชุมชนท้องถิ่น

3. เพื่อศึกษาความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ตามการรับรู้และความคาดหวังของชุมชนท้องถิ่น

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ตามการรับรู้ของชุมชนท้องถิ่นเขตพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานีและชัยนาท ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดจังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานีและชัยนาท ทุกคนที่อาศัยและประกอบอาชีพในจังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานีและชัยนาท

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ของตารางสำเร็จรูปในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่กำหนดว่าประชากรมากกว่า 100,000 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างมาทำการวิจัยอย่างน้อย 364 คน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 364 คน ซึ่งจะเป็นขนาดที่สามารถใช้เป็นตัวแทนประชาชนในจังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานีและชัยนาท ได้อย่างพอเพียงและเหมาะสม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(purposive sampling) ใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งประเภท (stratified sampling) จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาจากอาชีพทั้งหมด 6 กลุ่ม ได้แก่

1. นักเรียน/นักศึกษา
2. ข้าราชการครู/ทหาร/ตำรวจ
3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ เอกชน
4. ผู้นำชุมชน/ผู้นำศาสนา/นักการเมืองท้องถิ่น
5. นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการอาชีพอิสระ
6. เกษตรกร/รับจ้าง

โดยเป็นจำนวนทั้งสิ้น 364 คน กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานีและชัยนาท จำนวน364 คน โดยคัดเลือกด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (non-probability sampling) ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนกำหนด (quota sampling) จากจังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานีและชัยนาท การเก็บข้อมูลใช้วิธีการเก็บแบบบังเอิญ (accidental sampling) ด้วยการแจกแบบสอบถามตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถานที่ราชการ อาคารสำนักงาน สถาบันการศึกษา ห้างร้านตลาดสด ฯลฯ

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การเปรียบเทียบการรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลในการประชาสัมพันธ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 ระดับการเปิดรับสื่อสำหรับการเปิดรับข่าวสาร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 1 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการประมวลผล ทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ(Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับการเปิดรับสื่อสำหรับการเปิดรับข่าวสารโดยวิธีการประมวลผลตามหลักสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย ร้อยละ(Percentage) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายสรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยวิธีการประมวลผลตามหลักสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย ร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายสรุปผลการวิจัย และการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา กับการรับรู้ สถิติทดสอบ ไค-สแควร์ (Chi-Square) เพื่อหาค่าระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการศึกษา

การวิจัย เรื่อง การรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มีผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 25 - 35 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา/ปวส.

2. ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการรับรู้มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่อเดือน จำนวน 10 ครั้งขึ้นไป ซึ่งสื่อที่ใช้ในการรับรู้มากที่สุด สื่อนับแรก ได้แก่ โทรทัศน์ และเว็บไซต์ รองลงมา คือวิทยุ หนังสือพิมพ์ และ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง ส่วนสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการรับรู้ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ เรียงตามลำดับ 4 ลำดับแรก ได้แก่ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง เว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ และหนังสือพิมพ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์จากสื่อโทรทัศน์ผ่านช่องช่องเคเบิลท้องถิ่น รับรู้จากสื่อวิทยุ รับรู้จากสื่อหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ รองลงมา เดลินิวส์ รับรู้จากสื่อจากป้ายประชาสัมพันธ์โฆษณากลางแจ้ง ริมถนนหน้าคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ รองลงมาบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ รูปแบบของป้ายประชาสัมพันธ์เป็นแบบป้ายคัทเอ๊าท์ / ป้ายไวเนล / ป้ายผ้าใบรองลงมาโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ เนื้อหาสาระของข่าวประชาสัมพันธ์เป็นข่าวการรับสมัครเข้าศึกษาต่อ รองลงมาข่าวข่าวกิจกรรมนักศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข่าวประชาสัมพันธ์จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง รองลงมาเป็นเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ สถานภาพ การศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน สรุปผลได้ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบการรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน

การรับรู้ข้อมูล การประชาสัมพันธ์	เพศชาย		เพศหญิง		χ^2	sig.
	ร้อยละ ไม่เคยรับรู้	ร้อยละ เคยรับรู้	ร้อยละ ไม่เคยรับรู้	ร้อยละเคย รับรู้		
โทรทัศน์	41.6	42.6	58.4	57.4	.037	.848
ช่วงรายการโทรทัศน์	38.8	49.1	61.3	50.9	3.362	.067
วิทยุ	31.6	43.3	68.4	56.7	1.915	.166
ช่วงรายการวิทยุ	39.3	42.3	60.7	57.7	.095	.758

หนังสือพิมพ์	42.4	41.0	57.6	59.0	.052	.819
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	39.6	48.9	60.4	51.1	2.411	.121
สื่อโฆษณากลางแจ้ง	50.0	42.0	50.0	58.0	.105	.746
ป้ายประชาสัมพันธ์	40.7	42.3	59.3	57.7	.054	.816
เนื้อหาสาระของข่าวประชาสัมพันธ์	50.0	42.0	50.0	58.0	.105	.746
ประเภทสื่อ	40.0	42.1	60.0	57.9	.009	.926

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบการรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน

การรับรู้ข้อมูล การประชาสัมพันธ์	ต่ำกว่า 25 ปี		25 - 35 ปี		36 - 45 ปี		มากกว่า 45 ปี		χ^2	sig.
	ร้อยละ ไม่เคย รับรู้	ร้อยละ เคย รับรู้	ร้อยละ ไม่เคย รับรู้	ร้อยละ เคย รับรู้	ร้อยละ ไม่เคย รับรู้	ร้อยละ เคย รับรู้	ร้อยละ ไม่เคย รับรู้	ร้อยละ เคย รับรู้		
โทรทัศน์	25.8	25.3	29.5	25.9	23.2	26.5	21.6	22.2	.825	.843
ช่วงรายการ โทรทัศน์	25.8	25.0	28.8	25.9	22.1	30.4	23.3	18.8	3.093	.378
วิทยุ	13.2	27.1	26.3	28.0	28.9	24.2	31.6	20.7	4.744	.192
ช่วงรายการวิทยุ	14.3	26.5	21.4	28.4	21.4	25.0	42.9	20.1	8.219	.042*
หนังสือพิมพ์	22.3	36.1	29.0	24.1	24.9	24.1	23.8	15.7	7.232	.065
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	26.9	21.7	27.7	28.3	25.4	22.8	20.0	27.2	2.501	.475
สื่อโฆษณากลางแจ้ง	50.0	25.3	25.0	27.9	-	25.0	25.0	21.8	1.974	.578
ป้ายประชาสัมพันธ์	30.5	24.6	32.2	27.0	23.7	24.9	13.6	23.5	3.430	.330
เนื้อหาสาระของ ข่าวประชาสัมพันธ์	50.0	25.3	25.0	27.9	-	25.0	25.0	21.8	1.974	.578
ประเภทสื่อ	40.0	25.4	20.0	28.0	20.0	24.8	20.0	21.9	.579	.901

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีการรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ในช่วงรายการวิทยุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบการรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพแตกต่างกัน

การรับรู้ข้อมูล การประชาสัมพันธ์	โสด		สมรส		ม่าย/หย่าร้าง		χ^2	Sig.
	ร้อยละ ไม่เคย	ร้อยละ เคย	ร้อยละ ไม่เคย	ร้อยละ เคย	ร้อยละ ไม่เคย	ร้อยละ เคย		

	รับรู้	รับรู้	รับรู้	รับรู้	รับรู้	รับรู้		
โทรทัศน์	38.4	35.8	46.3	49.4	15.3	14.8	.345	.842
ช่วงรายการโทรทัศน์	37.9	35.7	45.4	52.7	16.7	11.6	2.242	.326
วิทยุ	21.1	39.2	57.9	46.5	21.1	14.3	4.930	.085
ช่วงรายการวิทยุ	25.0	38.3	57.1	46.9	17.9	14.8	1.943	.378
หนังสือพิมพ์	36.1	41.0	48.7	44.6	15.2	14.5	.661	.718
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	40.0	29.3	47.3	48.9	12.7	21.7	5.802	.055
สื่อโฆษณากลางแจ้ง	50.0	37.1	25.0	48.0	25.0	14.9	.881	.644
ป้ายประชาสัมพันธ์	44.1	35.8	39.0	49.5	16.9	14.7	2.198	.333
เนื้อหาสาระของข่าวประชาสัมพันธ์	50.0	37.1	25.0	48.0	25.0	14.9	.881	.644
ประเภทสื่อ	60.0	36.9	20.0	48.1	20.0	15.0	1.607	.448

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีการรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบการรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

การรับรู้ข้อมูล การประชาสัมพันธ์	ต่ำกว่า อนุปริญญา/ ปวส.		อนุปริญญา/ ปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		x^2	sig.
	ร้อยละ ไม่เคย รับรู้	ร้อยละ เคย รับรู้	ร้อยละ ไม่เคย รับรู้	ร้อยละ เคย รับรู้	ร้อยละ ไม่เคย รับรู้	ร้อยละ เคย รับรู้	ร้อยละ ไม่เคย รับรู้	ร้อยละ เคย รับรู้		
โทรทัศน์	38.4	43.2	30.0	27.8	31.6	27.2	-	1.9	4.739	.192
ช่วงรายการ โทรทัศน์	40.4	41.1	30.0	26.8	29.6	29.5	-	2.7	6.709	.082
วิทยุ	39.5	40.8	28.9	29.0	31.6	29.3	-	1.0	.437	.933
ช่วงรายการวิทยุ	53.6	39.5	17.9	29.9	28.6	29.6	-	.9	2.822	.420
หนังสือพิมพ์	37.9	49.4	31.6	20.5	29.4	30.1	1.1	-	5.700	.127
หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น	38.1	47.8	30.4	25.0	30.8	26.1	.8	1.1	2.855	.415
สื่อโฆษณา กลางแจ้ง	25.0	40.8	25.0	29.0	50.0	29.3	-	.9	.873	.832
ป้ายประชาสัมพันธ์	32.2	42.3	39.0	27.0	28.8	29.7	-	1.0	4.303	.231
เนื้อหาสาระของ ข่าวประชาสัมพันธ์	25.0	40.8	25.0	29.0	50.0	29.3	-	.9	.873	.832
ประเภทสื่อ	40.0	40.6	20.0	29.1	40.0	29.4	-	.9	.372	.946

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง การรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการรับรู้มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่อเดือน จำนวน 10 ครั้งขึ้นไป ซึ่งสื่อที่ใช้ในการรับรู้มากที่สุด สื่ออันดับแรก ได้แก่ โทรทัศน์ และเว็บไซต์ รองลงมา คือวิทยุ หนังสือพิมพ์ และ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง ส่วนสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการรับรู้ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ เรียงตามลำดับ 4 ลำดับแรก ได้แก่ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง เว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์จากสื่อโทรทัศน์ผ่านช่องช่องเคเบิลท้องถิ่น รับรู้จากสื่อวิทยุ รับรู้จากสื่อหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ รองลงมาเดลินิวส์ รับรู้จากสื่อจากป้ายประชาสัมพันธ์โฆษณากลางแจ้ง ริมถนนหน้าคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ รองลงมาบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ รูปแบบของป้ายประชาสัมพันธ์เป็นแบบป้ายคัทเอ๊าท์ / ป้ายไวเนล / ป้ายผ้าใบรองลงมาโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ เนื้อหาสาระของข่าวประชาสัมพันธ์เป็นข่าวการรับสมัครเข้าศึกษาต่อ รองลงมาข่าวข่าวกิจกรรมนักศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข่าวประชาสัมพันธ์จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง รองลงมาเป็นเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประไพ จันทรอินทร์ (2552 : 44) ได้ทำการศึกษาวิจัยการรับรู้และความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาและอาจารย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ พบว่าปริมาณการรับรู้สื่อที่นักเรียน/นักศึกษาใช้ในการรับรู้มีระดับการรับรู้ข่าวสารต่อสัปดาห์ จำนวน 10 ครั้ง ขึ้นไปต่อสัปดาห์ประเภทที่ใช้ในการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์ และหนังสือพิมพ์ ส่วนสื่อที่นักเรียน/นักศึกษา มีปริมาณรับรู้ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์เรียงลำดับ ได้แก่ โบรชัวร์ แผ่นพับ นิตยสาร ป้ายโฆษณากลางแจ้ง และหนังสือพิมพ์ และการสอดคล้องกับการวิจัยของ พระพิรพงศ์ พิรสกโก,ศรีฟ้า (2553 : ก-ข) ได้ทำการศึกษาวิจัยรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคม แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยุวพุทธิกสมาคมได้ แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ วิทยุโทรทัศน์ Internet และสื่อบุคคล เป็นต้น โดยมีวิธีการทั้งสี่เชิงรับ คือ ให้ประชาชนผู้สนใจค้นหาแหล่งข้อมูลข่าวสารจาก Internet และสอดคล้องกับแนวคิดของ วิรัช ลภีรัตนกุล (2544 : 392) ที่กล่าวว่าการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐนั้น มุ่งเน้นการให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป การรับบริการจากหน่วยงาน การแสวงหาความร่วมมือ และการสนับสนุนจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนทั่วไป ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานตามภารกิจของหน่วยงานประสบความสำเร็จได้ง่ายและเร็ว ขึ้นจุดมุ่งหมายที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ 1) เพื่อให้ประชาชนได้ทราบถึงการบริการของหน่วยงานต่างๆ เพื่อร่วมมือ หรือได้รับผลประโยชน์จากหน่วยงานอย่างเต็มที่ 2) เพื่อให้ประชาชนได้มีช่องทางหรือโอกาสเสนอความคิดเห็นแก่ฝ่ายบริหาร 3) เพื่อสร้างพลังสนับสนุนจากประชาชาติและความร่วมมือจากประชาชนด้วยการชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจถึงความจำเป็น กฎ และระเบียบต่างๆ และ 4) เพื่อเผยแพร่ผลงานความก้าวหน้าต่างๆ ในการบริหารงานของรัฐ

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ สถานภาพ การศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น การรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ในช่วงรายการวิทยุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จุติมา พูลสวัสดิ์ และคณะ (2552 : ก) ได้ศึกษาวิจัยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผลการวิจัยพบว่าอายุและสถานภาพมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ไม่แตกต่างกัน แต่ชัดเจนคือ เพศ ต่างกันมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จูติรัตน์ บำรุงวงศ์ (2555 : 1-6) ได้ทำการศึกษาวิจัยการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของกรมทางหลวงชนบท ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ แตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์กรมทางหลวงชนบทโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าสื่อที่มีความสำคัญต่อประชาชนที่รับข่าวสาร ได้แก่ โทรศัพท์ และเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ วิทยู หนังสือพิมพ์ และป้ายโฆษณากลางแจ้ง เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงได้โดยตรงและรวดเร็วที่สุด ด้วยเหตุนี้การจะประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านต่าง ๆ ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้รับข้อมูล คณะวิทยาการจัดการ ควรให้ความสำคัญกับการใช้สื่อประเภทโทรศัพท์ แต่อาจมีข้อจำกัดเนื่องจากเป็นสื่อที่ใช้ต้นทุนสูง และการทำมีความยุ่งยากกว่า สื่อเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และวิทยู เพราะมีต้นทุนในการผลิตและการประชาสัมพันธ์ที่ต่ำกว่า และการเข้าถึงของผู้รับข้อมูลบางพื้นที่อาจรับข้อมูลได้ดีกว่าโทรศัพท์

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยมีการวิจัยเชิงคุณภาพ วิเคราะห์เนื้อหา รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

2.2 ควรมีการศึกษาในส่วนของความแตกต่างระหว่างชุมชนมีผลต่อการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร และควรศึกษาให้ครอบคลุมทั้งจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง หรือศึกษาในระดับภาค

2.3 ควรศึกษาการรับรู้ข่าวสารของประชาชนอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในปัจจุบันประชาชนสามารถเลือกเปิดรับข่าวสารได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาดำเนินการปรับปรุงคุณภาพเนื้อหา หรือเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- จูติมา พูลสวัสดิ์ และคณะ. (2552). การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาและบุคลากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- จูติรัตน์ บำรุงวงศ์. (2555). การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของกรมทางหลวงชนบท. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประไพ จันทน์อินทร์. (2552). การรับรู้และความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาและอาจารย์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่. บทความวิจัย, วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 ม.ค.-มิ.ย. p.159-160.
- พระพิรพงษ์ พิรสกโก (ศรีฟ้า). (2553). ศึกษาแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ของยูวพุททิกสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. วิทยานิพนธ์ ป.ธ.๙ กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล.(2553). การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น
ชุมชนตลาดริมน้ำหัวแดน อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์
THE DEVELOPMENT GUIDELINES OF CREATIVE CULTURAL COMMUNITY-BASED
TOURISM OF BAN HUA-DAN COMMUNITY PHAYUHA KHIRI DISTRICT,
NAKHONSAWAN PROVINCE

เจนจิรา เงินจันทร์*

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นชุมชนตลาดริมน้ำหัวแดน อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้านทุนทางวัฒนธรรมในชุมชน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ 1) กลุ่มชาวบ้านและผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า 1) ภาพรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก 3 ปัจจัย ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ด้านอาหาร และด้านความปลอดภัย ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง 2 ปัจจัย ประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านคุณค่าจากการท่องเที่ยว โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุดคือ ตลาดจำหน่ายวัตถุดิบขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 56.5 ตลาดริมน้ำโบราณ คิดเป็นร้อยละ 19.5 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจที่สุด คือ การเดินเที่ยวชมตลาดจำหน่ายวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 31.6 การเที่ยวชมตลาดเก่าริมน้ำ คิดเป็นร้อยละ 28.7 2) ด้านแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ควรสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนตลาดริมน้ำหัวแดนให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และมีการอนุรักษ์อาคารไม้ริมน้ำให้อยู่ในสภาพที่แข็งแรงและมั่นคง พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนและเกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์

คำสำคัญ การท่องเที่ยว , การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ , การท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

The study of "The Development Guidelines of Creative Cultural Community-Based Tourism of Ban Hua-Dan Community Phayuha Khiri District, Nakhonsawan Province" The objective of this study is to study factors that affect tourists' satisfaction and to study the ways to develop tourist attraction in creative communities. This study is a mixed method research where qualitative and quantitative collection was done through the 2 groups of population; 1) villagers

*สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

and community leaders, 5 people collected data by interviewing 2) 400 tourists groups collected data by questionnaire Analyze data by providing frequency, percentage, mean, standard deviation and content analysis. The results of the study showed that 1) the overall factor affecting the satisfaction of tourists is at a high level in 3 factors, consisting of Local products , Food , Safety. Overall, the satisfaction of tourists is at a moderate level, including the physical environment, Tourism values. The tourist attractions that are very interested in amulets market 56.5% , Hua-Dan waterside market 19.5% The tourism activities that tourists are interested : visit amulets market 31.6% , visit Hua-Dan waterside market 28.7%. 2) Regarding to the guidelines of creative tourism, it was suggested that should support tourist attractions in the Hua-Dan community market to be known ; conserve the building to be in a stable condition ; Develop tourism activities that allow tourists to learn about the lifestyle of local people and experience a variety of experiences ; the government, private sectors should participate in developing the Creative Tourism.

Keywords: Tourism , Creative Tourism, Community-Based Tourism

บทนำ

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) มาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (2550-2554) ต่อมาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ยังคงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมุ่งไปที่การเชื่อมโยงระหว่างทุน 6 ทุน คือ ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพทุนสังคม ทุนมนุษย์ ทุนการเงินและทุนวัฒนธรรม โดยทุนวัฒนธรรมเป็นจุดศูนย์กลางที่เชื่อมโยงกับทุนประเภทอื่นๆ เพราะทุนวัฒนธรรมถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเทศไทยมีทุนทางวัฒนธรรมที่อยู่มากมาย สามารถนำมาเกื้อกูลให้คนไทยมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งสามารถนำไปสร้างคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจ ในปัจจุบันแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 (2560-2564) ยังคงมุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ทั้งในระดับพื้นฐานจนถึงระดับสูงซึ่งมีผลต่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน พื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสังเคราะห์ความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ประกอบกับวิสัยทัศน์ของจังหวัดนครสวรรค์ พ.ศ. 2561 มุ่งให้ "จังหวัดนครสวรรค์เป็นศูนย์กลางด้านเกษตรและอุตสาหกรรม เมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ สังคม มีความเข้มแข็ง และสิ่งแวดล้อมที่ดีภายในปี พ.ศ. 2564"

ด้วยเหตุที่ทุนทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทุนทางสังคม และเป็นจุดแข็ง ที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ทุนทางเศรษฐกิจและทุนอันเป็นทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เป็นพลังขับเคลื่อนการเสริมสร้างการกินดีอยู่ดีมีความสุขร่วมกันของคนในชาติ นอกจากนั้นทุนทางวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทุนมนุษย์ของประเทศให้มีความเข้มแข็งอีกทางหนึ่งด้วย การพัฒนาคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมด้วยการสร้างสรรค์ต่อยอดให้เกิดผลิตภัณฑ์และการบริการทางวัฒนธรรมอย่างมีคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม

อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เป็นทางเดินของกองทัพโบราณไม่ว่าจะเป็นเมืองสุโขทัย หรือกรุงศรีอยุธยา จะต้องยกทัพผ่านทางนี้จึงได้นามว่า "พยุหะ" (หมายถึงกองทัพ) เพราะเป็นศูนย์กลางระหว่างเมืองไชยนาทบุรี (จังหวัดชัยนาท) และเมืองพระบาง (จังหวัดนครสวรรค์) เป็นทำเลที่มีเขาและแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเป็นที่พักอย่างดีในสมัยนั้น อีกทั้งมีการสืบทอดงานศิลปวัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาพื้นถิ่นด้านงาน

ศิลปหัตถกรรม เป็นความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษจนกลายเป็นวัฒนธรรมที่ สืบทอดมาจนปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ล้ำค่า

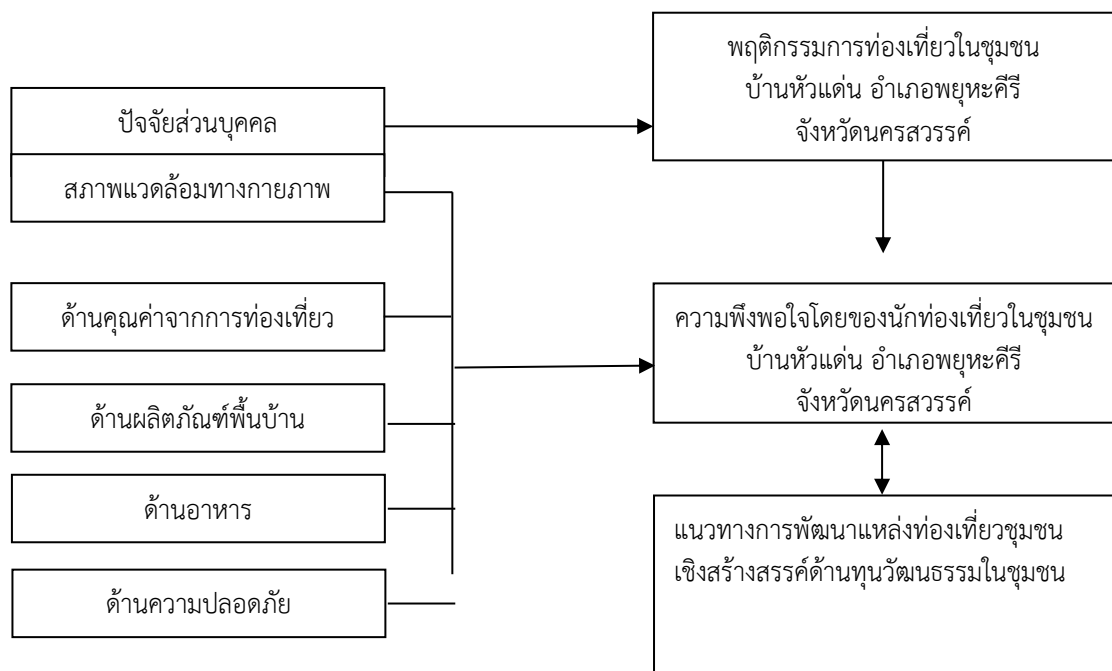
ชุมชนริมน้ำตลาดหัวแต่น เป็นชุมชนขนาดกลาง ที่อยู่ติดริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีเส้นทางคมนาคมสายสำคัญผ่านประกอบกับมีสถานที่ตั้งอยู่ห่างจากจังหวัดเพียงประมาณ 27 กิโลเมตรแต่ที่ผ่านมายังไม่ได้มีการค้นหา และดึงศักยภาพของชุมชนทางวัฒนธรรมแห่งนี้ออกมาอย่างเป็นระบบ และยังมีแผนการจัดการส่งเสริมสนับสนุนชุมชนสร้างสรรค์ ประกอบกับรัฐบาลให้ความสนใจเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควบคู่ไปกับการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างเอกลักษณ์และการผลิตสินค้าในท้องถิ่น ผู้วิจัย จึงได้จัดทำข้อเสนอโครงการการพัฒนาแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนตลาดริมน้ำหัวแต่น อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนวัฒนธรรม ในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ตลาดริมน้ำหัวแต่น เป็นชุมชนวัฒนธรรมสร้างสรรค์สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้านทุนวัฒนธรรมในชุมชน

กรอบแนวคิด

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนตลาดริมน้ำหัวแต่น อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ ได้วางกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีการกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดประชากรกลุ่ม

ตัวอย่าง และใช้แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามในการทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนตลาดริมน้ำหัวแดน มาเพื่อทำการวิเคราะห์และสรุปผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มชาวบ้าน และผู้นำชุมชน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว จังหวัดนครสวรรค์ ในปี 2560 จำนวน 1,086,935 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา , 2560)

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1) กลุ่มชาวบ้าน และผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling) และเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Sampling)

- ผู้นำชุมชน จำนวน 1 ราย ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างเจาะจง (Purposive Sampling)

- ชาวบ้านในชุมชนบ้านหัวแดน จำนวน 4 ราย ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 4 ราย

2) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว จังหวัดนครสวรรค์ ในปี 2560 จำนวน 1,086,935 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา , 2560)

เมื่อคำนวณตามสูตรของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่าง 95% เมื่อกำหนดระดับความคลาดเคลื่อน 5 % จะได้จำนวนตัวอย่างที่ประมาณ 400 ตัวอย่าง ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์ และ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน และปราชญ์ชาวบ้าน

การสัมภาษณ์ การวิจัยครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 5 คน คือ ผู้นำชุมชน และชาวบ้าน

แบบสอบถาม (Questionnaires) ได้สร้างขึ้นโดยอาศัยทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างข้อคำถามตามขอบเขตของเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการศึกษา แบ่งออกเป็น 5 ตอน เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิดดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบคำถามปลายปิด (Closed Form) แบบให้เลือกตอบ (Check - List)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหัวแดน มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check - List)

ตอนที่ 3 ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้านทุนทางวัฒนธรรมแดน มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check - List)

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยแต่ละด้าน

ตอนที่ 5 คำถามด้านความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะลักษณะคำถามปลายเปิด (Open Ended Question)

สำหรับแบบสอบถาม ตอนที่ 4 ในแบบสอบถามนักท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Closed Ended Questions) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามลิเคิร์ตสเกล (Likert's Scale) (อ้างถึงใน จตุพร เลิศล้ำ, 2551) โดยระดับความคิดเห็นในแต่ละข้อคำถาม เป็นดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง พึงพอใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง	พึงพอใจน้อย
ระดับ 1 หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.21 – 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.41 – 4.20	หมายถึง	พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.61 – 3.40	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.81 – 2.60	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.80	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาตรวจสอบข้อมูล และประมวลผล โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปทางสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูล รายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check - List) ประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยการหาค่าความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหัวแต่น มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check - List) ประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยการหาค่าความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 3 ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้านทุนทางวัฒนธรรมแต่น มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check - List) ประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยการหาค่าความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยแต่ละด้านประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยการแจกแจง ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 5 คำถามด้านความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะลักษณะคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 มีอายุระหว่าง 35 -44 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 มีสถานภาพสมรส จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

จากการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหัวแต่น จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ร้อยละ 92.0 เคยเดินทางมาชุมชนตลาดริมน้ำหัวแต่น โดยรถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 63.0 ไม่มีการพักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 96.0 ส่วนใหญ่เลือกหาข้อมูลท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 54.6

จากการสำรวจความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้านทุนทางวัฒนธรรม จากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ร้อยละ 40.5 มีความรู้และความเข้าใจว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้ทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น หมายถึง การชมชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ โดยทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวท่องเที่ยวชุมชนตลาดริมน้ำหัวแต่น อำเภอพยุหะคีรี ก่อนการเดินทางจากเพื่อน/คนใกล้ชิด คิดเป็นร้อยละ 62.5 ส่วนใหญ่ร้อยละ 47.5 เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน คิดว่าสิ่งที่ดึงดูดใจให้ท่องเที่ยวในชุมชนตลาดริมน้ำหัวแต่น อำเภอพยุหะคีรี คือ ตลาดจำหน่ายวัตถุดิบขนาดใหญ่ โดยกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน

ตลาดริมน้ำหัวแต่น อำเภอพยุหะคีรี ที่น่าสนใจ คือการเดินทางชมตลาดจำหน่ายวัตถุดิบขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 56.5 ส่วนใหญ่ร้อยละ 30.3 รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนตลาดริมน้ำหัวแต่น คือวัดเขาแก้วส่วนใหญ่ร้อยละ 58.8 ผลิตผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน คือผลิตภัณฑ์อาหาร

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยจำแนกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ศักยภาพ	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D	ระดับการแปลผล
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.39	0.92	ปานกลาง
ด้านคุณค่าจากการท่องเที่ยว	3.39	0.78	ปานกลาง
ด้านผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน	3.78	0.74	มาก
ด้านอาหาร	3.91	0.75	มาก
ด้านความปลอดภัย	3.69	1.09	มาก
รวม	3.63	0.86	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยแต่ละด้าน ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอาหาร นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัยนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านคุณค่าจากการท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ตามลำดับ

ความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ควรมีการรักษาความสะอาด มีถังสำหรับทิ้งขยะ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น ร้านขายของ ไปรษณีย์ ตู้เอทีเอ็ม ห้องน้ำสาธารณะ โทรศัพท์สาธารณะ มีการจัดทำป้ายอธิบายข้อมูลและป้ายบอกทางหรือแผนที่เส้นทางของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้ทราบประวัติของสถานที่ในแต่ละที่เบื้องต้น จากนั้นนักท่องเที่ยวจะใช้บริการท่องเที่ยวแบบ “วิถีถิ่น” ที่ให้นักท่องเที่ยวมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในชุมชนจึงไม่มีการทำป้ายสื่อความหมาย แต่นักท่องเที่ยวต้องมีการพูดคุยซักถาม คนในชุมชน หรือระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกันเอง นับว่าเป็นการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดกับสังคมปัจจุบัน รวมถึงมีการดูแลและอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดี รวมถึงมีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนตลาดริมน้ำหัวแต่นมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในฐานะชุมชนท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในวงกว้าง

2. ด้านคุณค่าจากการท่องเที่ยว พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนและเกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้ประทับใจ นอกจากกิจกรรมทางการท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนแล้ว ควรเริ่มจากการสร้างกิจกรรมให้แตกต่างจากที่มีอยู่ในปัจจุบันแต่ต้องไม่ใช่การปรุงแต่งขึ้นเพียงเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึก ว่ามีกิจกรรมที่หลากหลาย นอกจากกิจกรรมต่างๆ ควรส่งเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเกิดความรู้สึก เป็นเจ้าบ้าน มีความยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีก็จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว ได้เช่นกัน ควรเพิ่มระยะเวลาให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำกิจกรรมมากขึ้น เพื่อเพิ่มทักษะ เรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของคน ท่องถิ่นในอดีต การเรียนรู้ต่างๆ เช่น เรียนรู้การทำข้าวโป่ง ผัดไทยเต่าถ่าน เมี่ยงโบราณ กระเป่าผัก กระเป่าทำมือ เครื่องจักสาน/ตะกร้าหวาย หรือ การเรียนรู้เรื่องยาสมุนไพรแผนโบราณ เมื่อนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้ใช้ทักษะในการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ของชุมชนริมบ้านหัวแต่น จะทำให้เกิดความรู้สึกรักและหวงแหนวัฒนธรรมเสมือนตนเองเป็นส่วน

หนึ่งของชุมชนด้วย อีกทั้งจะทำให้ได้รับได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้นจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของตนเองกับคนในท้องถิ่น

3. ด้านผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และลงมือทำผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ผ่านการเรียนรู้และลงมือและพูดคุยสอบถามจากคนในท้องถิ่น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการสืบทอดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชนไม่ให้สูญหาย อีกทั้งยังส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์และเกิดความภาคภูมิใจในผลิตภัณฑ์ที่ตนเองได้มีส่วนร่วมในทำซึ่งเป็นผลต่อการสร้างรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นบ้านได้มากขึ้น

4. ด้านอาหาร สร้างการรับรู้เกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้นอกจากเส้นทางการท่องเที่ยว โดยพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนและเกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านการพูดคุย เรียนรู้ ถึงอาหารพื้นถิ่นที่แปลกแตกต่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น เรียนรู้ส่วนประสม วัตถุดิบ กรรมวิธีการประกอบอาหารพื้นถิ่นที่มี เช่น ข้าวโป่ง ขนมเปี๊ยะ กระจยาสารท ผัดไทยเตาถ่าน ปลาจ๋า เป็นต้น รวมถึงการให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสลิ้มลองอาหารพื้นถิ่นผ่านการชิมเพื่อเปิดประสบการณ์ในด้านอาหารท้องถิ่น

5. ด้านความปลอดภัย ควรมีการอนุรักษ์อาคารไม้ริมน้ำให้อยู่ในสภาพที่แข็งแรงและมั่นคง เนื่องจากแนวอาคารดังกล่าวถือเป็นหนึ่งในเอกลักษณ์ของชุมชนที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในอดีต และสืบเนื่องมาถึงปัจจุบัน ควรเพิ่มข้อควรปฏิบัติและมีการติดตามเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม/สถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดการคงรูปแบบของอาคารให้มีลักษณะและเอกลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนตลาดริมน้ำหัวแต่น โดยไม่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงใส่ลักษณะของอาคารให้มีความทันสมัยแตกต่างจากของเดิม

อภิปรายผล

ชุมชนบ้านหัวแต่น ตั้งอยู่ในเขตการปกครองท้องถิ่นในเขตเทศบาลตำบลพยุหะ เดิมมีฐานะเป็นสุขาภิบาล ต่อมาได้เปลี่ยนแปลงฐานะเป็นเทศบาลตามพระราชบัญญัติเปลี่ยนแปลงฐานะจากสุขาภิบาลเป็นเทศบาล พ.ศ. 2542 เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2542 มีพื้นที่ประมาณ 1.8 ตารางกิโลเมตร คำว่า หัวแต่น สืบเนื่องมาจากนิยายปรัมปราเล่าสืบกันมาครั้งโบราณว่าที่เชิงเขาแก้ว อันเป็นบริเวณที่ตั้ง วัดเขาแก้วในปัจจุบัน มีถ้ำอยู่ถ้ำหนึ่งถ้ำนี้ลึกและยาวไปสุดปลายถ้ำที่ริมน้ำเจ้าพระยา จากคำบอกเล่าของ ผู้เฒ่าผู้แก่ว่า เมื่อสมัยยังเป็นเด็ก ถ้ำนี้ยังมีอยู่แต่เดี๋ยวนี้ได้ถูกปิดไปเสียแล้ว มีเรื่องเล่าต่อกันมาว่า เมื่อครั้ง กระโน้น ถ้ำนี้เป็นที่เก็บสมบัติของกษัตริย์โบราณ เช่น เพชร นิล จินดา แก้ว แหวนเงินทอง แต่ไม่ค่อยมีผู้ใด พบเห็นบ่อยนักนับว่าเป็นของศักดิ์สิทธิ์ ผู้มีบุญเท่านั้นจึงจะได้เห็นแล้วจะหยิบฉวยเอาไปเป็นสมบัติส่วนตัว ก็ไม่ได้เพราะมีวิญญูตัวหนึ่งเฝ้าอยู่วิญญูตัวนี้เล่ากันว่า มีรูปร่างใหญ่โต มีลักษณะสง่างาม สีแดง ที่หน้าผาก มีสีขาวต่าง ชาวบ้านจึงเรียกว่า วิญญู ต่อมาเรียกเพี้ยนเป็น หัวแต่น ชื่อนี้ได้กลายเป็นชื่อหมู่บ้านใหม่ที่ตั้งอยู่บริเวณเขานั่น

นอกจากนี้ก็มีอีกตำนานหนึ่งซึ่งเล่าแตกต่างกันว่าคนแก่กลุ่มหนึ่งบ้านคงจะอยู่แถบแม่น้ำ หรือไม่กี่เป็นพรานนำลงเรือจับสัตว์น้ำเล่าถึงคำว่า “บ้านหัวแต่น” มาจากเรื่องจะเข้ใหญ่ตัวหนึ่ง เล่าต่อกันมาว่าสมัยก่อนนานมาแล้วที่หนองบึก ปัจจุบันอยู่ตรงบ้านหาดเหนือ เหนือลำน้ำเจ้าพระยา ที่บึงนี้ น้ำไหลมาจากคลองสนุ่น จึงทำให้หนองบึกมีวังน้ำลึกมากและยังเป็นป่าพงป่าไม้สนุ่น จึงเป็นที่อาศัยของจะเข้มากมายทั้งตัวใหญ่และตัวเล็ก ตัวใหญ่นั้นมีขนาดเท่าลำเรือหมู เมื่อถึงหน้าฤดูน้ำหลากหรือน้ำมา มันจะลอยตัวขึ้นเหนือน้ำส่งเสียงร้องคำรามก้องไปทั่วป่า หรือบางทีก็ขึ้นบนบกฝั่งแคดอ่อน ในจำนวนนี้จะมีจะเข้ใหญ่ตัวหนึ่ง ลำตัวมันใหญ่มาก เกล็ดตกละ หน้าแต่นเสียงร้องคำรามคล้ายเสียงร้องของวัว ชาวบ้านจึงเรียกจะเข้ตัวนี้ว่า “ไอ้วัวแต่น” ไอ้วัวแต่นเป็นจำฝูงของจะเข้ทั้งหลาย มันจะคลานเข้า-ออก ที่ป่ารกชัฏ ลงแม่น้ำเจ้าพระยาและจากแม่น้ำเจ้าพระยา ลงป่ารกชัฏ จนทางเดินเป็นคลองลึก ชาวบ้านจึงเรียกคลองนี้ว่า “คลองบางกระแต่น” หรือ “คลองไอ้วัวแต่น” จากจะเข้แต่นนี้เอง จึงกลายมาเป็น “บ้านหัวแต่น”

สภาพโดยทั่วไปของชุมชนตลาดริมน้ำหัวแต่น ถือเป็นชุมชนขนาดกลางที่อยู่ติดกับเส้นทางคมนาคมสายสำคัญ ลักษณะพื้นที่ เป็นที่ราบลุ่มติดแม่น้ำเจ้าพระยาและมีภูเขาล้อมตลอดแนวยาวบางส่วนทางทิศตะวันออก มีแหล่งน้ำตามธรรมชาติ คือ แม่น้ำเจ้าพระยา มีคลองชลประทานเพื่อใช้ในการเกษตรจึงทำนาได้ทุฤดู การตั้ง

บ้านเรือนจะหนาแน่นบริเวณแม่น้ำ –เจ้าพระยาตลอดฝั่งแม่น้ำและบริเวณถนนศรีพุทธะ ซึ่งเป็นย่านร้านค้าของชุมชน ประกอบกับมีสถานที่ตั้งอยู่ห่างจากจังหวัดประมาณ 27 กิโลเมตร ประชาชนสามารถเดินทางไปประกอบอาชีพ หรือรับบริการ หรือซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภคจากตัวเมืองนครสวรรค์ได้สะดวก ดังนั้นสภาพทางเศรษฐกิจโดยทั่วไปชุมชนจึงอยู่ในลักษณะเป็นตลาดผลผลิตทางการเกษตร การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำในกระชังบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา ประชาชนส่วนใหญ่ชุมชนประกอบอาชีพขายสินค้าอุปโภค-บริโภค ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน สินค้าผลผลิตทางการเกษตร การประมงการทำเกษตร ซึ่งมีสถานะทางเศรษฐกิจที่มั่นคงเพียงพอการครองชีพ ชาวชุมชนบ้านหัวแดนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ โดยมีวัดเป็นศูนย์กลางของชุมชน

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนตลาดริมน้ำหัวแดน อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อนำข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ การสังเกต การรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และการสัมภาษณ์ จากบุคคลที่อยู่ในชุมชน มาวิเคราะห์ร่วมกับรูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์พื้นฐาน ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านคุณค่าจากการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญา พรหมบุรุษย์ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย : เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน พบว่าปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยว คือ ด้านสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์นั้น ในมุมมองของ Richards (2010) จะเป็นรูปแบบ กิจกรรมหรือสินค้าที่สร้างประสบการณ์หรือทักษะ เป็นการขายสิ่งที่ไม่จับต้องไม่ได้ แต่ยังคงไว้ซึ่งความประทับใจประสบการณ์ที่ดี เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับ วันสาต ศรีสุวรรณ (Srisuwan, W., 2010) สรุปไว้ว่า การกำหนดรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนลุ่มน้ำตาปัดต้องยึดหลักเกณฑ์โดดเด่นที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวทั้งในแง่ประวัติศาสตร์กลุ่มชาติพันธุ์ โบราณสถาน โบราณวัตถุขนบธรรมเนียม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ สอดคล้องกับ พณกฤษ อุดมกิตติ (2557) ศึกษาเรื่องการจัดการเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ที่ได้กล่าวว่าการจะสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นได้นั้น จะต้องเกิดจากความร่วมมือ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ช่วยกันพัฒนาองค์ประกอบต่างๆ ของการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์ นำมาซึ่งความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว

โดยแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนตลาดริมน้ำหัวแดน อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ควรมีการรักษาความสะอาด มีถังสำหรับทิ้งขยะ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น ร้านขายของ ไปรษณีย์ ตู้เอทีเอ็ม ห้องน้ำสาธารณะ โทรศัพท์สาธารณะ มีการจัดทำป้ายอธิบายข้อมูลและป้ายบอกทางหรือแผนที่เส้นทางของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้ทราบประวัติของสถานที่ในแต่ละที่เบื้องต้น จากนั้นนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาท่องเที่ยวแบบ "วิถีถิ่น" ที่ให้นักท่องเที่ยวมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในชุมชนจึงไม่มีการทำป้ายสื่อความหมาย แต่นักท่องเที่ยวต้องมีการพูดคุยซักถาม คนในชุมชน หรือระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกันเอง นับว่าเป็นการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีที่เกิดกับสังคมปัจจุบัน รวมถึงมีการดูแลและอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดี รวมถึงมีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนตลาดริมน้ำหัวแดนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในฐานะชุมชนท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในวงกว้าง

2. ด้านคุณค่าจากการท่องเที่ยว พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนและเกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้ประทับใจ นอกจากกิจกรรมทางการท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนแล้ว ควรเริ่มจากการสร้างกิจกรรมให้แตกต่างจากที่มีอยู่ในปัจจุบันแต่ต้องไม่ใช้การปรุงแต่งขึ้นเพียงเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึก ว่ามีกิจกรรมที่หลากหลาย นอกจากกิจกรรมต่างๆ ควรส่งเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเกิดความรู้สึก เป็นเจ้าบ้าน มีความยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีก็จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว ได้เช่นกัน ควรเพิ่มระยะเวลาให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำกิจกรรมนานขึ้น เพื่อเพิ่มทักษะ เรียนรู้วิถีชีวิตของคน ท่องถิ่นในอดีตกาล การเรียนรู้ต่างๆ เช่น เรียนรู้การทำข้าว

โปง ผัดไทยเต่าถ่าน เมี่ยงโบราณ กระเป่าถัก กระเป่าทำมือ เครื่องจักสาน/ตะกร้าหวาย หรือ การเรียนรู้เรื่องยาสมุนไพรแผนโบราณ เมื่อนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้ใช้ทักษะในการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ของชุมชนริมน้ำบ้านหัวเด่น จะทำให้เกิดความรู้สึกรักและหวงแหนวัฒนธรรมเสมือนตนเองเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนด้วย อีกทั้งจะทำให้ได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้นจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของตนกับคนในท้องถิ่น

3. ด้านผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และลงมือทำผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ผ่านการเรียนรู้และลงมือและพูดคุยสอบถามจากคนในท้องถิ่น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการสืบทอดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชนไม่ให้สูญหาย อีกทั้งยังส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์และเกิดความภาคภูมิใจในผลิตภัณฑ์ที่ตนเองได้มีส่วนร่วมในทำซึ่งเป็นผลต่อการสร้างรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นบ้านได้มากขึ้น

4. ด้านอาหาร สร้างการรับรู้เกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้นอกจากเส้นทางการท่องเที่ยว โดยพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนและเกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านการพูดคุย เรียนรู้ ถึงอาหารพื้นถิ่นที่แปลกแตกต่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น เรียนรู้ส่วนประสม วัตถุดิบ กรรมวิธีการประกอบอาหารพื้นถิ่นที่มี เช่น ข้าวโปง ขนมเปี๊ยะ กระจยาสารท ผัดไทยเต่าถ่าน ปลาจ๋า เป็นต้น รวมถึงการให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสลิ้มลองอาหารพื้นถิ่นผ่านการชิมเพื่อเปิดประสบการณ์ในด้านอาหารท้องถิ่น

5. ด้านความปลอดภัย ควรมีการอนุรักษ์อาคารไม้ริมน้ำให้อยู่ในสภาพที่แข็งแรงและมั่นคง เนื่องจากแนวอาคารดังกล่าวถือเป็นหนึ่งในเอกลักษณ์ของชุมชนที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในอดีต และสืบเนื่องมาถึงปัจจุบัน ควรเพิ่มข้อควรปฏิบัติและมีการติดตามเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม/สถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดการคงรูปแบบของอาคารให้มีลักษณะและเอกลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนตลาดริมน้ำหัวเด่น โดยไม่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงใส่ลักษณะของอาคารให้มีความทันสมัยแตกต่างจากของเดิม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ควรให้ความสำคัญด้านการบริหารจัดการ และการตลาด ในชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. ควรศึกษาแนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมของคนชุมชน ระดับการมีส่วนร่วมที่ควรจะเป็นของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วิธีการมีส่วนร่วม รวมถึงการกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึงให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง
3. ควรศึกษาถึงขีดความสามารถในการรองรับของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กรวรรณ สังขร และคณะ.(2557).การพัฒนาศักยภาพชุมชนวัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุน เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ . เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2560). สถิตินักท่องเที่ยว.วันที่ค้น ข้อมูล 10 ธันวาคม 2560, เข้าถึงได้จากhttps://www.mots.go.th/more_news.php?cid=414&filename=index

กิ่งแก้ว อุตถากร. (2520). คติชนวิทยา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภา.

กิ่งแก้ว อุตถากร. (2534). “ลักษณะพิธีกรรมในสังคมไทย,” ไทยคดีศึกษาในเอกสารการสอนชุดวิชา ไทยศึกษา : อารยธรรม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

คุณากร วาณิชยวิรุฬห์. (2552) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : เขามั่งคั่งจากความคิดกันอย่างไร = The creative economy : how people make money from ideas ; แปล กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง

แอนด้าปัลลิซซิ่ง

- งามพิศ สัตย์สงวน. (2543). หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- จตุเทพ ยาสมุทร.(2543).ทิวทางสังคมในชุมชนชนบทภาคเหนือ.เชียงใหม่:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- จรัสพิมพ์ จงสถิตเสถียร. (2553). การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา หมู่บ้านนาจอก ตำบลหนองญาติ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- แดงอ่อน มั่นใจตน.(2545).ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน : บทเรียนจากตำบลบางพระ จังหวัดฉะเชิงเทรา กรุงเทพฯ : วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ ปีที่ 42 ฉบับที่ 3.
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2540). วัฒนธรรมคือทุน. กรุงเทพฯ: พี.เพรส.
- ชูเกียรติ ลีสวรรณ์. (2535). ระบบการเรียนรู้ที่มีอยู่ในท้องถิ่นชนบท . เชียงใหม่: รายงานวิจัยภาคเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธัญญา พรหมบุรณย์, นฤมล กิมภากรณ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม และสุขภาพในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย : เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย ปีที่ 10, ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2558): หน้า 71-8
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่:คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ประเวศ วะสี. (2533). “การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาไทยเพื่อการพัฒนา”.การสัมมนาทางวิชาการเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้าน. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
- ประมวล ดิคนินสัน. (2521). คติชาวบ้าน : ศึกษาในด้านมานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แพรวพิทยา อินเตอร์เนชั่นแนล.
- ประสาธ อิศรปริดา. (2518). ความเชื่อและสิ่งยึดเหนี่ยวทางจิตใจของชาวอีสาน. กภาพสินธุ์: จินตทัศน์การพิมพ์.
- ปราณี วงษ์เทศ. (2532). “ระบบความเชื่อที่มีอิทธิพลต่อศิลปะ การละเล่นและการแสดงพื้นบ้านของไทย” เอกสารการสอนชุดวิชา ศิลปะการละเล่นและการแสดงพื้นบ้านของไทย หน่วยที่ 1-8 (เล่มที่ 1). สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พจนา สวนศรี. 2546. เอกสารการสอนชุดวิชา หน่วยที่ 8-15 การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พจนา สวนศรี. (2546). คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พนกฤษ อุดมกิตติ. (2557). ศึกษาเรื่องการจัดการเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 เดือน พฤษภาคม – สิงหาคม 2557.
- พิทยา สายหู. (2534). การพัฒนาวัฒนธรรมบนพื้นฐานภูมิปัญญาชาวบ้านและศักยภาพของชุมชน. การสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (หน้า 109-118). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- ภิญโญ จิตตธรรม. (2518). ความเชื่อ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์รามคำแหง .

- มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ. (2547). โครงการต้นแบบการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรม เซรามิก. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุทธพงษ์ เมฆพันธุ์. (2552) ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการบริหารจัดการเทศบาล และงาน ประเพณีท้องถิ่นให้ยั่งยืน กรณีศึกษา : เทศบาลแข่งเรือยาวประเพณี ณ วัดศิริเจริญเนินหม้อ ตำบลโคกหม้อ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี . มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก.
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. (2546). ทฤษฎีวัฒนธรรม วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก เล่ม 1. กรุงเทพฯ: มติชน.
- วัฒนชัย ชูมาก.(2544)แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา สมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เชียงใหม่:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วีระพล ทองมา และ ประเจต อำนาจ. 2547. ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : รายงานผลการวิจัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สุภัทรา สุภาพ. (2518). สังคมและวัฒนธรรมไทย "ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี" . กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน.(2556).ทุนทางสังคมกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชาวไทยพวน อ.ปากพลี จ.นครนายก . กรุงเทพฯ:วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550-2555. วันที่ค้น ข้อมูล 10 ธันวาคม 2560, เข้าถึงได้จาก https://www.nesdb.go.th/ewt_news.php?nid=5747&filename=index
- _____ . (2560).แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564. ,วันที่ค้น ข้อมูล 10 ธันวาคม 2560, เข้าถึงได้จาก https://www.nesdb.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue
- อำภา จันทรากาศ.(2543).ทุนทางสังคมที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของชุมชนเชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Hawkins J., 2001, About the Creative Economy: How people make money from Ideas. London.
- Richards, G. (2010). Creative Tourism and Local Development.In Wurzbarger, R. (Ed.).Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe. (pp. 78–90). New Mexico. USA.
- Srisuwan, Wansart. (2010). Model of Cultural Tourism Management through the Participation of Tapee River Basin Communities. Doctor of Philosophy (Cultural Science), Mahasarakham University

การจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนแม่ระวาน
ตำบลยกกระบัตร์ อำเภอสามเงา จังหวัดตาก

COMMUNITY-BASED SUFFICIENT ECONOMY TOURISM MANAGEMENT :MAE-RAWAN
COMMUNITY, YOKKRABAT SUB-DISTRICT, SAMNGAO DISTRICT, TAK PROVINCE

ชลธิชา อ่องทูน*
สุวัจนกานดา พูลเอียด**
เกรียงศักดิ์ วัฒนวิฑูร***
สตรีรัตน์ คำจู้****

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง "การจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนแม่ระวาน ตำบลยกกระบัตร์ อำเภอสามเงา จังหวัดตาก" มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนแม่ระวาน และ 2) แนวการปฏิบัติที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนแม่ระวาน โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามในการสำรวจข้อมูลจากประชากรที่มีรายชื่อตามทะเบียนบ้านของชุมชนแม่ระวาน ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำมาวิเคราะห์ผลได้ จำนวน 220 ชุด ผลการศึกษาพบว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแม่ระวาน โดยใช้องค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมด้านองค์กรชุมชนท่องเที่ยวด้านการจัดการการท่องเที่ยวและด้านการเรียนรู้

การปฏิบัติที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านแม่ระวาน โดยรวมทั้ง 4 ด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับระดับมากที่สุด คือ ด้านการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนพื้นฐานเดิมของชุมชนแม่ระวาน ด้านการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนหลักภูมิสังคม ด้านการท่องเที่ยวยึดหลักความคุ้มค่ามากกว่าคุ้มทุน และด้านการท่องเที่ยวยึดหลักประโยชน์ของประชาชน

คำสำคัญ: การจัดการท่องเที่ยวชุมชน, ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

Abstract

The study of "Community-Based Sufficient Economy Tourism Management :Mae-Rawan Community, Yokkrabat Sub-District, Samngao District, Tak Province" was to investigate community tourism management and good practice of tourism management based on Sufficiency Economy philosophy in Suvarnabhumi community. The questionnaire was used in the present study to collect data from the population, enlisted in the community registration, who are eighteen years old and above in Mae-Rawan community. There were 220 completed questionnaires used to

* หลักสูตรการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

** หลักสูตรการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

*** กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

**** หลักสูตรการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

analyze for the results. The finding showed the results on Mae-Rawan community's tourism management, based on the community-based tourism management, was at the highest level on four components such as the natural resources and culture, tourism organization, tourism management and learning. Moreover, the result of good practices in tourism management by Mae-Rawan community, including 4 aspects, showed that all aspects were at the highest level. These four aspects were the original community-based tourism of Mae-Rawan, the social landscape-based tourism, the tourism focusing on the principle of value rather than cost, and the people benefits-based tourism.

Keywords: Community-Based Tourism Management, Sufficient Economy Philosophy

บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ เป็นการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจบริการอย่างหนึ่ง สามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ทั้งอาจช่วยลดการขาดดุลการค้าระหว่างประเทศได้ทางหนึ่ง กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยว ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ประชาชน ถือเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่น ทั้งกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม การสร้างงาน ไปจนถึงการแก้ไขปัญหาความยากจน ในทุกส่วนที่มีสถานที่ท่องเที่ยว จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญและมีหลายรูปแบบ แต่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ที่ดำเนินการโดยชุมชนเรียกว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน การที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยตรง นำเอาทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์โดยเฉพาะศิลปวัฒนธรรม มาใช้เป็นฐานในการจัดการท่องเที่ยวภายใต้กรอบแนวคิดการจัดการอย่างยั่งยืน มีการผสมผสานพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวกับการพัฒนาด้านสังคมและการคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติในพื้นที่เป็นรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550) ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) มีการปฏิบัติด้วยการพึ่งพาอาศัยตนเอง มีความพอดีความพอประมาณความมีเหตุผล ตลอดจนมีความรู้เท่าทันโลก อันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคงยั่งยืนและเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่ชี้ถึงแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชน ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลางโดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์

จังหวัดตากมีการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งชุมชนที่สำคัญและเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตที่น่าสนใจ คือ ชุมชนแม่ระวาน ชุมชนแม่ระวานมีผู้นำที่เข้มแข็ง เสียสละ คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด ตัดสินใจกำหนดอนาคตของชุมชน และรับผิดชอบการดำเนินงานตามแนวทางที่กำหนดร่วมกัน และมีความรู้ ความสามารถในการจัดทำแผนแม่บทชุมชนหรือแผนชุมชนหรือแผนพัฒนาหมู่บ้าน และจังหวัดตากได้คัดเลือกชุมชนแม่ระวานเป็นต้นแบบในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และได้จัดงาน “ประกาศระเบียบวาระแห่งชุมชน” โดยมีท่านรองผู้ว่าราชการจังหวัดตาก นายเชิดศักดิ์ ชูศรี เป็นประธานในพิธี และผู้ร่วมงานจาก 9 อำเภอ จำนวน 500 คน งานนี้ทำให้ประชาชนทั่วไปและหน่วยงานราชการ รู้จักบ้านแม่ระวานเพิ่มมากขึ้น

เพื่อให้ชุมชนมีข้อมูลข่าวสาร ความรู้เพียงพอที่จะตัดสินใจในการทำแผนชุมชน จึงมีแนวคิดที่จะให้มีการจัดตั้งและดำเนินงานศูนย์เรียนรู้ชุมชนเพื่อให้ประชาชนมีโอกาสในการเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ที่มีความสนใจ เป็นประโยชน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับวิถีชีวิต พัฒนาตนเองและชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน เพื่อให้ชุมชนมีแหล่งรวบรวมและสืบทอดภูมิปัญญา วัฒนธรรมและประเพณีของบรรพบุรุษในชุมชนไปสู่รุ่นต่อไป และเป็นแหล่งรวบรวม

ข้อมูลสถานะของหมู่บ้านอย่างครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาหมู่บ้าน เป็นแหล่งจัดการความรู้ จัดกิจกรรมเสริมทักษะ เป็นศูนย์กลางการถ่ายทอดความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ คำแนะนำ คำปรึกษาเกี่ยวกับด้านต่างๆของประชาชนทั่วไปในชุมชนได้ในที่สุด

จากการที่ผู้วิจัยได้ไปศึกษาดูงานและสัมภาษณ์เบื้องต้น พบว่าชุมชนนี้มีปราชญ์ชาวบ้าน ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการปลูกพืชผล เลี้ยงสัตว์ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง จึงเป็นการบ่งบอกถึงศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาสู่การเป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนจนทำให้เกิดการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแห่งใหม่ในจังหวัดตาก นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างคุณค่าให้เกิดมูลค่าคือการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ตลอดจนสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่อันเป็นการท่องเที่ยวชุมชนรูปแบบใหม่

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนแม่ระวาน ตำบลยกกระบัตร อำเภอสสามเงา จังหวัดตาก ซึ่งเป็นชุมชนต้นแบบสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้เหตุผลสำคัญในการเลือกศึกษาชุมชน เพราะเป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตแบบสงบ ดำรงชีวิตเรียบง่าย มีวิธีการในการอนุรักษ์วิถีชีวิตและเดินตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

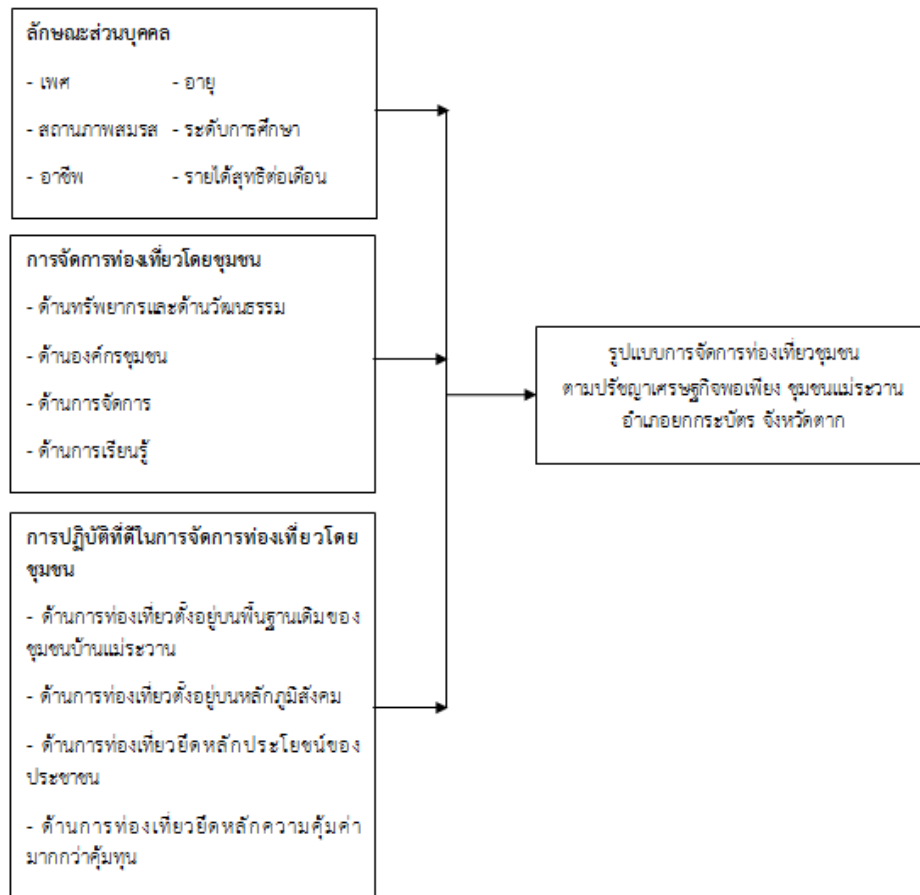
1. เพื่อศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนของชุมชนแม่ระวาน ตำบลยกกระบัตร อำเภอสสามเงา จังหวัดตาก ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
2. เพื่อศึกษาการปฏิบัติที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนแม่ระวาน ตำบลยกกระบัตร อำเภอสสามเงา จังหวัดตาก

กรอบแนวคิด

การศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนแม่ระวาน ตำบลยกกระบัตร อำเภอสสามเงา จังหวัดตาก ได้วางกรอบแนวคิดดังนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษานี้ คือ ประชาชนที่อยู่ในรายชื่อตามทะเบียนบ้านของชุมชนแม่ระวาน ตำบลยกกระบัตร อำเภอสางเภา จังหวัดตาก ในปี 2560 จำนวน 497 คน (กรมการปกครอง, 2560)

กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยนำจำนวนประชาชนที่อยู่ในรายชื่อตามทะเบียนบ้านของชุมชนแม่ระวาน มาเทียบกับตารางแสดงขนาดของกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) จึงได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 220 คน ซึ่งเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามแบบปลายปิด ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยแบบสอบถาม (Questionnaires) ได้สร้างขึ้นโดยอาศัยทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแม่ระวาน โดยใช้องค์ประกอบกรการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ ด้านการเรียนรู้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการปฏิบัติที่ดีในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนแม่ระวานโดยใช้องค์ประกอบการปฏิบัติที่ดี ในด้านการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนพื้นฐานเดิมของชุมชนแม่ระวาน ด้านการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนหลักภูมิสังคม ด้านการท่องเที่ยวยึดหลักประโยชน์ของประชาชนและด้านการท่องเที่ยวยึดหลักความคุ้มค่ามากกว่าคุ้มทุน

การวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น เป็นการวัดมาตราประเมินค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้สูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.21 – 5.00	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.41 – 4.20	หมายถึง เห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.61 – 3.40	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.81 – 2.60	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.80	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาตรวจสอบข้อมูล ลงรหัส และประมวลผล โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปทางสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check - List) ประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแม่ระวาน มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบ ประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติที่ดีในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนแม่ระวาน มีรูปแบบเป็นคำถามเลือกตอบ ประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	101	45.91
หญิง	119	54.09
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-20 ปี	9	4.09
21-30 ปี	25	11.36
31-40 ปี	54	24.54
41-50 ปี	68	30.90
51-60 ปี	47	21.36
61 ปีขึ้นไป	17	7.72
สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ

โสด	36	16.36
สมรส	159	72.22
หม้าย/หย่าร้าง	25	11.36
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	150	68.18
มัธยมศึกษา/ปวช.	17	7.72
อนุปริญญา/ปวส.	16	7.27
ปริญญาตรี	33	15.00
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3	1.36
อื่น ๆ	1	0.45
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	30	13.63
พนักงานบริษัทเอกชน	14	6.36
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	6	2.72
เกษตรกรกรรม (เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ประมง)	139	63.18
รับจ้างทั่วไป	24	10.90
นักเรียน/นักศึกษา	7	3.18
รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	15	6.81
5,000-10,000 บาท	87	39.54
10,001-15,000 บาท	83	37.72
15,001-20,000 บาท	28	12.72
20,001 บาทขึ้นไป	7	3.18

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 54.09 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90 สถานภาพสมรส จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 72.22 มีการศึกษาระดับประถมศึกษาจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 68.18 ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม (เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ประมง) จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 63.18 และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาทจำนวน 87คน คิดเป็นร้อยละ 39.54

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแม่ระวาน

ตารางที่ 2 แสดงระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ความคิดเห็นของประชาชน	\bar{X}	S.D.	แปรผล
1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม	4.61	0.49	มากที่สุด
2. ด้านองค์กรชุมชน	4.72	0.47	มากที่สุด
3. ด้านการจัดการ	4.69	0.53	มากที่สุด
4. ด้านการเรียนรู้ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง	4.78	0.42	มากที่สุด
รวม	4.70	0.48	มากที่สุด

การจัดการการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท่องเที่ยว ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับการแปลผลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ ค่าเฉลี่ย 4.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่าและเห็นคุณค่า ค่าเฉลี่ย 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้โดยถือปฏิบัติตามวัฒนธรรมของตน ค่าเฉลี่ย 4.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 สืบสานอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ ค่าเฉลี่ย 4.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 และมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่าและเห็นคุณค่า ค่าเฉลี่ย 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 ตามลำดับ

การจัดการด้านการท่องเที่ยวด้านองค์กรชุมชนท่องเที่ยว ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับการแปลผลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า มีหน่วยงานอื่นเข้ามาให้ความร่วมมือและสนับสนุนในชุมชนค่าเฉลี่ย 4.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 มีการจัดการชุมชนอย่างมีระบบและเข้าใจกัน ค่าเฉลี่ย 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ค่าเฉลี่ย 4.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 มีผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย ค่าเฉลี่ย 4.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 และมีการร่วมมือกันในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 4.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51ตามลำดับ

ด้านการจัดการการท่องเที่ยว ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับการแปลผลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53 เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า มีสื่อวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ หรือ สิ่งของที่น่าสนใจให้ผู้มาเยือนได้รับชม ค่าเฉลี่ย 4.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36 ชุมชนมีกฎ-กติกากในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 4.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 มีกระบวนการหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ ค่าเฉลี่ย 4.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43มีกองทุนเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 มีผู้นำชุมชนแก่ผู้มาเยือน ค่าเฉลี่ย 4.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 มีป้ายบอกทางเข้าถึงที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 และมีการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92ตามลำดับ

ด้านการเรียนรู้ ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับการแปลผลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนเข้ามาศึกษาดูงาน ค่าเฉลี่ย 4.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36 มีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระหว่างผู้มาเยือนกับชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40มีระบบจัดการให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างชุมชนกับผู้มาเยือน ค่าเฉลี่ย 4.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างของชุมชนได้ ค่าเฉลี่ย 4.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 มีสื่อเอกสาร แผ่นพับข้อมูลความรู้ชุมชนแจกกับผู้มาเยือนต่อไป ค่าเฉลี่ย 4.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 และมีศูนย์บริการให้ข้อมูลความรู้ของชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.75 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติที่ดีในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
ชุมชนแม่ระวาน

ตารางที่ 2 แสดงระดับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการปฏิบัติที่ดีในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตาม
ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ความคิดเห็นของประชาชน	\bar{X}	S.D.	แปรผล
1. ด้านการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนพื้นฐานเดิม ของชุมชนแม่ระวาน	4.83	0.38	มากที่สุด

2. ด้านการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนหลักภูมิสังคม	4.81	0.43	มากที่สุด
3. ด้านการท่องเที่ยวยึดหลักประโยชน์ของประชาชน	4.80	0.41	มากที่สุด
4. การท่องเที่ยวยึดหลักความคุ้มค่ามากกว่าคุ้มทุน	4.79	0.41	มากที่สุด
รวม	4.81	0.41	มากที่สุด

ด้านการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนพื้นฐานเดิมของชุมชนบ้านแม่ระวาน ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับการแปลผลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.38 เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า มีการคงความเป็นเอกลักษณ์เดิมตั้งแต่รุ่นก่อนสู่รุ่นปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 4.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายบนทางสายกลาง ค่าเฉลี่ย 4.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.35 มีอาหารเฉพาะถิ่นของชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.35 มีการพูดภาษาท้องถิ่นในกลุ่มตน ค่าเฉลี่ย 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.31 และมีการแต่งกายแบบประจำท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 ตามลำดับ

ด้านการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนหลักภูมิสังคม ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับการแปลผลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า มีภาพลักษณ์ชุมชนที่ดี สามารถต้อนรับผู้มาเยือนให้ประทับใจได้ ค่าเฉลี่ย 4.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 มีการปรับภูมิทัศน์ให้น่าอยู่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวโดยชุมชนค่าเฉลี่ย 4.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.46 มีสถานที่นันทนาการ ให้ชุมชนได้ใช้ประโยชน์และจัดกิจกรรมภายในชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 และมีเส้นทางที่สะดวกเข้าถึงชุมชนได้ง่ายค่าเฉลี่ย 4.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 ตามลำดับ

ด้านการท่องเที่ยวยึดหลักประโยชน์ของประชาชน ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับการแปลผลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ชุมชนได้ใช้สอยประโยชน์มากขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.37 มีการรวมกลุ่มอาชีพให้ชุมชนพัฒนารายได้ ค่าเฉลี่ย 4.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.37 มีการกระจายรายได้ แบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรมกับชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 มุ่งเน้นให้ชุมชนมีรายได้ ค่าเฉลี่ย 4.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 และมีการพัฒนาทักษะและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 ตามลำดับ

ด้านการท่องเที่ยวยึดหลักความคุ้มค่ามากกว่าคุ้มทุน ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับการแปลผลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ชุมชนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายค่าเฉลี่ย 4.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.38 สนับสนุนและพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 ทำให้เกิดการจ้างงานในชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 ชุมชนมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 และการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนแม่ระวาน ตำบลยกกระบัตร อำเภอสามเงา จังหวัดตาก เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนแม่ระวาน และศึกษาการปฏิบัติที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนแม่ระวาน โดยผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1.สรุปผลการวิจัยข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาระดับประถมศึกษา สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพเกษตรกร (เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ประมง) มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,000 -10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัจนานดา พูลเอียดและคณะ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านนาต้นจั่น อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 254 คน มีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 57-60 ปี รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุ 41- 50 ปี มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนมากประกอบอาชีพอื่นๆ (ทอผ้า ปั่นด้าย ขับรถพ่วงท่องเที่ยวไปจุดชมวิว)

2. การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนแม่ระวาน

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนแม่ระวาน เป็นส่วนสำคัญในการดำเนินงานที่ทำให้งานนั้นประสบผลสำเร็จ การที่ชุมชนแม่ระวานมีการจัดการชุมชนที่ดี โดยเน้นความสำคัญของวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนแม่ระวาน รวมถึงการมีผู้นำที่เข้มแข็งและการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชน รวมทั้งการดำเนินชีวิตตามแนวทางของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในเรื่องความพอเพียงจนได้รับรางวัลหมู่บ้าน "หมู่บ้านแห่งความเข้มแข็งของชุมชน" และยังได้รับรางวัลอื่น ๆ เช่น รางวัลราชสีห์สิงห์ทองผู้นำอาชีพก้าวหน้า รางวัลครูภูมิปัญญาไทย และรางวัลบัญชีดีเด่นระดับจังหวัดของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สันธุ์ สโรบล (2546, หน้า 231-235) ที่ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เน้นบนเงื่อนไขของการจัดการที่มีความรับผิดชอบ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งมีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และครอบคลุม การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขตโดยเน้นให้มีการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้เอกลักษณ์เด่นที่ดึงดูดให้ผู้ที่สนใจมาเยือนชุมชนได้เข้ามาสัมผัสคือวิถีวัฒนธรรมแม่ระวาน ที่เป็นเอกลักษณ์ในชุมชน ซึ่งได้สอดคล้องกับแนวคิดของ ฟริดเจน เจ (Fridgen, J., 1991) ที่ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ ซึ่งมีเสน่ห์ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเยี่ยมชมนวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีของคนท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกันหรือการเยี่ยมชมร่องรอยกิจกรรมการดำเนินชีวิตของผู้คนในอดีตและสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 284-286) ที่ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เหมือนแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีทั้งภาครัฐและเอกชน การตระหนักถึงการพัฒนากการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ 1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีการรณรงค์ให้ชุมชนและผู้มาเยือนรักษาธรรมชาติ มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่าและเห็นคุณค่า จึงเห็นได้ว่า ชุมชน แม่ระวานได้นำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการอนุรักษ์และปรับปรุงบำรุงดิน การเลี้ยงโคและการผลิตพืชอาหารสัตว์การอนุรักษ์ต้นน้ำและป่าไม้การปลูกไม้ผลการทำไร่ผสมผสาน การทำปุ๋ยอินทรีย์น้ำและการจัดการลดต้นทุนทางการเกษตร จึงทำให้ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และพอใช้เสมอ ถือเป็นจุดเด่นที่ทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจเข้ามาศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต และเข้ามาสัมผัสในทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิศรี (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนคลองโคนมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น ซึ่งทุกหน่วยงานมีความเห็นตรงกันว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของชุมชนคลองโคนนั้น คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ ป่าชายเลน ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาทิ การท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำของชาวบ้านคลองโคน และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น ศึกษาความเป็นมาของชุมชนคลองโคน ที่มีมาตั้งแต่สมัยอดีต ซึ่งการท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นสิ่งที่มีความโดดเด่นในชุมชนคลองโคนทั้งสิ้น 2. ด้านองค์กรชุมชนท่องเที่ยว มีหน่วยงานอื่นเข้ามาให้ความร่วมมือและสนับสนุนในชุมชน มีการจัดการชุมชนอย่างมีระบบและเข้าใจกัน มีการร่วมมือกันชุมชนสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว จึงเห็นได้ว่า ส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรดำเนินงานได้ต้องเกิดจากการร่วมมือกันของชาวบ้านในชุมชน การมีหน่วยงานสนับสนุน แลกการรวมตัวกันของชาวบ้าน ภายใต้แนวคิดและอุดมการณ์

เดียวกัน จะประสบผลสำเร็จได้เพราะมีผู้นำที่เข้มแข็ง ซึ่งผู้นำมีบทบาทที่สำคัญที่จะขับเคลื่อนชุมชน แม้ระวานให้พัฒนาขึ้น เป็นแรงเสริมที่ทำให้ชุมชนเติบโตก่อให้เกิดผลประโยชน์มากมายเข้ามาในชุมชน นอกจากนี้ชุมชนแม้ระวานยังมีการร่วมมือร่วมใจกันเป็นอย่างดี ชาวบ้านในชุมชนจะมาลงแรงให้ความสนับสนุนทุกการทำงาน เพราะผลที่ได้ นอกจากจะภาคภูมิใจในชุมชนของตนแล้ว ยังสร้างรายได้ให้ครอบครัวอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์ภัสส พงศกรรังศิลป์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา บ้านโคกโคไคร จังหวัดพังงา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกโคไครมีการบริหารจัดการการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านโคกโคไคร เพื่อสร้างการยอมรับและการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกคนอื่น ๆ ในชุมชนที่ไม่ได้มีการดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรงเป็นปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว รวมถึงการอนุรักษ์และวางแผนทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับเป้าหมายที่แท้จริงของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกโคไคร โดยการสร้างผลประโยชน์ร่วมจากการท่องเที่ยวด้วยการจัดสรรเงินรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับชุมชน 3. ด้านการจัดการการท่องเที่ยว มีสื่อวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้หรือสิ่งของที่นำมาจัดให้ผู้มาเยือนได้รับชม ชุมชนมีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง จึงเห็นได้ว่า ชุมชนแม้ระวานมีกองทุนเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิ เสริฐศรี (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวของชุมชนคลองโคนนั้น มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวได้ดี เพราะชุมชนคลองโคนมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ป่าไม้ แม่น้ำ ความเป็นชุมชนริมน้ำ โดยที่กล่าวมานั้นล้วนแล้วมีความโดดเด่นทั้งสิ้น และอีกอย่างชุมชนคลองโคนนั้นยังมี สินค้าขึ้นชื่อที่เป็นที่รู้จัก อาทิเช่น กะปิเคียวคลองโคน และสินค้าประเภทอาหารทะเลเป็นต้น รวมถึงการมีอุปกรณ์การทดลองปฏิบัติเพียงพอนักท่องเที่ยว 4. ด้านการเรียน เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนเข้ามาศึกษาดูงาน มีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระหว่างผู้มาเยือนกับชุมชน มีศูนย์บริการให้ข้อมูลความรู้ของชุมชน จึงเห็นได้ว่า ชุมชนแม้ระวานเป็นชุมชนตัวอย่างที่ได้รับให้เป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงตัวอย่าง และให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้กับผู้มาเยือน จึงได้รับความสนใจจากบุคคลภายนอกเข้ามาศึกษาดูงานเป็นจำนวนมากดังที่ว่า “ทางชุมชนมีศูนย์ข้อมูลของชุมชนอยู่ที่ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านชุมชนแม้ระวาน” และส่วนมากจะเป็นหน่วยงานราชการเข้ามาศึกษาความเป็นอยู่ในชุมชนแม้ระวาน ประเพณี อาหารพื้นบ้าน การแต่งกาย และกิจกรรมของชุมชน การเรียนรู้ที่ทางชุมชนจัดขึ้นจะให้ปราชญ์ชาวบ้านเป็นผู้ให้ข้อมูลและกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคอยผลิตเวียนกันมาให้ข้อมูลด้วยเช่นกัน และให้ผู้นำชุมชนคอยบรรยายในประวัติความเป็นมาและวิธีใช้ รวมทั้งวิธีเรียกชื่อตามภาษาแม้ระวานอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิ เสริฐศรี (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนคลองโคนมีการส่งเสริมให้ชุมชนเป็นศูนย์การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ชุมชนคลองโคนเป็นชุมชนที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติอันเป็นแหล่งอาศัยของสัตว์น้ำนานาชนิด อีกทั้งยังเป็นแหล่งอนุรักษ์ป่าชายเลน ที่สำคัญ และมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น นั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำ กิจกรรมปลูกป่า เป็นต้น จึงทำให้ชุมชนได้มีการจัดตั้งศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลนขึ้น เพื่อเป็นแหล่งรวมความรู้และให้ความรู้แก่ชาวบ้านและนักท่องเที่ยว ที่สนใจในเรื่องการอนุรักษ์ป่าชายเลน และกิจกรรมที่เหมาะสมสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชนคลองโคน

3. การปฏิบัติที่ดีในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนบ้านแม้ระวาน

กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติที่ดีในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนพื้นฐานเดิมของชุมชนแม้ระวาน มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ มีวัฒนธรรมของชุมชนและมีวิถีชีวิตที่ได้น้อมนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น เกิดจากการร่วมมือกันของชาวบ้านในชุมชน การรวมตัวกันของชาวบ้านภายใต้แนวคิดและอุดมการณ์เดียวกันทำให้เกิดกลุ่มองค์กรอยู่มากมายหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม้ระวาน กลุ่มข้าวชุมชนแม้ระวาน ทำให้ชุมชนแม้ระวานเป็นชุมชนต้นแบบที่น่าสนใจ

ด้านการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนพื้นฐานเดิมของชุมชนบ้านแม่ระวาน มีการคงความเป็นเอกลักษณ์เดิมตั้งแต่รุ่นก่อนสู่รุ่นปัจจุบัน มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายบนทางสายกลาง และมีอาหารเฉพาะถิ่นของชุมชน มีการพูดภาษาท้องถิ่นในกลุ่มตน และมีการแต่งกายแบบประจำท้องถิ่น จึงเห็นได้ว่า ประชาชนชุมชนแม่ระวานยังคงความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเป็นอย่างดี ทั้งด้านภาษาท้องถิ่น คือ ภาษาคำเมือง ที่มาจากอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง มีการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ มีวัฒนธรรมแบบล้านนาผสมกับภาคกลาง และประเพณีต่างๆเป็นแบบล้านนา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิ เสริฐศรี (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคกนอ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนคลองโคกนอ จังหวัดสมุทรสงคราม ในบริบทการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวของชุมชนคลองโคกนอ ซึ่งสามารถแสดงอัตลักษณ์ของชุมชนคลองโคกนอได้ดังนี้ ชุมชนคลองโคกนอเป็นชุมชนที่มาจากความเป็นมาช้านาน ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพทำประมง ทำสวน ในสมัยอดีตนั้นชุมชนคลองโคกนอจะมีผืนป่าชายเลนที่มีความอุดมสมบูรณ์อย่างมาก โดยมีพื้นที่ป่าชายเลนประมาณ 700,000 ไร่ เมื่อมีชาวบ้านเข้ามาจับจองพื้นที่ก็มีการตัดไม้ทำลายป่าเพื่อใช้ในการปลูกบ้านเพื่อทำเป็นที่อยู่อาศัย ชาวบ้านส่วนใหญ่จะมีวิถีชีวิตที่อาศัยอยู่ในริมน้ำ เติบโตมากับริมน้ำทำให้วิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำมายาวนาน

ด้านการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนหลักภูมิสังคม มีภาพลักษณ์ชุมชนที่ดี สามารถต้อนรับผู้มาเยือนให้ประทับใจได้ มีการปรับภูมิทัศน์ให้น่าอยู่เหมาะแก่การท่องเที่ยวโดยชุมชน มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของชุมชน มีสถานที่นันทนาการ ให้ชุมชนได้ใช้ประโยชน์และจัดกิจกรรมภายในชุมชน และมีเส้นทางที่สะดวกเข้าถึงชุมชนได้ง่าย เนื่องจากประชาชนมีการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง และให้การต้อนรับเป็นอย่างดีแก่ผู้มาเยือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิ เสริฐศรี (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคกนอ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนคลองโคกนอ จังหวัดสมุทรสงคราม มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และหนึ่งในอัตลักษณ์นั้น คือ ชาวบ้านยังคงความเป็นเอกลักษณ์เดิมของตนได้ดียิ่ง มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาช้านานที่เก่าแก่ มีวิถีชีวิตริมน้ำ มีป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ และการส่งเสริมให้ชุมชนคลองโคกนอเป็นศูนย์การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

ด้านการท่องเที่ยวยึดหลักประโยชน์ของประชาชน เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ชุมชนได้ใช้สอยประโยชน์มากขึ้น และมีการรวมกลุ่มอาชีพให้ชุมชนพัฒนารายได้ มีการกระจายรายได้ แบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรมกับชุมชน และมีการพัฒนาทักษะและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยว จึงเห็นได้ว่า ชุมชนเห็นความสำคัญและผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก ผู้นำเน้นให้มีการพัฒนาทักษะและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชน พัฒนาอาชีพให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา บ้านโคกโคไคร จังหวัดพังงา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกโคไคร มีการบริหารจัดการการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านโคกโคไคร เพื่อสร้างการยอมรับและการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกคนอื่น ๆ ในชุมชนที่ไม่ได้มีการดำเนินการ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรงเป็นปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว รวมถึงการอนุรักษ์และวางแผนทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เช่นเดียวกันกับเป้าหมายที่แท้จริงของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกโคไคร โดยการสร้างผลประโยชน์ร่วมจากการท่องเที่ยวด้วยการจัดสรรเงินรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับชุมชน

ด้านการท่องเที่ยวยึดหลักความคุ้มค่ามากกว่าต้นทุน การท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน ชุมชนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย สนับสนุนและพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น การท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน และชุมชนมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงเห็นได้ว่า ชุมชนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีผู้นำชุมชนที่มีความรู้ อย่างถ่องแท้ ทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทำให้ประชาชนเกิดการยอมรับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา บ้านโคกโคไคร จังหวัดพังงา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มการท่องเที่ยวบ้านโคกโคไคร มีการดำเนินการเพื่อสร้าง

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการรวมเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดพังงา โดยการให้บริการนักท่องเที่ยวตามศักยภาพการรองรับและการจัดการของกลุ่ม สอดคล้องกับบริบทของชุมชน ท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ สมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยว จะส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในแต่ละด้าน อาทิ ด้านโฮมสเตย์ จะแนะนำให้ไปที่ชุมชนบางพัฒนา เป็นต้น การบริหารจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยว 11 เครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดพังงาเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ลดความขัดแย้งหรือการมุ่งแข่งขันทางธุรกิจกันเองที่อาจจะก่อให้เกิดการตัดราคาเพื่อแย่งชิงนักท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเป็นการสร้างแนวทางการเติบโตในระยะยาวอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนแม่ระวาน อำเภอสามเงา จังหวัดตาก
2. ควรศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนแม่ระวาน อำเภอสามเงา จังหวัดตาก

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทย. (2554). ข้อมูล OTOP จังหวัดราชบุรี. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท. (2549). ระบบมาตรฐานงานชุมชน Best Practices “ประสบการณ์การ เรียนรู้จากชุมชน”. กรุงเทพฯ: บริษัท บีทีเอสเพรส จำกัด.
- พงศ์สิริ นนทะชัย. (2554). ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านชุมชนแม่ระวาน. [Online]. Available: <http://www.tlg.rmutt.ac.th/pdf/100.pdf> [2561, กรกฎาคม 05].
- พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช. (2517). หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3 ห่วง 2 เงื่อนไข. พระราชดำรัส.
- พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2557).การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา บ้านโคกไคร จังหวัดพังงา. วารสารวิชาการสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ณรัชชอร์ ศรีทอง. (2556). แนวคิด หลักการ และการปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ณัฐพร ดอกบุญนาคและธรรมาภรณ์ ทองคำนุช. (2556). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ชุมชนในตลาดร้อยปีสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์กองทุนส่งเสริมการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนดดีไซน์.
- วีระพล ทองมา, วินิตรา สิละพัฒนาและ ไพศาล กาญจนวงศ์. (2554).การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนชาวจีนยูนนาน (บ้านยาง) ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. วารสารวิชาการคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ 50290.

- สินธุ์ สโรบล. (2537). สำนักงานภาคและเครือข่ายการเรียนรู้และประสานงานวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (ฉบับที่ 57). เชียงใหม่ : วิตา เพรส.
- สินธุ์ สโรบล. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). เชียงใหม่ : วิตา เพรส.
- สุถี เสรีศรี. (2557). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม การบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุวัจนานดา พูลเอียดและคณะ. (2561). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านนาต้นจั่น อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย. รายงานสืบเนื่องการประชุมทางวิชาการระดับชาติ Thailand 4.0 นวัตกรรมและการวิจัยเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (น.685-694). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement.**
- Likert, Rensis. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. In Reading in Fishbein, M (Ed.), **Attitude Theory and Measurement** (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.
- Shaw, and Williams, 2004. **Tourism and Tourism Spaces.** Sage, London

ความสัมพันธ์ของการปฏิสัมพันธ์ เนื้อหาที่ถูกรสร้างจากรธุรกิจ และเนื้อหาที่ถูกรสร้างจากลูกค้า
ที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม จังหวัดพิษณุโลก

THE RELATIONSHIP OF INTERACTIVITY, FIRM GENERATE CONTENT AND USER
GENERATE CONTENT THAT AFFECTING TO CUSTOMER ENGAGEMENT IN HOTEL
BUSINESS OF PHITSANULOK PROVIENCE.

ฉั่มมะทินนา ศรีสุพรรณ*

ลัสดา ยาวิละ**

กฤษณ์ ศรีสุวรรณ**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยของเนื้อหาที่ถูกรสร้างจากรธุรกิจ เนื้อหาที่ถูกรสร้างจากผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการค้นหาโรงแรม 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการปฏิสัมพันธ์ และเนื้อหาที่ถูกรสร้างจากลูกค้าที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม จังหวัดพิษณุโลก โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับลูกค้าของโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพจากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการประกอบกับประสบการณ์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ในปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดผลสรุปการวิจัยครั้งนี้พบว่าระดับความผูกพันของลูกค้าของโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมาก เนื้อหาที่ถูกรสร้างจากลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด การปฏิสัมพันธ์ และเนื้อหาที่ถูกรสร้างจากรธุรกิจอยู่ในระดับมากตามลำดับ เนื่องจากในยุคปัจจุบันของเรานั้นได้มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและสะดวกสบายต่อการใช้งานต่างๆ โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ผลการสรุปวิจัยที่วิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณพบว่า ค่าอิทธิพลของตัวแปรต้นทั้งหมดที่ประกอบด้วย การปฏิสัมพันธ์ เนื้อหาที่ถูกรสร้างจากรธุรกิจ และเนื้อหาที่ถูกรสร้างจากลูกค้า สามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันของลูกค้าได้ร้อยละ 68.40 ด้วยปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้ามากที่สุดคือ เนื้อหาที่ถูกรสร้างจากลูกค้า การปฏิสัมพันธ์ และเนื้อหาที่ถูกรสร้างจากรธุรกิจตามลำดับ

คำสำคัญ : การปฏิสัมพันธ์, เนื้อหาที่ถูกรสร้างจากรธุรกิจ, เนื้อหาที่ถูกรสร้างจากลูกค้า, ความผูกพันของลูกค้า

* บธ.ด. (บริหารธุรกิจ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

** อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Abstract

The purposes of this research were to investigate the effect of the interactivity, firm generate content and user generate content on the customer engagement of hotel customer to used social network site. The quantitative method was used 400 questionnaire as instrument for collection data. The instrument of data was being analyzed by using frequency, percentages, mean, standard deviation and the multiple regression analysis was used to analyze and test research hypotheses.

The results have shown that the customer engagement was in high level, user generate content was in higher level, interactivity was in high level, firm generate content was in high level too. The result also insists that the interactivity, firm generate content and user generate content have impact on the customer engagement of hotel customer to used social network site 68.4 percent. The user generate content was in higher level following the interactivity and firm generate content.

Keywords: Customer Engagement, interactivity, firm generate content, user generate content.

บทนำ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพจากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการประกอบกับประสบการณ์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่างธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลก เป็นหนึ่งธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างมาก ในการศึกษาปัจจัยด้านการปฏิสัมพันธ์ เนื้อหาที่ถูกรสร้างจากธุรกิจ และเนื้อหาที่ถูกรสร้างจากลูกค้าที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม จังหวัดพิษณุโลก ทั้งด้านการบริการในหลากหลายรูปแบบ รวมไปถึงทุกๆ โรงแรม ตั้งแต่โรงแรมที่มีขนาดเล็กจนถึงโรงแรมที่มีขนาดใหญ่ซึ่งเป็นโรงแรมที่มีความหรูหรา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดพิษณุโลกซึ่งเป็นหนึ่งจังหวัดที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีจำนวนประชากรอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเพิ่มสูงขึ้นในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่อง และมีศักยภาพในการเป็นเมืองหลักของแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำจึงทำให้ชาวต่างชาติหรือประชากรจังหวัดอื่นๆ เช่น จังหวัดใกล้เคียง เช่น สุโขทัย พิษณุโลก เพชรบูรณ์ เป็นต้น (ชฎาภา อนันต์กิตติกุล, 2554) ประกอบกับรัฐบาลมีมติเห็นชอบในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทยและกำหนดนโยบายในการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจและการทำธุรกิจโรงแรมเพิ่มขึ้น จึงทำให้ธุรกิจโรงแรมมีการเติบโตมากขึ้นและมีภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น จึงมีการนำการตลาดออนไลน์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Balduis, 2015) โดยที่กิจการจะมีการสร้างเนื้อหาทางสื่อออนไลน์ด้วยธุรกิจเอง และเปิดโอกาสให้ลูกค้าเข้ามาสร้างเนื้อหาเอง ทำให้มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการบอกต่อและการเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม

ตลอดจนปัจจัยด้านเนื้อหาที่ถูกรสร้างจากธุรกิจ (Firm Generated Content; FGC) เนื้อหาที่ถูกรสร้างขึ้นโดยธุรกิจในการประชาสัมพันธ์ในการสื่อสารต่างๆผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ จะเห็นได้จากเว็บต่างๆ

และเนื้อหาที่ถูกสร้างจากผู้ใช้,ลูกค้าการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการใช้เทคโนโลยีและ การใช้บุคลากรอย่างมีหลักการ เพื่อเพิ่มระดับการให้บริการแก่ลูกค้า สร้างความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้า (Customer Engagement) ในการเก็บข้อมูลพฤติกรรมในการใช้จ่ายและความต้องการของลูกค้า จากนั้นจะนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์และใช้ให้เกิดประโยชน์

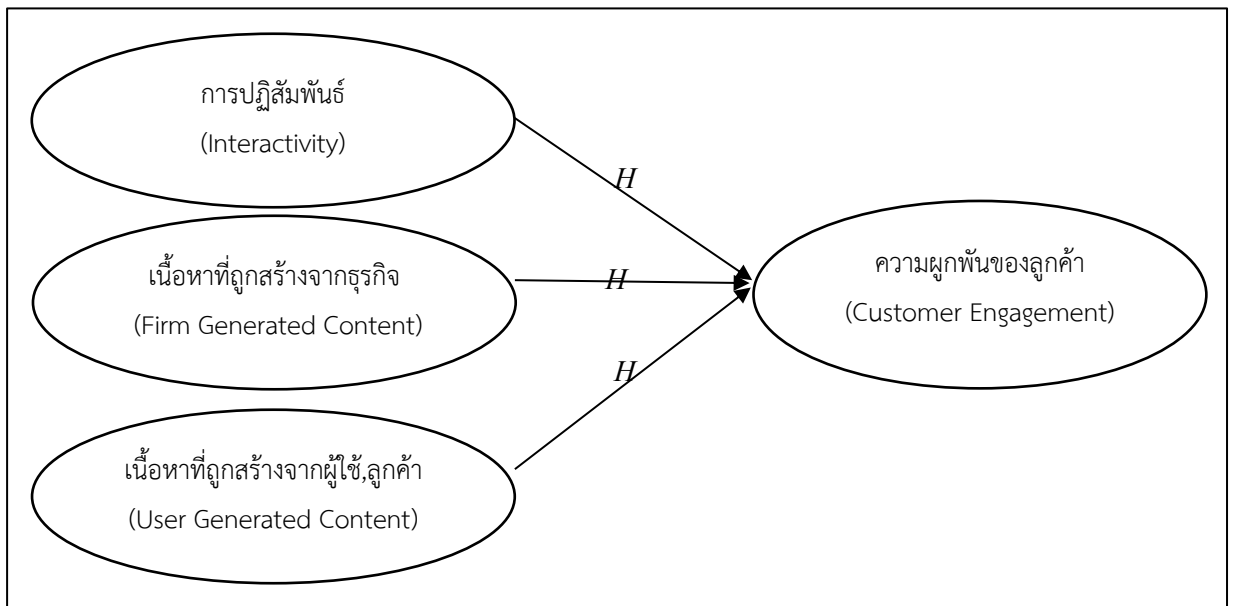
อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่างานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ผ่านมาส่วนใหญ่ต่างพยายามศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการสร้าง ความผูกพันของลูกค้าในบริบทที่แตกต่างกัน (อิทธิภูมิ พรหมมา และธีรรัตน์ วรพิเชษฐ, 2558 : ภัทรารวรรณ ศรีพราย, 2556 : เยาวภา ศรีพระประแดง, 2552 : กัญฉิกา ปลื้มอารมณ์, 2557 : Jahn, Kunz, 2012 : Baldus, 2015 : Shi, Chen, Chow, 2016) ซึ่งในงานวิจัยนี้จะมุ่งเน้นการศึกษาในบริบทของธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะในจังหวัดพิษณุโลกซึ่งเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีการขยายตัวอย่างมาก ที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าที่มาใช้บริการในการพักโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกทั้งคนไทยและคนต่างชาติที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Site) ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารสังคมออนไลน์ร่วมกันโพสต์ ข้อความ รูปภาพ วีดีโอ กดชื่นชอบ การแบ่งปัน หรือแม้แต่มีการแสดงความคิดเห็นของลูกค้าทั้งในทางบวกหรือทางลบ (Schivinski & Dabrowski, 2016)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันด้านการปฏิสัมพันธ์ เนื้อหาที่ถูกสร้างจากธุรกิจ และเนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้าส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม ซึ่งผลของการศึกษาจะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้กับธุรกิจโรงแรม เพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจและศักยภาพในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เป็นการกระตุ้นการใช้บริการให้เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการสร้าง ความผูกพันของลูกค้าผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการปฏิสัมพันธ์ เนื้อหาที่ถูกสร้างจากธุรกิจ และเนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้าที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษา พฤติกรรมของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ เนื้อหาที่ถูกสร้างจากธุรกิจ และเนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้าที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

กรอบแนวคิดการวิจัย



(ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย)

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการวิจัยครั้งนี้นั้นเป็นการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพจากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการประกอบกับประสบการณ์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ในปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดผลสรุปการวิจัยครั้งนี้พบว่าระดับความผูกพันของลูกค้าของโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมาก เนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด การปฏิสัมพันธ์ และเนื้อหาที่ถูกสร้างจากธุรกิจอยู่ในระดับมากตามลำดับ

1. การปฏิสัมพันธ์ (Interactivity : INT) คือ การกระทำ หรือการประกอบกิจกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ในทางที่ดีมีประโยชน์ ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารและการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่างธุรกิจกับลูกค้า เพื่อให้สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจ (Balduş, 2015) โดยภาพรวมของการตอบสนองของลูกค้าจะสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการหรือแม้แต่คำติชมในการบริการทางโรงแรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลต่อความผูกพันให้เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ปัจจัยด้านเนื้อหาที่ถูกสร้างจากธุรกิจ (Firm Generated Content; FGC) หมายถึง เนื้อหาที่ถูกสร้างขึ้นโดยธุรกิจในการประชาสัมพันธ์ในการสื่อสารต่างๆผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ จะเห็นได้จากเว็บต่างๆ เช่น Facebook, Instagram, Line, Twitter และ Youtube เป็นต้น ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารสังคมออนไลน์ร่วมกัน โพสต์ ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ กดชื่นชอบ การแบ่งปัน หรือแม้แต่มีการแสดงความคิดเห็นของลูกค้า ทั้งในทางบวกหรือทางลบที่จะพร้อมส่งเสริมและแก้ไขการพัฒนาเรื่องของการบริการทำโรงแรมซึ่งเป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าเข้ามาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้บริการ

รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆให้กับธุรกิจ ซึ่งส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและก่อให้เกิดการเข้ามาใช้บริการของธุรกิจที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม ความพึงพอใจเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งต้องน่าสนใจและข้อมูลข่าวสารต้องเป็นเรื่องจริงทั้งหมด

3. เนื้อหาที่ถูกสร้างจากผู้ใช้หรือลูกค้า (User Generated Content; UGC) หมายถึง เนื้อหาต่างๆรวมทั้งการสร้างสรรค์ในการโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ การแชร์ข้อมูล ข่าวสาร ของธุรกิจโดยผู้เป็นเจ้าของกิจการหรือผู้ดูแลระบบบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์สังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารการให้บริการ ผลผลิตภัณท์ของธุรกิจโรงแรม ข่าวสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่ธุรกิจต้องการสื่อสารให้กับผู้ใช้บริการที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม (Schivinski , 2016) Schmitt (2003) (อ้างอิงใน ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ, 2549)
4. ความผูกพันของลูกค้า กล่าวคือประสบการณ์ของลูกค้าตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อว่า องค์กรรวมแห่งประสบการณ์ (Total Experience) เป็นหัวใจของการนำสู่การสร้างสมความรู้สึที่ดีๆ ที่มีต่อกัน ผลสะสมจากความประทับใจในการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละครั้งที่ลูกค้าติดต่อกับบริษัทผ่านทางจุดสัมผัส (Touch Points) ที่สัมผัสกับลูกค้าหรือสาธารณชนที่บริษัทได้ออกแบบไว้ ไม่ว่าจะจุดสัมผัสเหล่านั้นจะเป็นสำนักงาน หน้าร้าน ศูนย์บริการ เคาน์เตอร์บริการ เครื่องบริการอัตโนมัติ เว็บไซต์ที่จอรถหรือข่าวสารข้อมูลที่ส่งถึงลูกค้า ทุกประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับจากการติดต่อในทุกกรณีที่มีปฏิสัมพันธ์กับบริษัทจะสะสมเป็นองค์รวมของประสบการณ์ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสนใจในความผูกพันระหว่างบริษัทกับลูกค้าซึ่งจะมีผลทำให้คู่แข่งไม่อาจดึงลูกค้าของบริษัทไปได้

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในลักษณะของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เพื่อให้ได้คำตอบที่ถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและยืนยันสมมุติฐานการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าของโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของโรงแรม ซึ่งเป็นลักษณะของประชากรที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน และทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ตามแนวคิดของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Yamane, 1973, p. 125) ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าโดยการสุ่มช่วงอายุ และอาชีพประชากรในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ 1) ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประกอบไปด้วย 1) ปฏิสัมพันธ์ 2) เนื้อหาที่ถูกสร้างจากธุรกิจ 3) เนื้อหาที่ถูกสร้างจากผู้ใช้ 4) ความผูกพันของลูกค้า (ชฎาภา อนันต์กิตติกุล. 2554)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน แล้วนำมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index : IOC) หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว มาทำการทดสอบความ

เชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Try Out) จากประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Coefficient Cronbach) ได้ความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.892

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย (\bar{X}), ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพจากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการประกอบกับประสบการณ์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นลูกค้าของโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี มีจำนวนมากที่สุด 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาได้แก่ อายุ 31-40 ปี มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 อายุ 22-30 ปี จำนวน 67 คนคิดเป็นร้อยละ 16.75 และอายุไม่เกิน 21 ปี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ มีอาชีพด้านราชการและรัฐวิสาหกิจมากที่สุด 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาเป็นพนักงานในบริษัทเอกชนจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 ระดับสูงกว่าปริญญาโท มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และระดับ ปวช. ปวส. มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นลูกค้าของโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลก พบว่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และเครื่องคอมพิวเตอร์พกพา ตามลำดับ ด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้าไปใช้มากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม ตามลำดับ ระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ 7 วันต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ย 5 ชั่วโมงต่อวัน ประสิทธิภาพของผู้ใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่พบมากที่สุดคือ 9 ปี

ระดับความคิดเห็นของปัจจัยในแต่ละด้านที่มีผลต่อความผูกพันของลูกค้า ซึ่งแสดงผลการวิจัยในตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นของลูกค้าโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	การแปลความหมาย
เนื้อหาที่ถูกสร้างจากรูทิจ (FGC)	3.79	0.68	มาก
เนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้า (UGC)	4.62	0.88	มากที่สุด
การปฏิสัมพันธ์ (INT)	4.16	0.78	มาก
ความผูกพันของลูกค้า (ENGA)	3.51	0.59	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของทุกตัวแปรที่ศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหาที่ถูกสร้างจาก

ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.62 ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.88) รองลงมาด้านการปฏิสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.78) ด้านเนื้อหาที่ถูกสร้างจากธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.68) และน้อยที่สุดด้านความผูกพันของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ($\bar{x} = 3.51$, S.D. = 0.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของลูกค้า

ตัวแปรปัจจัย (Variables)	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β)	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยปรับ มาตรฐาน	t-statistic	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	1.989		11.418	.012*
เนื้อหาที่ถูกสร้างจากธุรกิจ (FGC)	.223	.138	4.121	.002*
เนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้า (UGC)	.421	.136	7.175	.003*
การปฏิสัมพันธ์ (INT)	.320	.087	6.582	.021*
R				.671
R ²				.684
Adjust R ²				.546

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของความผูกพันของลูกค้าที่ประกอบด้วยปัจจัยด้านเนื้อหาที่ถูกสร้างจากธุรกิจ (FGC) เนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้า (UGC) และด้านการปฏิสัมพันธ์ (INT) สามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันของลูกค้าได้เท่ากับร้อยละ 68.40 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 31.60 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ผู้วิจัยไม่ได้นำมาศึกษาในงานวิจัยนี้ โดยมีขนาดของอิทธิพล (β) มากที่สุดคือ ด้านเนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้า เท่ากับ 0.421 ($\beta = 0.421$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านการปฏิสัมพันธ์ เท่ากับ 0.320 ($\beta = 0.320$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านเนื้อหาที่ถูกสร้างจากธุรกิจ เท่ากับ 0.223 ($\beta = .223$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ENGA} &= 1.989 + .223 \text{ FGC} + .421 \text{ UGC} + .320 \text{ INT} \\
 &(11.418^*) \quad (4.121^*) \quad (7.175^*) \quad (6.582^*) \\
 R^2 &= .684
 \end{aligned}$$

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis)	สัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficients)	t-value	สรุปผล
H1: เนื้อหาที่ถูกรับรู้จากธุรกิจส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้า	.223	4.121 *	สนับสนุน
H2: เนื้อหาที่ถูกรับรู้จากลูกค้าส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้า	.421	7.175 *	สนับสนุน
H3: การปฏิสัมพันธ์ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้า	.320	6.582 *	สนับสนุน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$)

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยอมรับสมมติฐานการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมทุกข้อ โดยผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถอธิบายได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เนื้อหาที่ถูกรับรู้จากธุรกิจส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้า ผลการทดสอบพบว่าเนื้อหาที่ถูกรับรู้จากธุรกิจมีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้า มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.223 และค่า t-test เท่ากับ 4.121 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 เนื้อหาที่ถูกรับรู้จากลูกค้าส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้า ผลการทดสอบพบว่าเนื้อหาที่ถูกรับรู้จากลูกค้ามีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้า มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.421 และค่า t-test เท่ากับ 7.175 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 การปฏิสัมพันธ์ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้า ผลการทดสอบพบว่าการมีปฏิสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้า มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.320 และค่า t-test เท่ากับ 6.582 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การอภิปรายผล

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพจากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการประกอบด้วยประสบการณ์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ซึ่งเป็นลูกค้าของโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลก พบว่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และเครื่องคอมพิวเตอร์พกพาและเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ตามลำดับ ด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้าไปใช้มากที่สุด Facebook, Instagram, Twitter, Line และ YouTube ตามลำดับ ความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ 7 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด 3-4 ชั่วโมงต่อวัน ประสบการณ์ของผู้ใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่พบมากที่สุดคือ 6-7 ปี และจำนวนเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์พบมากที่สุดคือมีเพื่อนจำนวน 601-900 คน ความผูกพันของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองของลูกค้า สะท้อนว่า เมื่อความผูกพันของลูกค้าเพิ่มขึ้น และการบอกต่อจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การปฏิสัมพันธ์ (Interactivity : INT) กระบวนการสื่อสารระหว่างธุรกิจหรือผู้ดูแลระบบกับผู้ใช้บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถสื่อสารระหว่างกันได้ โดยที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้งานระบบสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (Balduis, 2015) การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันในระบบ

อินเทอร์เน็ตจะเป็นการโต้ตอบกันแบบทันทีทันใด ซึ่งส่งผลให้เกิดการสร้างสรรคคุณค่าใหม่ ๆ ก่อให้เกิดความเชื่อถือได้และความมั่นใจ โดยผู้ใช้และผู้ดูแลระบบสามารถสื่อสารกับสมาชิกได้ทั้งหมดและเป็นการสื่อสารแบบหนึ่งต่อหลายคน (one-to-many communication) ซึ่งเรียกการปฏิสัมพันธ์ในลักษณะนี้ว่าความรู้สึกของตนเองที่เคยได้รับหลังการซื้อสินค้าที่เป็นประสบการณ์ตรงของลูกค้า (user experience) (Shi, et al., 2016) สะท้อนให้เห็นถึงความใกล้ชิดสนิทสนมระหว่างผู้ใช้กับผู้ขายด้วยกัน เป็นการแบ่งปันความรู้สึกและประสบการณ์ในการซื้อการใช้สินค้าและบริการให้กับผู้อื่นๆ ในกลุ่มสังคมออนไลน์ ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ส่งผลต่อการสร้างความผูกพันกับลูกค้าของธุรกิจ (ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์, 2558) และนำไปสู่ความสำเร็จทางการตลาดเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Johnson & Lowe, 2014)

เนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้าหรือผู้ใช้งาน (User Generated Content: UGC) คือ ข้อมูลข่าวสาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ธุรกิจโรงแรมเป็นผู้สร้างขึ้นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อในการติดต่อสื่อสาร และการสร้างความสัมพันธ์ที่ระหว่างผู้บริโภคกับธุรกิจ ข้อมูลข่าวสาร (Content) เนื้อหาในการโฆษณาโดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเจ้าของธุรกิจจะสร้างข้อมูลข่าวสาร เนื้อหาสาระ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การแชร์ รูปภาพ วิดีโอ บนเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ ที่ได้รับการยอมรับ และที่อยู่ภายใต้การควบคุมการผลิตของเจ้าของธุรกิจนั้นๆ ที่สามารถตรวจสอบ แหล่งที่มาของข้อมูลนั้นได้ง่าย โดยที่เจ้าของธุรกิจนั้นจะผลิตข้อมูลข่าวสารเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าสนใจเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์นั้นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Kaplan and Haenlein, 2010)

เนื้อหาที่สร้างจากธุรกิจ (Firm Generated Content :FGC) ในการใช้บริการสังคมเครือข่ายออนไลน์ ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตามเว็บไซต์ต่างๆ เช่น Facebook, Instagram, Twitter, Line และ YouTube ฯลฯ โดยจากผ่านทางกระบวนการความคิด วิเคราะห์ การสร้างสรรค์ในการโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ การแชร์ข้อมูลข่าวสาร และการแสดงความคิดเห็นผ่านกระบวนการทางความคิดหรือสังเกตจากธุรกิจบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์สังคมออนไลน์หรือสื่อต่างๆผ่านทางโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์แบบพกพา คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ ต่างๆ (Chu, 2013) และ (Lim et al, 2015) และในรูปแบบ รูปภาพ ภาพถ่าย ข้อความ ข้อมูลข่าวสาร วิดีโอ ที่สะดวก สบาย และเกิดความใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการเครือข่ายมากยิ่งขึ้น มีลักษณะของข้อมูลที่ทันสมัยตลอดเวลา มีความสะดุดตา และดึงดูดใจให้เข้าไปอ่านหรือรับชม ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจระหว่างผู้รับและผู้ส่งสาร (Zhao and Lu ,2012) และ (Chu,2013)

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีปัจจัยด้านการปฏิสัมพันธ์ เนื้อหาที่ถูกสร้างจากธุรกิจ เนื้อหาที่ถูกสร้างจากผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการค้นหาโรงแรมและเนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้าที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม จังหวัดพิษณุโลกการบริการที่ต้องอาศัยตัวบุคลากรผู้ให้บริการที่ได้ผ่านการฝึกอบรมและพัฒนาสมรรถนะจนมีศักยภาพที่จะสามารถทำให้ธุรกิจโรงแรมนั้นๆ แข่งขันในสภาพแวดล้อมของการบริการในธุรกิจโรงแรมปัจจุบันที่ดูเหมือนว่าจะมีแนวโน้มของความเป็นนานาชาติและเป็นสากลมากขึ้นทุกขณะ การเพิ่มความสำคัญลูกค้าโดยการหันมาให้ความสำคัญกับการสร้างแรงดึงดูดที่เข้าถึงได้ง่ายโดยการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับของลูกค้านั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรดำเนินการปฏิสัมพันธ์ และเนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้าที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมเสนอลูกค้ารวดเร็วและน่าเชื่อถือและสร้างความน่าสนใจให้ได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้ในการปฏิบัติ

1) ผู้ประกอบโรงแรมควรมีการดำเนินการหรือกำหนดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น เพราะในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับลูกค้าของโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งได้ระดับความผูกพันของลูกค้าของโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ในเนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด 2) เนื้อหาที่ถูกสร้างจากลูกค้ามีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้าทั้งการที่ดูโฆษณาสินค้าและการได้รับการบริการ กระทั่งหาไอเดียหรือความคิดเห็นตอบกลับของผู้ใช้งาน หรือความคาดหวัง ความต้องการอนาคตของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของโรงแรมภายในจังหวัดพิษณุโลกที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าที่ใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลก 3) การปฏิสัมพันธ์และเนื้อหาจากธุรกิจสร้างมีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกค้า ตามลำดับ ที่เปิดกว้างในการมีส่วนร่วมจากทุกๆ คน ที่จะส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้า การสอบถามหรือแม้แต่คำแนะนำที่ด้านบวกและด้านลบของภาพรวมในการให้บริการทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงผู้ใช้งานหรือผู้ใช้บริการ 4) องค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อค้นพบจากการทำวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการเผยแพร่หรือการจัดฝึกอบรมให้ความรู้กับธุรกิจโรงแรมในการสร้างความผูกพันกับลูกค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านผลประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ธุรกิจมีการกำหนดกิจกรรมพิเศษและสิทธิประโยชน์ และการทำให้สมาชิกเครือข่ายได้รับทราบข่าวสารของกิจการก่อนบุคคลอื่น และได้รับความช่วยเหลือเมื่อสมาชิกต้องการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญและเป็นผลให้สมาชิกมีความรู้สึกเชื่อมั่นและร่วมสนุกกันได้ง่ายและน่าเชื่อถือ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ นำปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความผูกพันของลูกค้าในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่พบผลของการศึกษาว่า มีนัยสำคัญกับความผูกพันของลูกค้า ซึ่งมีปัจจัยด้านอื่นๆ มาส่งผล ดังนั้นการศึกษากครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มปัจจัยอื่นที่ยังไม่ได้นำมาศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้และเพิ่มหัวข้อในการตั้งแบบสอบถามเพิ่มมากขึ้นควรมีการศึกษแบบเฉพาะเจาะจงเป็นกรณีศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมที่มีชื่อเสียงและมีลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่เป็นต้นแบบของการสร้างความผูกพันกับลูกค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

บรรณานุกรม

- กัณณิกา ปลื้มอารมณ์. (2557). การวัดความผูกพันบุคคลบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- ชฎาภา อนันต์กิตติกุล. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมกับความผูกพันทุ่มเทของลูกค้า. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิตสาขาเทคโนโลยีการจัดการ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. นครราชสีมา.
- ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์. (2558). อิทธิพลของการไหลลื่น ความไว้วางใจในสมาชิก และการเผยแพร่ตัวตนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในฐานะปัจจัยที่เชื่อมโยงการปฏิสัมพันธ์และความผูกพันของผู้ใช้สู่ผลการซื้อสินค้าออนไลน์ล์และความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ภัทราวรรณ ศรีพราย. (2556). ปัจจัยเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการบริการของผู้บริโภคไทย : กรณีศึกษา facebook. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. กรุงเทพฯ.
- เยาวภา ศรีพระประแดง. (2552). ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการสร้างความผูกพันกับลูกค้าผ่านชุมชนออนไลน์. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารเทคโนโลยี. วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- อิทธิภูมิ พรหมมา และธีรรัตน์ วรพิเชฐ. (2558). การใช้ความคิดเห็นของลูกค้าในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการใช้บริการของธุรกิจโรงแรม. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่, ปีที่ 8 ฉบับที่ 2. หน้า 129-141.
- Baldus, J.B. (2015). Online brand community engagement: Scale development and validation. *Journal of Business Research*, 68(2015), 978-985.
- Chu, K. M., & Yuan, B. J. C. (2013). The effects of perceived interactivity on e-trust and e-consumer behaviors: The application of fuzzy linguistic scale. *Journal of Electronic Commerce Research*, 14(1), 124-136.
- Jahn, B., Kunz, W. (2012) How to transform consumers into fans of your brand. *Journal of Service Management*, 23(3), 344-361.
- Johnson, D. S., & Lowe, B. (2014). Emotional support, perceived corporate ownership and skepticism toward out-group in virtual communities. *Journal of Interactivity Marketing*, 29(1), 1-10.
- Kaplan, M. A., & Kozma, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Kelley School of Business, Indiana University, Business Horizons*, 53, 59-68.
- Lim, J. S., Hwang, Y., Kim, S., & Biocca, F. A. (2015). How social media engagement leads to sports channel loyalty: Mediating roles of social presence and channel commitment. *Computer in Human Behavior*, 46(2), 158-167.
- Shi, S., Chen, Y., Chow, S.W. (2016). Key values driving continued interaction on brand pages in social media: An examination across genders. *Computers in Human Behavior*, 62(2016), 578-589.
- Schivinsk, B. and D. Dabrowski. (2015), "The impact of brand communication on brand equity through Facebook", Department of Marketing", Gdansk University of Technology, Gdansk, Poland.
- Zhao, L., & Lu, Y. (2012). Enhancing perceived interactivity through network externalities: An empirical study on micro-blogging service satisfaction and continuance intention. *Decision Support System*, 53(1), 825-834.

การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัด

กำแพงเพชร

CREATIVE CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT IN NAKHON TRAITUNG

KAMPHAENGPHEH

ยุชิตา กันหาเมือง*

ฉัตรชัย อินทรประพันธ์**

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร 2) เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร การวิจัยครั้งนี้มีพื้นที่ในการวิจัยคือชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีถิ่นฐานอยู่ในชุมชนนครไตรตรึงษ์ 5 ปีขึ้นไปร่วมกับการใช้แบบสอบถาม โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในชุมชนนครไตรตรึงษ์ จำนวน 399 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในชุมชนคือ การกราบสักการะหลวงพ่อโตหลวงพ่อเพชร ไหว้ศาลท้าวแสนปม เยี่ยมชมวัดวังพระธาตุ เจดีย์เจ็ดยอด วัดพระปรารักษ์ วัดท้ายเกาะและต้นหว้าใหญ่ 2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จักคือวัดวังพระธาตุและศาลท้าวแสนปม กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำในการมาเที่ยว คือ การเที่ยวชมวัดวังพระธาตุ กราบสักการะหลวงพ่อโตหลวงพ่อเพชร ศาลท้าวแสนปมและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวต้องการกระทำในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งต่อไปคือ การเรียนรู้การทำอาหารพื้นบ้าน การละเล่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

Abstract

A study on the development of creative cultural tourism models Nakhon Traitung, Kamphaeng Phet. The purpose of this study were to 1) study the cultural tourism in Nakhon Traitung Kamphaeng Phet and 2) study creative cultural tourism activities Nakhon Traitung Khampangphet. The research area is the Tri-trueng community, Kamphaeng Phet. The research instrument was interviewed by collecting data from interviews with informants who had been living in the community for 5 years or more and the questionnaire by A sample of 399 tourist was

* สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

** สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

studied. The research found that 1) the current cultural tourism model is To worship Luang Pho Diamond Wai Visit Wat Phra That The Seven Stupas, Wat Phra Prang, Wat Ta Kha and Wa. Most tourists are female. Are in the age range of 20-30 years with a bachelor degree. And have a student. The tourist attraction known as Wat Phra That and Khao Thak Saen. The activities that tourists do is to visit the temple Wat Phra That. Luang Pho Luang Pho Phra Tha. And things to do in the next trip is learn to cook locally, skirts and community products.

Keywords: Cultural Tourism, Cultural Tourism Model, Creative Tourism, Development of Cultural Tourism Model

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่งที่มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้ เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้รายได้ของประชาชนในประเทศมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น ช่วยให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ รวมทั้งเกิดการพัฒนาและการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างกว้างขวางสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ตั้งแต่ในช่วงต้นปี 2561 เป็นต้นมามีทิศทางที่สดใสเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งนับเป็นสัญญาณการเริ่มต้นที่ดีทางการท่องเที่ยวไทยในปีต่อไป โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติในเดือนมิถุนายน 2561 จำนวน 3,025,279 คน ในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกมากที่สุด 2,284,904 คน รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรป เอเชียใต้ อเมริกา โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกาตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา นอกจากนี้การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ระหว่างเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ก่อให้เกิดรายได้ 148,432.54 ล้านบาท ขยายตัว 14.52% จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สำหรับนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้สูงสุด 10 อันดับแรก ประกอบด้วย จีน มาเลเซีย อินเดีย สหรัฐอเมริกา เกาหลี สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ฮองกง และเวียดนาม ตามลำดับนักท่องเที่ยวขยายตัว 11.57% ตามการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเกือบทุกภูมิภาค สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุด 10 อันดับแรก ประกอบด้วย จีน มาเลเซีย อินเดีย ลาว เกาหลี เวียดนาม ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฮองกง และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ ฐานเศรษฐกิจ (สื่อออนไลน์) ในอนาคตซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้คาดการณ์ไว้ 5 ประการ คือ 1) การท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือที่ทรงอำนาจในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งลดความยากจนในหลายประเทศจากการสร้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและรายได้จากการส่งออก 2) เพื่อก้าวไปสู่ศักยภาพนี้จำเป็นต้องสร้างและยกระดับการรับรู้ และทำให้การท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญในวาระทางการเมือง 3) ความยั่งยืน ทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นเรื่องการพึ่งพาพลังงาน การปรับตัวและการบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจสีเขียว การจัดการพื้นที่แออัด และการบริหารความเสี่ยง 4) ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงง่ายเนื่องจากมีประสบการณ์มากขึ้น มีความต้องการสูงขึ้น รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ การย้ายถิ่นและความหลากหลายของโครงสร้างครอบครัว) การเปลี่ยนแปลงค่านิยม และวิถีชีวิตจากเศรษฐกิจเชิงบริการสู่เศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ และ 5) การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในแง่ของการสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เหมาะสม เช่น ความหลากหลายของสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาดและการส่งเสริมสินค้า การพัฒนาทรัพยากรบุคคล เป็นต้น

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2018) กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวจากอดีตนั้นมักจะมุ่งเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดรายได้และให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยปราศจากการคำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมที่จะตามมา

ทำให้แหล่งท่องเที่ยวรวมถึงวัฒนธรรมแบบใหม่และบุคคลจากภายนอกท้องถิ่น ทำให้เกิดการเบียดขับคนในท้องถิ่นออกไปจากแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาที่นำมาใช้เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มุ่งแต่จะนำทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมมาปรับใช้เพื่อเป็นสินค้า ส่งผลให้วัฒนธรรมหรือเหตุการณ์สำคัญของชุมชนนั้นเลื่อนหายไปจากความทรงจำ ทำให้การท่องเที่ยวถูกมองเป็นสิ่งที่ทำลายระบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับท้องถิ่นเป็นหลัก ไม่สามารถสร้างรายได้สู่ท้องถิ่นได้อย่างแท้จริงเนื่องจากผลประโยชน์ส่วนใหญ่มักจะตกอยู่กับสถานประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวหรือนายทุนเจ้าของแหล่งที่พักอาศัยโดยที่ไม่เลือกใช้แรงงานจากในท้องถิ่น อีกทั้งยังไม่ให้ความสำคัญกับผลผลิตของท้องถิ่น ทำให้การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่สัมพันธ์กับผลประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่น จากปัญหาดังที่กล่าวมาแล้วนั้นจึงเกิดแนวคิดที่จะส่งเสริมและให้การสนับสนุนให้ชุมชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของท้องถิ่นของตนเพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นแนวคิดทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นครไตรตรึงษ์เมืองโบราณแห่งแรกของกำแพงเพชรที่ครั้งหนึ่งเคยเจริญรุ่งเรืองเป็นอย่างมาก เป็นเมืองที่ตั้งอยู่บนเส้นทางคมนาคมโบราณระหว่างบ้านเมืองในแถบภาคกลางระหว่างละโว้ อโยธยา และเมืองในเขตล้านนาอย่างศรีสุโขทัย เป็นเมืองสำคัญขึ้นลุ่มของกษัตริย์แห่งกรุงสุโขทัย ซึ่งเคยเข้ามาเป็นเจ้าผู้ครองเมืองและยังเป็นเมืองที่มีตำนานปรัมปราเรื่อง "ท้าวแสนปม" อันโด่งดัง (เรื่องศักดิ์ แสงทอง, 2553) อีกทั้งยังมีแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมแห่งอดีตความเป็นเมืองโบราณที่มีปรากฏเป็นหลักฐานทั้งซากโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปากริก พงศาวดาร ตำนาน และเอกสารต่างๆอยู่หลายแห่ง อีกทั้งยังมีโบราณสถานที่มีลักษณะโดดเด่น คือ เจดีย์ประธานทรงพุ่มข้าวบิณฑ์หรือทรงดอกบัว ศิลปะสุโขทัย ภายในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุในสภาพค่อนข้างสมบูรณ์ นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นรูปทรงขององค์เจดีย์ได้ครบถ้วนและยังมีกำแพงเมืองสามชั้น คูเมืองที่มีความงดงาม มีอายุมากกว่าพันปี อีกทั้งยังมีการแสดงละเล่นพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งรำวงพื้นบ้านวังพระธาตุ ระบำกลางบ้าน ระบำไถ่ เพลงกล่อมเด็กและเพลงแหวนาคที่ล้วนแล้วแต่มีความลึกซึ้งและน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง สะท้อนให้เห็นว่านครไตรตรึงษ์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้เป็นต้นทุนในการสร้างรายได้แก่ชุมชนและต่อยอดทางด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่อีกรูปแบบหนึ่งให้กับผู้ที่มาท่องเที่ยวยังจังหวัดกำแพงเพชร

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยว

สุวัฒน์ จูธากรณ์และจริญญา เจริญสุใส (2544 : 72) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใดที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทาง ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินงานที่จะทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวเป็นการรักษาทรัพยากรให้คงความดึงดูดใจและพัฒนาให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) อาจอยู่บนพื้นฐานของการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นลักษณะพิเศษรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงมีความหมายถึงการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ โดยมีการดำเนินงานดังนี้ (1) ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยวและนันทนาการ (2) ต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์

ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม ประชาชนต้องมีโอกาสได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ความต้องการหรือความปรารถนาของตนเองในพื้นที่ท่องเที่ยว

ด้านการท่องเที่ยวยังสามารถแบ่งระดับกิจกรรมของการท่องเที่ยวได้ 4 ประเภท ตามความต้องการการจัดการที่แตกต่างกัน ได้แก่ (1) การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์รักษาทรัพยากรให้คงไว้นานที่สุด ครอบคลุมทรัพยากรทุกประเภท เช่น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของมนุษย์ การท่องเที่ยวเหล่านี้จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) ซึ่งยังครอบคลุมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Natural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) (2) การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการศึกษาในแหล่งธรรมชาติเพื่อการรักษาระบบนิเวศโดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น ทั้งนี้อาจเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญต่อระบบนิเวศของพื้นที่นั้นๆ จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) (3) การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการันทนาการ การพักผ่อนหย่อนใจ การทัศนศึกษา การประชุมสัมมนา การติดต่อทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (4) การท่องเที่ยวที่ขัดต่อศีลธรรม จริยธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งยังคงมีแอบแฝงอยู่ในทุกส่วนหรือมีการพัฒนาอย่างถูกกฎหมายในบางพื้นที่

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2556) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 285) ได้กล่าวถึงหลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ 4 ประการ ได้แก่ (1) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวขึ้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะที่เดียวกันก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น (2) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแทนและดึงดูดชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนเอง พร้อมกับการได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายของที่ระลึก เป็นต้น (3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (4) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้านหรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและผู้คนของตนเองด้วย

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. (2558) ได้กำหนดนโยบายแนวทางการปฏิบัติงานเกี่ยวกับ "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม พร้อมกับโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่

และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชนตามคุณสมบัติ 10 ประการ ดังนี้ (1) ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each engaging the other) (2) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross - cultural engagement/ Cultural experience) (3) มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว (Spirit of place/ deep meaning/ understanding of the specific cultural of the place) (4) ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands - on experience) (5) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ ส่งผ่าน - ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange information/ transformation and transformative experiences) (6) เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More participate than observe) (7) นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co - creating tourism experience) (8) ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์รวมทั้งประสบการณ์จริง (Authentic both process and product/ genuine experience) (9) จดจำประทับใจหรือเข้าใจ (Memorable/ I hear and I forget, I see and I remember, I do and I understand) และ (10) การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Tailor - made approach)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ อันก่อให้เกิดแนวทางในการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่มีถิ่นฐานอยู่ในตำบลนครชุม 5 ปีขึ้นไป และการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

งานวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ (1) ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มาจากองค์การบริหารส่วนตำบลนครไตรตรึงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งขนาดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักมาจากผู้ที่มีถิ่นฐานอยู่อาศัยอยู่ในตำบลนครไตรตรึงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากผู้ที่มีถิ่นฐานอยู่ในตำบลนครชุม 5 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน (2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตำบลนครไตรตรึงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตร Taro Yamane ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 398.523985 หรือ 399 คน ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสุ่มแบบบังเอิญสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในตำบลนครไตรตรึงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 399 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจึงแบ่ง ออกได้เป็น 2 ประเภท คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการรวบรวมแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือในการวิจัย เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพกับผู้ให้ข้อมูลที่มีถิ่นฐานอยู่ในตำบลนครไตรตรึงษ์ โดยตลอดการสัมภาษณ์จะมีการบันทึกเสียงของ

ผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยประเภทการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยเลือกใช้ คือ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ผู้วิจัยจะกำหนดคำถามไว้ก่อนล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ (Interview Guide)

2) แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตำบลนครไตรตรึงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยเลือกใช้เครื่องมือในการวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตำบลนครชุม จำนวน 399 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นมา เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลนครชุม ผู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตำบลนครไตรตรึงษ์ ผู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตำบลนครไตรตรึงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended)

การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยให้มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยมีแนวทางดังนี้

1) นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านงานวิจัยตรวจสอบเนื้อหาของชุดคำถามว่ามีเนื้อหาในชุดคำถามครอบคลุมประเด็นที่ศึกษาวิจัย จำนวน 3 คน เพื่อหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

2) ตรวจสอบความถูกต้องของถ้อยคำหรือสำนวน เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์และมีความคุณภาพ ผู้ตอบสามารถอ่านเข้าใจได้ตรงประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการ ซึ่งจะทำให้ผลงานวิจัยเป็นที่น่าเชื่อถือมากขึ้น จากนั้นนำไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้กำหนดประเด็นที่จะศึกษาไว้เรียบร้อยแล้ว และระหว่างการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักโดยผู้วิจัยใช้วิธีการพูดคุยสอบถามเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่างๆ เพื่อให้เกิดความเป็นกันเองและสร้างความไว้วางใจ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Research) สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตำบลนครไตรตรึงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจนครบถ้วนทุกขั้นตอนจากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน โดยแบ่งแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) แบบสอบถามนักท่องเที่ยว หลังจากเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดจำนวน 399 ชุดแล้ว นำข้อมูลดิบที่ได้มาจัดกลุ่ม (Grouped Data) ให้เป็นระเบียบโดยแสดงออกเป็นลักษณะของตารางแจกแจงความถี่

2) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์จำนวน 10 คน ชาย 2 คน หญิง 7 คน แล้วนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าเชิงคุณภาพ(Triangulation)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบรายการ (Check-list) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพหาค่าความถี่แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ใช้การวิเคราะห์แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตำบลนครไตรตรึงษ์ ผู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) รวมถึงวิเคราะห์แบบสอบถามของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ คำถามแบบปลายเปิด วิเคราะห์ข้อมูลจากเนื้อหาคำตอบ (Content Analysis) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีถิ่นฐานอยู่ในตำบลนครไตรตรึงษ์ 5 ปีขึ้นไป โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

1. รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า การรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีถิ่นฐานอยู่ในตำบลนครไตรตรึงษ์ 5 ปีขึ้นไป ได้ผลการศึกษา ดังนี้ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตำบลนครไตรตรึงษ์มี 3 กิจกรรม ที่ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลตรงกัน 7 คน คือ 1) การเยี่ยมชมวัดวังพระธาตุ 2) การกราบสักการะหลวงพ่อโตหลวงพ่อเพชร 3) สักการะศาลท้าวแสนปม มี 3 กิจกรรมที่ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลตรงกัน 6 คน คือ 1) การเที่ยวชมวัดเจติยเจ็ดยอด 2) การเยี่ยมชมวัดพระปรางค์ 3) การเที่ยวชมวัดท้ายเกาะ มี 1 กิจกรรม ที่ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลตรงกัน 5 คน คือ 1) การเที่ยวชมอาหารพื้นบ้าน ผู้ให้ข้อมูลให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลนครไตรตรึงษ์ในอดีตเกี่ยวกับการแสดงพื้นบ้าน การละเล่นพื้นบ้าน

2. กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามของนักท่องเที่ยวสามารถอธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 1 ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละสถานภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยว

สถานภาพโดยทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	162	40.6
หญิง	237	59.4
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	80	20.1
20-30 ปี	163	40.9
31-40 ปี	68	17.0
41-50 ปี	45	11.2
51 ปี ขึ้นไป	43	10.8
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	52	13.0
มัธยมศึกษา	134	33.6
ปริญญาตรี	181	45.4

ปริญญาโท	31	7.8
ปริญญาเอก	1	0.2
อาชีพ		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	51	12.8
นักเรียน/นักศึกษา	177	44.4
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	37	9.2
เกษตรกร	35	8.8
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	58	14.5
รับจ้างทั่วไป	38	9.5
อื่นๆ	3	0.8
รวม	399	100

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละสถานภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิง จำนวน 237 คน เพศชาย จำนวน 162 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 163 คน รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 80 คน อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 68 คน อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 45 คน และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 43 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 181 คน รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 134 คน ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 52 คน ระดับปริญญาโท จำนวน 31 คน และระดับปริญญาเอก จำนวน 1 คน ตามลำดับผู้ตอบแบบสอบถามมี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 177 คน รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 58 คน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 51 คน มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 38 คน พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 37 คน เกษตรกร จำนวน 35 คน และอาชีพอื่นๆ จำนวน 3 คน สำหรับการจัดอันดับความนิยมของสถานที่ท่องเที่ยวที่รู้จักดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและอันดับของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จัก

สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	อันดับ
ศาลท้าวแสนปม	352	2
วัดเจติยเจ็ดยอด	256	3
วัดท้ายเกาะ	140	5
วัดวังพระธาตุ	358	1
วัดพระปรารักษ์	156	4
เรือนรัตนนา	76	7
ต้นหว่าใหญ่	100	6

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนและอันดับของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จัก พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จักเรียงอันดับได้ดังนี้ อันดับที่ 1 วัดวังพระธาตุ มีจำนวนนักท่องเที่ยวรู้จัก 358 คน อันดับ ที่ 2 ศาลท้าวแสนปม มีจำนวนนักท่องเที่ยวรู้จัก 352 คน อันดับที่ 3 วัดเจติยเจ็ดยอด มีจำนวนนักท่องเที่ยวรู้จัก 256 คนอันดับที่ 4 วัดพระปรารักษ์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวรู้จัก 156 คน อันดับที่ 5 วัดท้ายเกาะ มีจำนวนนักท่องเที่ยว รู้จัก 140 คน อันดับที่ 6 ต้นหว่าใหญ่ มีจำนวนนักท่องเที่ยวรู้จัก 100 คน และอันดับที่ 7 เรือนรัตนนา มีจำนวน นักท่องเที่ยวรู้จัก 76 คน สำหรับการจัดอันดับนักท่องเที่ยวจะเลือกทำกิจกรรมดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและอันดับของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกระทำในการเดินทางมาเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	อันดับ
กราบสักการะหลวงพ่อโตหลวงพ่อเพชร	235	2
เที่ยวชมวัดวังพระธาตุ	309	1
กราบสักการะศาลท้าวแสนปม	211	3
เยี่ยมชมวัดเจติยเจ็ดยอด	61	4
เยี่ยมชมวัดท้ายเกาะ	58	5
ชมวัดพระปรารักษ์	57	6
เที่ยวชิมอาหารพื้นบ้าน	49	7

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนและอันดับของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกระทำในการเดินทางมาเที่ยว พบว่า อันดับที่ 1 เที่ยวชมวัดวังพระธาตุ มีจำนวนนักท่องเที่ยวทำกิจกรรม 309 คน อันดับที่ 2 กราบสักการะหลวงพ่อโตหลวงพ่อเพชร มีจำนวนนักท่องเที่ยวทำกิจกรรม 235 คน อันดับที่ 3 กราบสักการะศาลท้าวแสนปม มีจำนวนนักท่องเที่ยวทำกิจกรรม 211 คน อันดับที่ 4 เยี่ยมชมวัดเจติยเจ็ดยอด มีจำนวนนักท่องเที่ยวทำกิจกรรม 61 คน อันดับที่ 5 เยี่ยมชมวัดท้ายเกาะ มีจำนวนนักท่องเที่ยวทำกิจกรรม 58 คน อันดับที่ 6 ชมวัดพระปรารักษ์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวทำกิจกรรม 57 คน และอันดับที่ 7 เที่ยวชิมอาหารพื้นบ้านมีจำนวนนักท่องเที่ยวทำกิจกรรม 49 คน สำหรับการจัดอันดับกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความนิยมสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและอันดับของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กิจกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	อันดับ
การเรียนรู้การทำอาหารพื้นบ้าน	177	1
การเรียนรู้การทำสิ่งประดิษฐ์จากธรรมชาติของชุมชน	130	4
ปั่นจักรยานท่องเที่ยวชุมชน	97	6
การเรียนรู้การแสดงเพลงพื้นบ้าน	171	2
การเรียนรู้วิถีชีวิต	143	3
การเรียนรู้การทำขนมหวานพื้นบ้าน	103	5

จากตารางที่ 4 แสดงจำนวนและอันดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวต้องการจะทำการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ อันดับที่ 1 การเรียนรู้การทำอาหารพื้นบ้าน มีจำนวนนักท่องเที่ยวต้องการ 177 คน อันดับที่ 2 การเรียนรู้การแสดงเพลงพื้นบ้าน มีจำนวนนักท่องเที่ยวต้องการ 171 คน อันดับที่ 3 การเรียนรู้วิถีชีวิต มีจำนวนนักท่องเที่ยวต้องการ 143 คน อันดับที่ 4 การเรียนรู้การทำสิ่งประดิษฐ์จากธรรมชาติของชุมชน มีจำนวนนักท่องเที่ยวต้องการ 130 คน อันดับที่ 5 การเรียนรู้การทำขนมหวานพื้นบ้าน มีจำนวนนักท่องเที่ยวต้องการ 103 คนและอันดับที่ 6 ปั่นจักรยานท่องเที่ยวชุมชน มีจำนวนนักท่องเที่ยวต้องการ 97 คน

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์และกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร โดยมีพื้นที่ในการศึกษาคือ

ชุมชนนครไตรตรึงษ์ มีการรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ (Interview) ผู้ให้ข้อมูลที่มีถิ่นฐานอยู่ในชุมชนนครไตรตรึงษ์ 5 ปี ขึ้นไป และแบบสอบถาม (Questionnaire) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนนครไตรตรึงษ์ ผู้วิจัยสรุปผล ดังนี้ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีอยู่ มี 7 กิจกรรม คือ (1) การเยี่ยมชมวัดวังพระธาตุ (2) การกราบสักการะหลวงพ่อโตหลวงพ่อเพชร (3) สักการะศาลท้าวแสนปม (4) การเที่ยวชมวัดเจติยเจ็ดยอด (5) การเยี่ยมชมวัดพระปรารค์ (6) การเที่ยวชมวัดท้ายเกาะ (7) การเที่ยวชิมอาหารพื้นบ้าน

กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนนครไตรตรึงษ์ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จักคือ วัดวังพระธาตุและศาลท้าวแสนปม กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำในการเดินทางมาเที่ยว คือ การเที่ยววัดวังพระธาตุและศาลท้าวแสนปม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวต้องการจะทำคือ การเรียนรู้การทำอาหารพื้นบ้าน การละเล่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่ารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชรนั้นเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม โดยสามารถที่จะประยุกต์รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนและชุมชนเองจะได้นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพซึ่งส่งผลดีกับชุมชนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิรันธ์ ชินโชติและคณะ (2559) โดยศึกษาเรื่องการพัฒนาตัวแบบยุทธศาสตร์การจัดการคุณภาพเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การจัดองค์ประกอบ ตัวแบบของยุทธศาสตร์การจัดการคุณภาพเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีและจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาตัวแบบยุทธศาสตร์การจัดการคุณภาพเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีพบว่ายุทธศาสตร์การจัดการคุณภาพเพื่อตัวแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งนั้นเป็นแนวทางที่สามารถช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอสวนผึ้ง โดยความร่วมมือของทุกภาคส่วน ในการส่งเสริมสินค้าหรือบริการ รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และมีคุณภาพคงรักษาไว้ซึ่งธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในเวลาเดียวกัน นำมาซึ่งแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวในกลุ่มลูกค้าคุณภาพให้สามารถมาท่องเที่ยวและเรียนรู้ สร้างความประทับใจในการท่องเที่ยว เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อชุมชน และผู้ลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้งนั้นเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยองค์ประกอบของยุทธศาสตร์ 9 องค์ประกอบ คือ PESS+DIMPE ซึ่งองค์ประกอบภายนอกเป็นองค์ประกอบการจัดการคุณภาพ ได้แก่ 1) ผลสัมฤทธิ์ 2) ประสิทธิภาพ 3) มาตรฐาน 4) ความพึงพอใจและองค์ประกอบภายใน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง ได้แก่ 5) พื้นที่ท่องเที่ยว 6) นวัตกรรม 7) บุคลากร 8) กระบวนการ 9) เศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาหาผลกระทบจากการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์
2. ควรทำการศึกษาหาแนวทางการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. เข้าถึงเมื่อ 3 มกราคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://tourism-dan1.blogspot.com/>
- ฐานเศรษฐกิจ. (2018). การท่องเที่ยว. เข้าถึงเมื่อ 3 มกราคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://www.thansettakij.com/content/298869>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปรีนธ์ ชิมโชติ และธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์. (2559). การพัฒนาตัวแบบยุทธศาสตร์การจัดการคุณภาพเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง. วารสารวิชาการ RMUTT Global Business and Economics Review. ปีที่ 11. ฉบับที่ 2. หน้า 23 - 40.
- เรืองศักดิ์ แสงทอง. (2553). เที่ยวเมืองโบราณนครไตรตรึงษ์. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.gotoknow.org/posts/372043>
- สุวัฒน์ จุฑาภรณ์ และจริญญา เจริญสุกใส. (2544). แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2558). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. เข้าถึงเมื่อ 3 มกราคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://creativetourism.circlecamp.com/index.php?page=aboutus>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2018). TAT REVIEW. เข้าถึงเมื่อ 3 มกราคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://www.tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism/>

การพัฒนาสารสนเทศออนไลน์ นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์จากงานวิจัย
ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ONLINE INFORMATION SYSTEM DEVELOPMENT FOR INNOVATION AND RESEARCH
OF KAMPHAENG-PHET RAJABHAT UNIVERSITY

พลอยพรรณ สอนสุวิทย์¹
ฉิมภิกษา ตันตีสันติสม²
สุวิษญา บัวชาติ³
อเนก หาลี⁴
สุรเชษฐ์ ขอนทอง⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์ในการจัดเก็บฐานข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลแก่ชุมชน โดยส่งเสริมการนำองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมและงานวิจัยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยไปเผยแพร่ และนำไปใช้ประโยชน์ได้ในชุมชน และประเมินความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศออนไลน์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรที่เคยพัฒนานวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ และตัวแทนของภาครัฐ/ภาคเอกชน ที่อาจใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลนี้ได้ พัฒนาระบบด้วยภาษา PHP และ MySQL โดย และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ พร้อมปรับปรุงให้ระบบเป็นไปตามที่ผู้ใช้งานต้องการ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านการพัฒนาระบบ พบว่า มีระบบสมาชิกที่สามารถลงชื่อเข้าใช้งานได้โดยอัตโนมัติ โดยใช้เทคนิค API ทำให้อำนวยความสะดวกแก่บุคลากรทุกคนในการเข้าใช้งาน และสามารถจัดการข้อมูลนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง มีหน้าส่วนตัวในการรวบรวมประวัติการทำงานนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งผู้ดูแลระบบสามารถเข้าไปจัดการข้อมูลของบุคลากรได้ทุกคนอีกด้วย ในส่วนของฐานข้อมูลและการแสดงผล จะจัดเก็บและแสดงผลแยกตามประเภทกลุ่ม Thailand 4.0 พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลสรุปในรูปแบบกราฟายงานเชิงสถิติแยกตามปี ประเภท และพื้นที่ในจังหวัดกำแพงเพชรทุกอำเภอ 2) ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในการใช้งานระบบอยู่ในระดับมากทุกด้าน สามารถส่งเสริมการนำองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมและงานวิจัยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยไปเผยแพร่ และนำไปใช้ประโยชน์ได้ในชุมชน ซึ่งการพัฒนาาระบบดังกล่าวจะช่วยให้บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรสามารถนำเสนอข้อมูลนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์รูปแบบฐานข้อมูลสารสนเทศออนไลน์ และเป็นแหล่งให้ชุมชนเข้ามาใช้งานได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: สารสนเทศ, ฐานข้อมูล, นวัตกรรม, ผลิตภัณฑ์

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร¹

สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร²

สาขาวิชาชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร³

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร⁴

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร⁵

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to develop an online information system to store database and disseminate information to the community, and 2) to promote the dissemination and application of knowledge on innovation and research of university personnel in the community. The developed system provides a way for Kamphaengphet Rajabhat University's personnel to present innovative and product information through online database format as well as an information source for the community's utilization. The results of this study indicated that 1) in terms of system development, automatic login system was provided with API technique, facilitating all personnel. The developed system could have self-management for innovative and product information and a personal page to gather history of innovation and products. The system admin could manage information of all personnel. For database and display, the system could store and display results according to Thailand 4.0 classification and the results could be presented in statistical graphs by year, type and area in all districts of Kamphaeng Phet. 2) in terms of promoting the dissemination and application of knowledge on innovation and research of university personnel in the community, the manual was prepared and trainings were organized for the community. There were representatives from both public and private sectors who were interested and internal personnel. The results of evaluating the satisfaction showed that users had high level of all aspects with the developed online information system.

Keywords: information, database, innovation, product

บทนำ

ด้วยนโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาลที่ได้สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาประเทศที่เน้นการขับเคลื่อนประเทศด้วยนวัตกรรม ใน 5 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ 1) กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ 2) กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีการแพทย์ 3) กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ 4) กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและฝังกับอุปกรณ์ต่างๆ และ 5) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (สำนักงานวิชาการ, 2559) จะเห็นได้ว่า ประเทศมีความต้องการการใช้งานนวัตกรรมในทุกๆ มิติ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในการทำให้นโยบายนี้บรรลุเป้าหมายได้ ทุกภาคส่วนทั้งภาคประชาชน ภาครัฐและภาคเอกชน จำเป็นต้องประสานร่วมมือกันในการดำเนินงาน เพื่อให้ประเทศสามารถขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจยุคใหม่ได้

ปัจจุบันของการใช้งานสารสนเทศ มีบทบาทในทุกหน่วยงานในด้านการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลร่วมกัน เช่น หากธุรกิจอาจมีการเปิดให้คู่ค้าสามารถใช้งานฐานข้อมูลสินค้าได้ หรือภาครัฐเปิดให้ประชาชนสามารถยื่นภาษีออนไลน์ได้ จึงพบว่า ในด้านการพัฒนาองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ได้กับชุมชนจึงควรมีฐานข้อมูลที่ประชาชนสามารถเข้าถึงเพื่อใช้งานสารสนเทศได้โดยง่าย เพื่อให้ในอนาคตสามารถลดการใช้ทรัพยากรที่สิ้นเปลืองและสามารถในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์ได้อย่างเท่าเทียมกัน

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เป็นส่วนหนึ่งของหน่วยงานราชการที่ได้สร้างสรรค์ และสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมในด้านต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง ด้วยความร่วมมืออันเป็นเอกภาพของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย ซึ่งจากผลลัพธ์ที่ได้พบว่า บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยได้ผลิตและพัฒนานวัตกรรมมาเป็นจำนวนมาก แต่ได้นำไปใช้เฉพาะเพียงกลุ่มตัวอย่างหรือชุมชนที่อยู่ภายใต้เครือข่ายเท่านั้น แท้จริงแล้ว นวัตกรรม

เหล่านี้อาจเป็นประโยชน์ต่อชุมชนอื่นๆ ที่มีความต้องการในการพัฒนาใกล้เคียงกันหรือสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่หลากหลายได้ หากแต่นวัตกรรมเหล่านี้ไม่ได้รับการรวบรวม เผยแพร่ออกสู่สาธารณชนเพื่อให้ผู้ที่สนใจ และผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ภาครัฐ ชุมชน หน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่น พาณิชย์จังหวัด หรือภาคเอกชน ได้รับรู้และนำไปประยุกต์ใช้กับงานของตนได้

จากปัญหาข้างต้น งานวิจัยนี้จึงได้พัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์เพื่อการเผยแพร่ฐานข้อมูลนวัตกรรมที่เป็นผลผลิตจากงานวิจัยของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย ที่ได้รับการจัดแบ่งกลุ่มตามเป้าหมายของนโยบาย Thailand 4.0 ในรูปแบบระบบฐานข้อมูลออนไลน์ จะช่วยส่งเสริมการนำนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ในการสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ให้กับภาคการผลิตและบริการ และภาคธุรกิจได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์ในการจัดเก็บฐานข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลแก่ชุมชน
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจระบบสารสนเทศออนไลน์นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์จากงานวิจัย ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร

นวัตกรรม คือ สิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อนในหน่วยงาน องค์กร ประเทศ หรือโลก และต้องสามารถนำไปใช้ได้จริง เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์ ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม หรือจิตใจ (พยับ วุฒิวรงค์, 2553) จากความหมายของนวัตกรรมข้างต้น สามารถนำมาอธิบายตามองค์ประกอบของนวัตกรรมดังต่อไปนี้

- ความใหม่ ลักษณะหนึ่งของนวัตกรรมคือ ความใหม่ คือความใหม่ในมุมมองของลูกค้า และความใหม่ในมุมมองขององค์กร. ความใหม่ในมุมมองของลูกค้าพิจารณาจากคุณลักษณะของนวัตกรรม ความเสี่ยงในการนำนวัตกรรมมาใช้ และระดับของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเชิงพฤติกรรมที่มีผลต่อลูกค้า ส่วนความใหม่ในมุมมองขององค์กร ประเด็นด้านความสอดคล้องระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น เทคโนโลยีหรือการตลาด

- ลักษณะอีกประการหนึ่งของนวัตกรรมคือ นวัตกรรมต้องใช้ประโยชน์ได้จริง ลักษณะเหล่านี้ทำให้นวัตกรรมแตกต่างจากงานประดิษฐ์ (Innovation) บางครั้งสิ่งประดิษฐ์อาจไม่สามารถประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ โดยเฉพาะมุมมองเชิงธุรกิจ ในขณะที่นวัตกรรมสามารถเพิ่มมูลค่าในผลการดำเนินงานขององค์กรได้

- ประโยชน์ที่เกิดขึ้น นวัตกรรมเกิดขึ้นในสังคมก็เพราะความพยายามของมนุษย์ที่จะแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน หรือการดำรงชีวิตให้ดีขึ้น ดังนั้น การยอมรับนวัตกรรมจึงหมายถึง การที่บุคคลได้นำเอาความรู้ ความคิดหรือวิธีการใหม่ๆ มาใช้ประปรังการประกอบอาชีพหรือการดำรงชีวิตให้ดีขึ้น สร้างให้เกิดความสบายใจ มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ หรือสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับสังคม

มิติและประเภทของนวัตกรรม

ความแตกต่างระหว่างนวัตกรรมสินค้าและนวัตกรรมกระบวนการ

- นวัตกรรมกระบวนการ เป็นเครื่องมือ และความรู้ที่ดำเนินการผ่านเทคโนโลยีโดยอยู่กึ่งกลางระหว่างปัจจัยนำเข้าและผลลัพธ์ เป็นสิ่งใหม่ในอุตสาหกรรม องค์กร หรือหน่วยงานย่อย
- นวัตกรรมสินค้า เป็นไปในทางตรงกันข้าม นวัตกรรมสินค้า เป็นผลลัพธ์หรือบริการที่ถูกแนะนำเพื่อเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ
- อัตราการนำนวัตกรรมสินค้าและนวัตกรรมกระบวนการมาใช้มีความแตกต่างกันตามขั้นตอนของการพัฒนาในอุตสาหกรรม และแตกต่างกันในมุมมองของความได้เปรียบในการแข่งขัน

ความแตกต่างระหว่างนวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไปและนวัตกรรมแบบก้าวกระโดด

- นวัตกรรมแบบก้าวกระโดด เป็นการมุ่งสู่ตลาดใหม่และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในองค์กร เป็นการสร้างความเปลี่ยนแปลงพื้นฐาน ในกิจกรรมขององค์กรหรืออุตสาหกรรม และทำให้วิธีที่มีปฏิบัติอยู่เดิมหายไป
 - นวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไป เป็นไปในทางตรงกันข้าม นวัตกรรมแบบนี้จะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย ซึ่งเกิดจากการพัฒนาความรู้ใหม่ ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างง่ายในวิธีปฏิบัติอยู่เดิม
- ความแตกต่างระหว่างนวัตกรรมเชิงเทคนิค และนวัตกรรมเชิงบริหาร
- นวัตกรรมเชิงเทคนิค รวมถึงสินค้า บริการ และเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีความสัมพันธ์กันโดยตรงต่อกิจกรรมพื้นฐานขององค์กร
 - นวัตกรรมเชิงบริหาร เกี่ยวข้องกับโครงสร้างองค์กร และทรัพยากรมนุษย์ นวัตกรรมเหล่านี้มีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับกิจกรรมพื้นฐานขององค์กรและการมีความสัมพันธ์ทางตรงกับการบริหารจัดการ

วงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle) หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการในการพัฒนาระบบงาน ซึ่งมีจุดเริ่มต้นในการทำงานและจุดสิ้นสุดของการปฏิบัติงาน (กิริติ นวลละออง, 2555) แบ่งกระบวนการออกเป็นระยะ (Phase) ได้แก่ (กิตติ ภัคดิวัฒน์กุล, 2551, หน้า 20)

การวางแผน (Planning) จัดเป็นกระบวนการพื้นฐานบนความเข้าใจอย่างถ่องแท้ว่า ทำไม (Why) ต้องสร้างระบบใหม่ ทีมงานต้องพิจารณาว่าจะต้องดำเนินการต่อไปอย่างไรเกี่ยวกับกระบวนการสร้างระบบใหม่

การวิเคราะห์ (Analysis Phase) วัตถุประสงค์หลักของระยะการวิเคราะห์ก็คือ จะต้องศึกษาและทำความเข้าใจในความต้องการต่างๆที่ได้รับรวบรวมมา ดังนั้น การรวบรวมความต้องการ (Requirements Gathering) จึงจัดเป็นงานส่วนพื้นฐานของการวิเคราะห์ โดยข้อมูลความต้องการเหล่านี้ นักวิเคราะห์ระบบจะนำมาวิเคราะห์เพื่อที่จะประเมินว่าควรมีอะไรบ้างที่ระบบใหม่ต้องดำเนินการ

การออกแบบ (Design Phase) ระยะการออกแบบเป็นการพิจารณาว่า ระบบจะดำเนินการไปได้อย่างไร (How) ซึ่งข้องเกี่ยวกับยุทธวิธีการออกแบบที่ว่าด้วยการตัดสินใจว่าจะพัฒนาระบบใหม่ด้วยแนวทางใด จะข้องเกี่ยวกับการออกแบบทางสถาปัตยกรรมระบบ (Architecture Design) ที่ข้องเกี่ยวกับอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และเครือข่าย, การออกแบบรายงาน (Output Design) การออกแบบจอภาพเพื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ (User Interface), การออกแบบผังงานระบบ (System Flowchart) ซึ่งรวมถึงรายละเอียดโปรแกรม (Specific Programs), ฐานข้อมูล (Databases)

การพัฒนาและติดตั้ง (Implementation Phase) จะทำให้ระบบเกิดผลขึ้นมาด้วยการสร้างระบบ ทดสอบระบบ และการติดตั้งระบบ โดยวัตถุประสงค์หลักของกิจกรรมในระยะนี้ ไม่ใช่เพียงแค่ความน่าเชื่อถือของระบบหรือระบบต้องสามารถทำงานได้ดีเพียงเท่านั้น แต่ต้องมั่นใจว่าผู้ใช้ระบบต้องได้รับการฝึกอบรมเพื่อใช้งานระบบและความคาดหวังในองค์กรที่ต้องการผลตอบแทนในด้านดีกับการใช้ระบบใหม่

และการบำรุงรักษา (Maintenance Phase) ระยะนี้จะใช้เวลายาวนานที่สุดเมื่อเทียบกับระยะอื่นๆ ที่ผ่านมา เนื่องจากระบบจะต้องได้รับการบำรุงรักษาตลอดระยะเวลาที่มีการใช้ระบบ อาจทำการเพิ่มเติมคุณสมบัติระบบให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น รวมถึงการแก้ไขปรับปรุงโปรแกรม ในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดที่เพิ่งค้นพบ

5 ระยะที่กล่าวมา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พารุณี ยิ้มสบาย (2550) ได้ศึกษาการพัฒนาระบบฐานข้อมูลงานวิจัยนิสิตแพทย์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ เพื่อให้ได้ระบบสืบค้นฐานข้อมูลงานวิจัยของนิสิตแพทย์ที่มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็วในการสืบค้นผ่านอินเทอร์เน็ต และลดการสูญหาย อันเนื่องมาจากมีงานวิจัยปริมาณมาก. งานวิจัยนี้ได้พัฒนาจากภาษา PHP และ MySQL ผลการวิจัยพบว่า เมื่อประเมินความพึงพอใจของผู้นิสิตแพทย์ชั้นปีที่ 4 จำนวน 167 คน มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับดี และเป็นระบบฐานข้อมูลที่เหมาะสมต่อการใช้งาน

อุดม จินประดับ และคณะ (2555) ได้ศึกษาการพัฒนากระบวนการตรวจสอบภายในของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยงานวิจัยนี้ได้พัฒนาระบบฐานข้อมูลการตรวจสอบภายในและนำเสนอเป็นรายงานในรูปแบบสารสนเทศให้กับผู้บริหาร. การพัฒนาระบบฐานข้อมูลได้ใช้ Microsoft SQL Server ผลการวิจัยพบว่า ระบบฐานข้อมูลที่พัฒนาช่วยให้การตรวจสอบภายในของกระทรวง มีขั้นตอนที่ชัดเจน ผู้ที่มีหน้าที่ตรวจสอบสามารถรายงานผลในประเด็นต่างๆได้ครบถ้วน รวดเร็ว มีผลประเมินความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก

รัชฎา ชั้นทอง มณเฑียร รัตนศิริวงศ์กุล และ มาลีรัตน์ โสทานิล (2558) ได้ศึกษาการพัฒนากระบวนการสารสนเทศเพื่อติดตามยอดเงินค้างชำระโดยวิธีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยงานวิจัยนี้เป็นโปรแกรมช่วยในการติดตามยอดค้างชำระ ซึ่งจะอำนวยความสะดวกให้กับฝ่ายบัญชี ฝ่ายขาย และผู้บริหาร ในการตรวจสอบ อันจะเป็นการประหยัดเวลาและสะดวกในการติดตามลูกค้ามากขึ้น. การพัฒนาระบบได้ใช้ PHP และ MySQL เป็นระบบจัดการฐานข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ระบบสารสนเทศช่วยติดตามยอดเงินค้างชำระได้สะดวกรวดเร็ว เหมาะสมแก่การใช้งานจริง มีผลประเมินความพึงพอใจเท่ากับ 4.25 อยู่ระดับดี

วิชา นิยมพลี และคณะ (2555) ได้ศึกษาการออกแบบและพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อการบริหารและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโคกโคเฒ่า อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยผู้วิจัยได้พัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านองค์ความรู้ งานวิจัยของชุมชน และกิจกรรมต่างๆของตำบลโคกโคเฒ่า ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้ตำบลมีระบบประมวลผลข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนได้. งานวิจัยนี้ได้พัฒนาระบบด้วย PHP และ MySQL ผลการวิจัยพบว่า เมื่อมีระบบฐานข้อมูลทำให้ตำบลโคกโคเฒ่าเป็นที่รู้จักมากขึ้น มีการใช้งานที่ง่าย และช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งได้ มีผลประเมินความพึงพอใจโดยรวมเป็น 3.97 อยู่ในระดับมาก

กรชนก ทัพโยธา และ พยุง มีสัจ (2555) ได้ศึกษาการพัฒนากระบวนการสารสนเทศเพื่อการวางแผนและงบประมาณ กรณีศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอี่ยมละออ โดยผู้วิจัยได้พัฒนาระบบที่ช่วยบริหารจัดการด้านงบประมาณของวิทยาลัยในแต่ละปีงบประมาณ เพื่อให้ผู้บริหารสามารถใช้วิเคราะห์และตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานตามแผนได้ประจำปีงบประมาณ ซึ่งระบบนี้พัฒนาโดยใช้ MySQL ในการจัดการฐานข้อมูล และพัฒนาเป็น Web Application เพื่อให้การใช้งานสะดวก รวดเร็ว และใช้งานง่าย. ผลการวิจัยพบว่า ระบบสามารถนำเสนอรายงานการติดตามการใช้งบประมาณให้ผู้บริหารได้อย่างถูกต้อง สะดวก มีผลประเมินความพึงพอใจเป็น 3.71 อยู่ในระดับดี

จิรศักดิ์ คนเจน ศุภพร ไทยภักดี และสกวรัตน์ จงพัฒนากร ได้ศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศสำหรับการขึ้นทะเบียนเกษตรกรกับเว็บไซต์ โดยงานวิจัยนี้ได้พัฒนาระบบฐานข้อมูลการขึ้นทะเบียนเกษตรกรบนเว็บไซต์ เกี่ยวกับข้อมูลประวัติเกษตรกร ข้อมูลการเพาะปลูกข้าว พืชไร่ พืชผัก เป็นต้น เพื่อให้เป็นระบบที่สามารถลงทะเบียนประวัติและจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลในการนำไปใช้ประโยชน์กับงานอื่นๆได้จริง. การพัฒนาระบบได้พัฒนาด้วย PHP และ MySQL ในการจัดเก็บฐานข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ฐานข้อมูลสามารถใช้งานได้จริง และมีประสิทธิภาพ เนื้อหาในระบบมีความเข้าใจง่าย หน้าจอสวยงามและสะดวกในการเข้าใช้ มีผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ระเบียบวิธีวิจัย

1. เครื่องมือการวิจัย

1.1 เครื่องมือในการพัฒนาระบบ

ด้านซอฟต์แวร์ ได้แก่ Microsoft Windows 10, Microsoft Office 2013, Adobe Dreamweaver Cs, 6Adobe Photoshop Cs6, Sublime Text 3 และ XAMPP Control
ด้านฮาร์ดแวร์

CPU : Intel(R) Core(TM) i6006-3U CPU 2.00GHz 1.99GHz

M/B : ความเร็ว 2.0 GHz, 3 MB L3 Cache

VGA : Intel HD Graphics 620
HDD : 500GB
RAM : 4.00GB (3.90GB usable)

1.2 แบบสอบถามความพึงพอใจ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วน 5 ระดับ

2. กลุ่มเป้าหมาย

2.1 ประชากรเป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ที่เคยทำวิจัย หรือพัฒนานวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์กับมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำนวน 15 คน ซึ่งทุกคนเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ในช่วงระยะเวลา 5 ปี ย้อนหลัง คิดเป็นร้อยละ 100

2.2 ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ที่อาจใช้ประโยชน์จากระบบสารสนเทศออนไลน์ได้ โดยเลือกแบบเจาะจงจากภาครัฐและภาคเอกชนที่เคยสอบถามและร้องขอข้อมูลกับทางมหาวิทยาลัย

3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ให้ระบุขั้นตอน หรือระยะที่ดำเนินการวิจัยเป็นข้อๆ ตามลำดับการวิจัย ในขั้นตอนการวิจัยจะดำเนินการตามกระบวนการ SDLC ดังต่อไปนี้

3.1 การวางแผน : จะเก็บรวบรวมความต้องการระบบใหม่ จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวมข้อมูลนวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ จากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบใหม่ร่วมกัน และวางแผนในการพัฒนาระบบทุกขั้นตอน

3.2 การวิเคราะห์ : เมื่อได้แผนในการพัฒนาระบบ และความต้องการระบบใหม่แล้ว จะสำรวจจากเอกสารเก่า ปัญหาที่เคยพบ การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานระบบ แล้วจึงวิเคราะห์ระบบใหม่ด้วยการสร้างแผนภาพกระแสข้อมูล (Data flow Diagram) ระบุกระบวนการทั้งหมดที่จะเป็นขั้นตอนของการใช้ซอฟต์แวร์และฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

3.3 การออกแบบ : ออกแบบสถาปัตยกรรมของระบบ ส่วนประสานกับผู้ใช้ (User Interface) รายละเอียดของฐานข้อมูล และออกแบบโปรแกรม

3.4 การพัฒนาและติดตั้ง : ขั้นตอนนี้ จะพัฒนาระบบ มีการทดสอบข้อผิดพลาดของระบบจนระบบเสร็จสมบูรณ์ แล้วจึงย้ายไปติดตั้งยังสภาพแวดล้อมจริง ได้แก่ บนเครื่องแม่ข่ายเว็บไซต์ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เมื่อมีการออนไลน์จริง จึงได้ให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาทดสอบใช้งานและประเมินความพึงพอใจในการใช้งานระบบ เพื่อประเมินคะแนนและรับข้อเสนอแนะในการแก้ไขและพัฒนา

3.5 การบำรุงรักษา : เมื่อได้รับคะแนนประเมินและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา จึงได้มีการปรับแก้ระบบในส่วนต่างๆที่ผู้ใช้งานแนะนำ ตามความเหมาะสมเพื่อให้ได้ระบบที่เหมาะสมและพร้อมใช้งานจริงมากที่สุดต่อไป

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจระบบ มีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ซึ่ง 5 = มากที่สุด และ 1 = น้อยที่สุด การสรุปผลการประเมิน เมื่อได้ค่าเฉลี่ยของคะแนนแต่ละข้อแล้ว นำมาเทียบกับเกณฑ์การ ประเมินผล ซึ่งมีการแปลผลตามระดับค่าเฉลี่ยจากอันตรภาคชั้น \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนน และ $S.D.$ แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยสูงกว่า 4.50	นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49	นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 1.50	นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

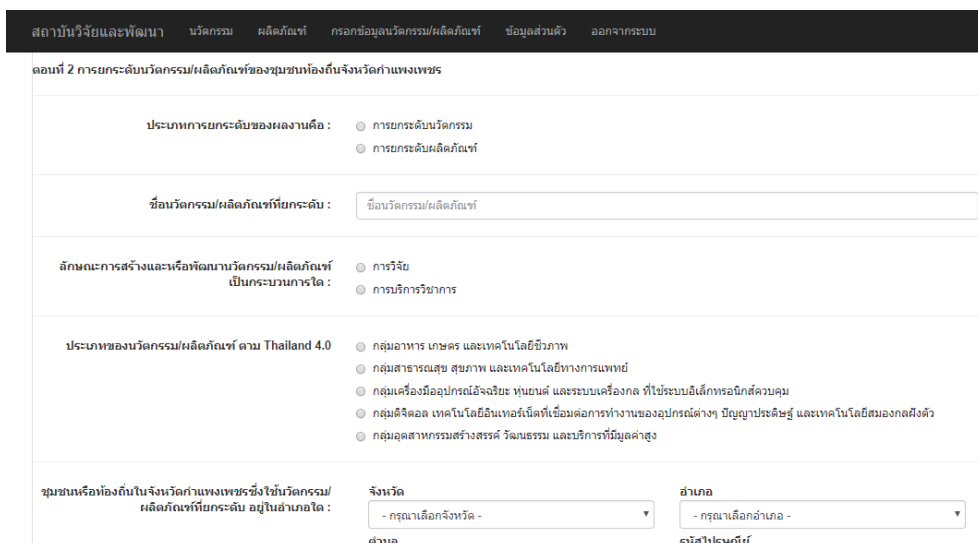
1. ผลการพัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์เรื่อง นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์จากงานวิจัย ของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาระบบเสร็จสิ้น ได้ระบบที่พัฒนาแล้ว แสดงดังภาพที่ 1 มีที่อยู่ URL: https://research.kpru.ac.th/innovation_new2/



ภาพที่ 1 แสดงหน้าแรกของระบบสารสนเทศออนไลน์นวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์

จากภาพที่ 1 ระบบจะสามารถลงชื่อเข้าใช้งานด้วยสิทธิ์การใช้งานบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรได้ทุกคนโดยอัตโนมัติ ด้วยเทคนิคการพัฒนาโปรแกรมแบบ API ซึ่งจะช่วยลดขั้นตอนการสมัครสมาชิกก่อนเข้าใช้งานได้ หากลงชื่อเข้าใช้แล้ว จะพบหน้าจอในการกรอกข้อมูลนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีรายละเอียดที่สำคัญในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 แสดงดังภาพที่ 2 และภาพที่ 3 (ส่วนที่ 1 เป็นการดึงข้อมูลส่วนตัวไม่สามารถแก้ไขได้)



ภาพที่ 2 ส่วนของการกรอกข้อมูลนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ส่วนที่ 2

ชุมชนหรือท้องถิ่นที่ให้บริการ/ผลิตภัณฑ์ที่ยกระดับ ชื่อชุมชนอะไร :	<input type="text" value="ชื่อชุมชนที่ยกระดับ"/>
ข้อมูลรายละเอียดโดยสรุปเกี่ยวกับนวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ที่ยกระดับ อย่างไรก็ดีโปรดแนบไฟล์รูปภาพนวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์หรือไฟล์เอกสารข้อมูลรายละเอียดที่สำคัญ :	<input type="button" value="Choose file"/> No file chosen
ผลของการใช้นวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ที่ยกระดับซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงของชุมชนในทางที่ดีขึ้นอย่างชัดเจนได้แก่ด้านใด และเปลี่ยนแปลงอย่างไร(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) :	<p>1.ด้านเศรษฐกิจ มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ : <input type="text" value="ด้านเศรษฐกิจ"/></p> <p>2.ด้านสังคม มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ : <input type="text" value="ด้านสังคม"/></p> <p>3.ด้านการเมือง มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ : <input type="text" value="ด้านการเมือง"/></p> <p>4.ด้านการปกครอง มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ : <input type="text" value="ด้านการปกครอง"/></p>
ชื่อเรื่อง นวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ที่กำลังยกระดับโดยการวิจัยหรือการบริการวิชาการ :	<input type="text"/>

ภาพที่ 3 ส่วนของการกรอกข้อมูลนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ส่วนที่ 3

ข้อมูลนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ ที่กรอกเข้าในระบบจะแสดงในหน้าประวัติส่วนตัวของผู้ใช้งาน ซึ่งสามารถจัดการ เพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลได้เองทั้งหมด แสดงตัวอย่างหน้าส่วนตัวแสดงประวัติข้อมูลนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 4

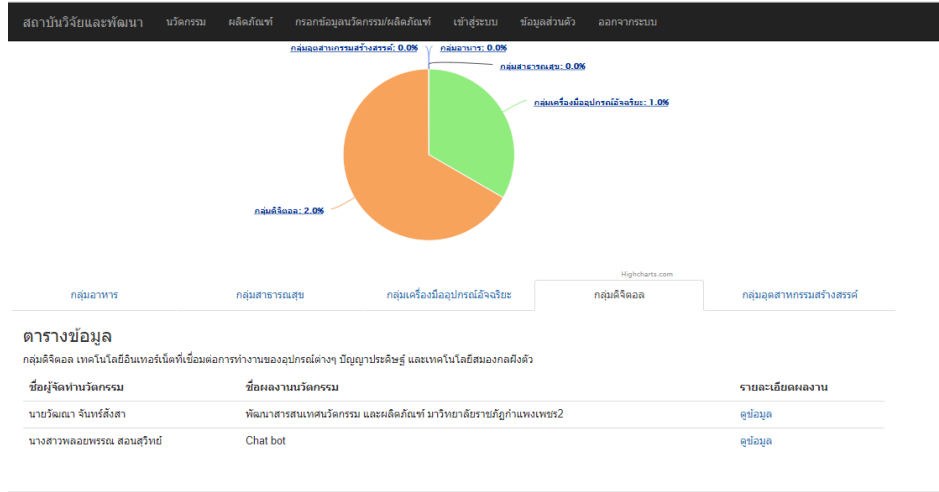
สถาบันวิจัยและพัฒนา						
นวัตกรรม		ผลิตภัณฑ์		กรอกข้อมูลนวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์		
เข้าสู่ระบบ						
ข้อมูลส่วนตัว						
ออกจากระบบ						
ข้อมูลนวัตกรรม						
ที่	ชื่อ	ชื่อผลงาน	ปี พ.ศ.	แก้ไข	ลบ	
1	นายวัฒนา จันทร์สิงสา	พัฒนาสารสนเทศนวัตกรรม และผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร2	2561	<input type="button" value="แก้ไข"/>	<input type="button" value="ลบ"/>	
2	นางสาวพลอยพรรณ สอนสุวิทย์	Chat bot	2561	<input type="button" value="แก้ไข"/>	<input type="button" value="ลบ"/>	
1						
ข้อมูลผลิตภัณฑ์						
ที่	ชื่อ	ชื่อผลงาน	ปี พ.ศ.	แก้ไข	ลบ	
1	นายอนุชา พวงผกา	การพัฒนาฐานข้อมูลและแผนที่ท่องเที่ยวชุมชน ตำบลคลองลานพัฒนา อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร	2561	<input type="button" value="แก้ไข"/>	<input type="button" value="ลบ"/>	
1						

ภาพที่ 4 หน้าส่วนตัวแสดงประวัติข้อมูลนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์

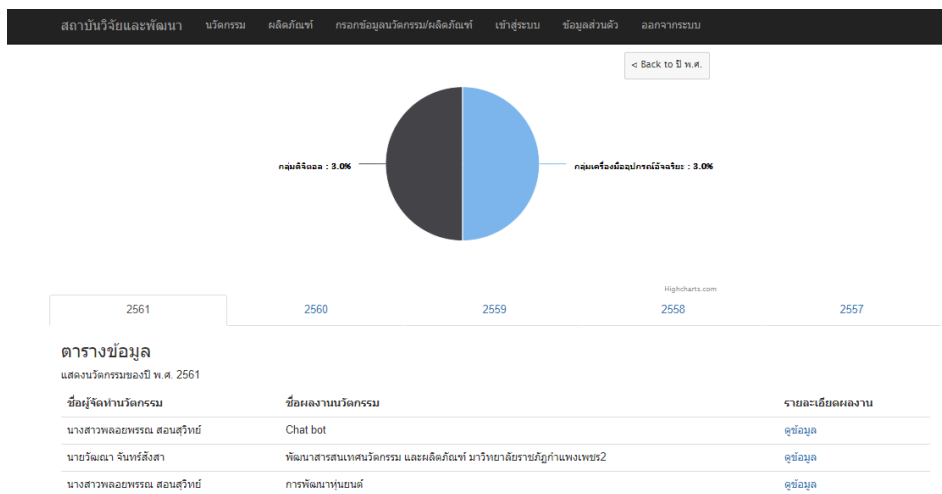
เจ้าของประวัติเท่านั้น จึงจะสามารถเข้าถึงหน้าส่วนตัวแสดงประวัติข้อมูลนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้งานอื่น ๆ ไม่สามารถละเมิดสิทธิการเข้าใช้ได้ ยกเว้นผู้ดูแลระบบเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงหน้าส่วนตัวเพื่อจัดการข้อมูลนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ได้ทุกคน เพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับการใช้งานข้อมูลในอนาคต

ระบบจะสามารถแสดงรายงานข้อมูลสรุปในรูปแบบกราฟ แยกตามประเภทของกลุ่ม Thailand 4.0 แยกตามปี และแยกตามพื้นที่อำเภอในจังหวัดกำแพงเพชร สามารถคลิกเลือกดูข้อมูลสรุปของแต่ละนวัตกรรม/ กิจกรรม

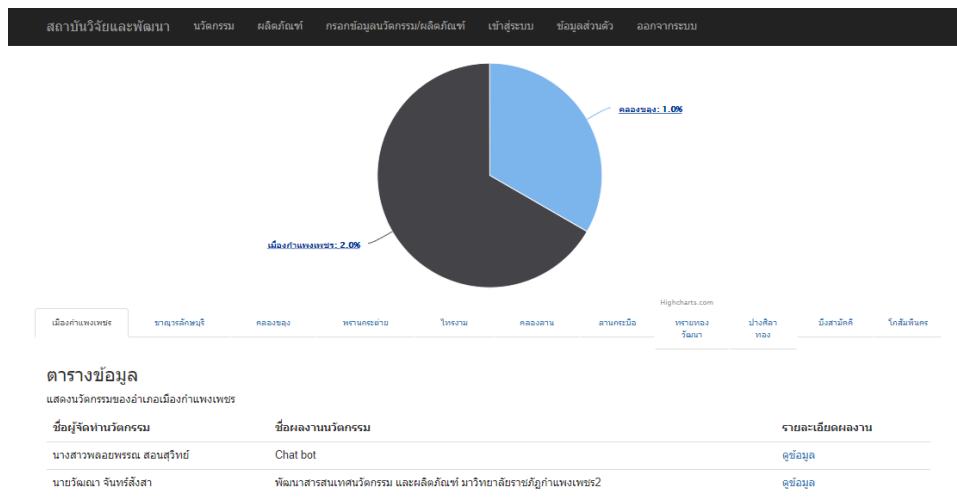
ได้ พร้อมทั้งหากคลิกเลือกกราฟในบริเวณข้อมูลสรุปใดๆ จะสามารถ Drill down ดูข้อมูลรายละเอียดเชิงลึกได้อีกด้วย แสดงดังภาพที่ 5-7



ภาพที่ 5 แสดงข้อมูลสรุปแยกตามกลุ่ม



ภาพที่ 6 แสดงข้อมูลสรุปแยกตามปี



ภาพที่ 7 แสดงข้อมูลสรุปแยกตามพื้นที่

2. ผลการทดลองใช้ระบบสารสนเทศออนไลน์เรื่อง นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์จากงานวิจัย ของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้ระบบสารสนเทศออนไลน์ นวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น จากบุคลากรภายใน มหาวิทยาลัยสายวิชาการ และสายสนับสนุน จำนวน 15 คน และจากผู้ประเมินภายนอกจากหน่วยงาน/ ร้านค้า ในชุมชน จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ เทศบาลปากดง ร้านไถ่ย่างเขาสวนกวาง ร้านขายผ้าปูที่นอน ได้ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ แสดงดังตารางที่ 1

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ของบุคลากร

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	2	20
- หญิง	8	80
สถานภาพผู้ตอบ		
- อาจารย์	6	60
- เจ้าหน้าที่	4	40
หน่วยงานที่สังกัด		
- คณะวิทยาการจัดการ	4	40
- คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	1	10
- บัณฑิตวิทยาลัย	3	30
- สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ	2	20
รวม	10	100

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์สารสนเทศออนไลน์ นวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 2 แสดงความพึงพอใจด้านเนื้อหา ของบุคลากร

ข้อมูลทั่วไป	\bar{x}	<i>S. D.</i>	ความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหา			
1.1 มีความชัดเจนในการแสดงข้อมูล	4.20	0.60	ระดับมาก
1.2 การแยกหมวดหมู่ มีความเหมาะสม ตามหมวดหมู่ Thailand 4.0	4.40	0.66	ระดับมาก
4.0	4.00	0.98	ระดับมาก
1.3 การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจ	3.90	0.83	ระดับมาก
1.4 ข้อความระบบสารสนเทศถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์			
เฉลี่ย	4.18	0.77	ระดับมาก

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจด้าน การแยกหมวดหมู่ มีความเหมาะสม ตามหมวดหมู่ Thailand 4.0 เป็น 4.4 อยู่ในระดับมาก และด้านข้อความระบบสารสนเทศถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์ มีค่าต่ำสุด เป็น 3.9

ตารางที่ 3 แสดงความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ ของบุคลากร

ข้อมูลทั่วไป	\bar{x}	<i>S. D.</i>	ความพึงพอใจ
ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์			
2.1 การจัดรูปแบบในระบบ ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	4.10	0.54	ระดับมาก
2.2 หน้าระบบมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ	4.10	0.94	ระดับมาก
2.3 สีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.60	0.66	ระดับมาก
2.4 สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	3.90	0.94	ระดับมาก
2.5 ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร มีความสวยงามและอ่านได้ง่าย	3.80	0.60	ระดับมาก
เฉลี่ย	4.10	0.74	ระดับมาก

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจ ด้านสีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม มีค่าสูงที่สุดเป็น 4.6 อยู่ในระดับมาก และด้านขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร มีความสวยงามและอ่านได้ มีค่าต่ำสุด เป็น 3.8

ตารางที่ 4 แสดงความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้ ของบุคลากร

ข้อมูลทั่วไป	\bar{x}	<i>S. D.</i>	ความพึงพอใจ
ด้านประโยชน์และการนำไปใช้			
3.1 อำนวยความสะดวกในการนำข้อมูลเข้าสู่ระบบ และสามารถแสดงผลในรูปแบบข้อมูลสรุปได้	4.00	1.10	ระดับมาก
3.2 เป็นสื่อในการเผยแพร่ นวัตกรรม และผลิตภัณฑ์ ให้กับผู้ที่สนใจได้	4.20	1.17	ระดับมาก
3.3 สามารถเป็นแหล่งรวบรวมความรู้ได้	4.50	0.92	ระดับมาก
3.4 เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน	4.10	0.94	ระดับมาก
เฉลี่ย	4.20	1.03	ระดับมาก

จากตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจ ด้านเป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน มีค่าสูงสุดเป็น 4.5 อยู่ในระดับมาก และอำนวยความสะดวกในการนำข้อมูลเข้าสู่ระบบ และสามารถแสดงผลในรูปแบบข้อมูลสรุปได้ มีค่าต่ำสุด เป็น 4.0

ตารางที่ 5 แสดงความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพ และความปลอดภัยของฐานข้อมูลระบบสารสนเทศ ของบุคลากร

ข้อมูลทั่วไป	\bar{x}	S. D.	ความพึงพอใจ
ด้านประสิทธิภาพ และความปลอดภัยของฐานข้อมูลระบบสารสนเทศ			
4.1. ระบบใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน			
	3.80	0.4	ระดับมาก
4.2. ค้นหาหรือเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ในเวลาอันสั้น			
	4.40	1.02	ระดับมาก
4.3. ประสิทธิภาพ / ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ			
	4.30	1.00	ระดับมาก
4.4 ข้อมูลมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ			
	4.00	1.00	ระดับมาก
4.5. มีการจัดการระดับความปลอดภัย หรือกำหนดสิทธิในการเข้าถึงข้อมูล			
	4.50	0.67	ระดับมาก
เฉลี่ย			
	4.20	0.82	ระดับมาก

จากตารางที่ 5 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านมีการจัดการระดับความปลอดภัย หรือกำหนดสิทธิในการเข้าถึงข้อมูล มีค่าสูงสุดเป็น 4.5 อยู่ในระดับมาก และค้นหาหรือเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ในเวลาอันสั้น มีค่าต่ำสุด เป็น 3.8

ผลประเมินความพึงพอใจของบุคลากรภายนอกต่อการใช้บริการสารสนเทศออนไลน์ นวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ของชุมชน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
- หญิง	4	80
- ชาย	1	20
ชื่อหน่วยงาน/ ร้านค้า ที่ประเมิน		
1. เทศบาลปากดง	3	60
2. ร้านไถ่ย่างเขาสวนกวาง	1	20
3. เกษตรกร เจ้าของสวนผลไม้	1	20
พื้นที่		
	จังหวัดกำแพงเพชร	100
รวม	5	100

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์สารสนเทศออนไลน์ นวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์
ตารางที่ 7 แสดงความพึงพอใจด้านเนื้อหาของชุมชน

ข้อมูลทั่วไป	\bar{x}	<i>S. D.</i>	การแปลผลความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหา			
1.1 มีความชัดเจนในการแสดงข้อมูล ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	3.80	0.75	ระดับมาก
1.2 การแยกหมวดหมู่ มีความเหมาะสม น่าสนใจ	3.60	0.79	ระดับมาก
1.3 การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจ	3.80	0.75	ระดับมาก
1.4 ข้อความระบบสารสนเทศถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์			ระดับมาก
เฉลี่ย	3.75	0.76	ระดับมาก

จากตารางที่ 7 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเนื้อหาของชุมชน พบว่า ด้านมีความชัดเจนในการแสดงข้อมูล ถูกต้อง น่าเชื่อถือ ด้านจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจ และด้านข้อความระบบสารสนเทศถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์ มีค่าสูงที่สุดเป็น 3.8 อยู่ในระดับมาก และการแยกหมวดหมู่ มีความเหมาะสม น่าสนใจ มีค่าต่ำสุด เป็น 3.6

ตารางที่ 8 แสดงความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ ของชุมชน

ข้อมูลทั่วไป	\bar{x}	<i>S. D.</i>	การแปลผลความพึงพอใจ
ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์			
2.1 การจัดรูปแบบในระบบ ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	4.20	0.75	ระดับมาก
2.2 หน้าระบบมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ	4.20	0.75	ระดับมาก
2.3 สีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.40	0.80	ระดับมาก
2.4 สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	4.40	0.49	ระดับมาก
2.5 ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร มีความสวยงามและอ่านได้ง่าย	4.40	0.49	ระดับมาก
เฉลี่ย	4.10	0.66	ระดับมาก

จากตารางที่ 8 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม ด้านสีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน และด้านขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร มีความสวยงามและอ่านได้ง่าย พบว่า มีค่าสูงที่สุดเป็น 4.4 อยู่ในระดับมาก และการจัดรูปแบบในระบบ ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน และด้านหน้าระบบมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ มีค่าต่ำสุด เป็น 4.2

ตารางที่ 9 แสดงความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้ ของชุมชน

ข้อมูลทั่วไป	\bar{x}	<i>S. D.</i>	การแปลผลความพึงพอใจ
ด้านประโยชน์และการนำไปใช้			
3.1 อำนวยความสะดวกในการนำเสนอข้อมูลนวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ที่สนใจได้	4.40	0.49	ระดับมาก
3.2 ค้นหาข้อมูลได้ง่าย ตามประเภทของ Thailand 4.0	4.40	0.49	ระดับมาก
3.3 เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน	4.20	0.75	ระดับมาก
	4.40	0.80	ระดับมาก

ข้อมูลทั่วไป	\bar{x}	<i>S.D.</i>	การแปลผลความพึงพอใจ
3.4 ข้อมูลสรุปมีความชัดเจน สามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับชุมชนได้			
เฉลี่ย	4.35	0.63	ระดับมาก

จากตารางที่ 9 ผลการประเมินความพึงพอใจด้าน อำนวยความสะดวกในการนำเสนอข้อมูลนวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ที่สนใจได้ ด้านค้นหาข้อมูลได้ง่าย ตามประเภทของ Thailand 4.0 และด้านข้อมูลสรุปมีความชัดเจน สามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับชุมชนได้ พบว่า มีค่าสูงที่สุดเป็น 4.4 อยู่ในระดับมาก และด้านเป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน มีค่าต่ำสุด เป็น 4.2

ตารางที่ 10 แสดงความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพ และความปลอดภัยของฐานข้อมูลระบบสารสนเทศ ของชุมชน

ข้อมูลทั่วไป	\bar{x}	<i>S.D.</i>	การแปลผลความพึงพอใจ
ด้านประสิทธิภาพ และความปลอดภัยของฐานข้อมูลระบบสารสนเทศ			
4.1. ระบบใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน	3.60	0.80	ระดับมาก
4.2. สามารถค้นหาหรือเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ในเวลาอันสั้น	4.00	0.89	ระดับมาก
4.3. ประสิทธิภาพ / ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ	4.20	0.75	ระดับมาก
4.4 มีการกำหนดสิทธิในการเข้าใช้งาน	4.40	0.49	ระดับมาก
4.5. ข้อมูลมีความถูกต้อง			
เฉลี่ย	4.10	0.82	ระดับมาก

จากตารางที่ 10 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านข้อมูลมีความถูกต้อง พบว่า มีค่าสูงที่สุดเป็น 4.40 อยู่ในระดับมาก และสามารถค้นหาหรือเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ในเวลาอันสั้น มีค่าต่ำสุด เป็น 3.60

อภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย แยกตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ด้านการพัฒนาสารสนเทศออนไลน์ในการจัดเก็บฐานข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลแก่ชุมชน

1) การสร้างแผนภาพกระแสข้อมูล

ความสัมพันธ์ของแผนภาพกระแสข้อมูล ประกอบด้วย 2 กระบวนการหลักได้แก่

- กระบวนการที่ 1 เป็นระบบสมาชิก ระบบจะสามารถเชื่อมต่อข้อมูลสมาชิกของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรทุกคน ด้วยเทคนิค API

- กระบวนการที่ 2 เป็นระบบจัดการนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ เมื่อบุคลากรลงชื่อเข้าใช้ระบบแล้ว บุคลากรจะสามารถเพื่อเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ ที่มีในระบบได้ พร้อมทั้งมีหน้าจอส่วนตัวแสดงรายการข้อมูลนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมด นอกจากนี้ ผู้ดูแลระบบสามารถแก้ไข และลบข้อมูลนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ของบุคลากรทุกคนได้ ในกรณีที่มีการกรอกผิดพลาดหรือข้อมูลไม่ถูกต้อง

2) การออกแบบฐานข้อมูล

แฟ้มตารางภายในระบบ ประกอบไปด้วย ข้อมูลผู้ดูแลระบบ ข้อมูลผู้ใช้งาน ข้อมูลอำเภอ ข้อมูลกระบวนการ ข้อมูลประเภทผลงาน และข้อมูลกลุ่มตาม Thailand 4.0

3) การออกแบบหน้าจอการใช้งาน

แบ่งออกเป็น การออกแบบส่วนนำเข้าข้อมูล การออกแบบส่วนนำออกข้อมูล และการออกแบบกราฟรายงาน

4) การพัฒนาระบบ

พัฒนาด้วยภาษา PHP และ MySQL และได้นำเทคนิคการพัฒนาโค้ดด้วย CSS มาช่วยออกแบบซึ่งระบบปฏิบัติการของเครื่องแม่ข่ายเป็น Window Server 2012 เป็นเครื่องของสถาบันวิจัยและพัฒนา ที่อยู่ https://research.kpru.ac.th/innovation_new2/

5) การประเมินความพึงพอใจผู้ใช้งาน

หลังจากพัฒนาเสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้สร้างแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่เป็นบุคลากรภายใน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำนวน 10 คน และผู้ประเมินภายนอกจากชุมชน ซึ่งเป็นตัวแทนของภาครัฐ และภาคเอกชน จำนวน 3 หน่วย 5 คน ผลประเมินความพึงพอใจพบว่า มีค่าความพึงพอใจร้อยละ xxx

2. ด้านการส่งเสริมการนำองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมและงานวิจัยของบุคลากรในมหาวิทยาลัย ไปเผยแพร่และนำไปใช้ประโยชน์ได้ในชุมชน

ผู้วิจัย ได้นำระบบไปเผยแพร่ต่อชุมชนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อนำเสนอการใช้งานสารสนเทศออนไลน์ พร้อมทดสอบใช้งาน และประเมินความพึงพอใจระบบ ซึ่งในอนาคตที่มีข้อมูลนวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ของบุคลากรเพิ่มขึ้น อาจเกิดการเรียกเข้าดูข้อมูลจากระบบเพิ่มขึ้นได้ และจะเผยแพร่คู่มือการใช้งาน วั้หน้าแรกของระบบเพื่อให้ผู้ใช้งานใหม่ สามารถเรียกดูข้อมูลที่ต้องการได้อย่างถูกต้อง

อภิปรายผลการวิจัย

1. ระบบระบบสารสนเทศออนไลน์เรื่อง นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์จากงานวิจัย ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ผลประเมินความพึงพอใจของระบบโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากระบบมีการแสดงผลแยกหมวดหมู่ของข้อมูลที่นำเสนอแยกตามกลุ่ม Thailand 4.0 แยกตามปี และแยกตามพื้นที่ของจังหวัดกำแพงเพชร

2. บุคลากรมีความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศออนไลน์ ความสะดวกในการเข้าใช้งานเนื่องจากสามารถลงชื่อเข้าใช้ได้โดยสะดวก และเก็บฐานข้อมูลรายบุคคล ออกรายงานพร้อมแสดงตัวเลขสรุปได้บนระบบสารสนเทศ แต่ผู้ใช้งานในชุมชน อาจต้องใช้เวลาในการศึกษาระบบ และเรียกดูข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้จัดทำคู่มือในการใช้งานระบบและเผยแพร่สู่ชุมชนเพื่อให้ชุมชนสามารถเข้าใช้งานได้สะดวก และสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ ทั้งยังสามารถติดต่อกับผู้พัฒนานวัตกรรม/ วิจัยได้โดยตรงอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. งานวิจัยนี้ควรออกแบบการแสดงผลให้ผู้ใช้งานในชุมชนเข้าใจได้ง่ายขึ้น แม้การแสดงผลมีความสวยงาม แต่ควรศึกษาการออกแบบให้เหมาะสมกับการรับรู้ และความเข้าใจของบุคคลที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดการใช้งานได้สะดวกขึ้น

2. ในอนาคตอาจมีการประสานงานไปยังภาคส่วนต่างๆในจังหวัด เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในระบบสารสนเทศออนไลน์ เพื่อผลักดันให้ชุมชนสามารถนำองค์ความรู้ไปพัฒนางาน พัฒนาธุรกิจของตนเองได้อย่างยั่งยืน

3. ควรพัฒนาสารสนเทศให้แสดงผลบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น สมาร์ทโฟน หรือ แทปเล็ต ได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อให้สะดวกต่อการใช้งาน

เอกสารอ้างอิง

- กรชนก ทัพโยธา และ พยุ่ง มีสัจ. (2555). ระบบสารสนเทศเพื่อการวางแผนและงบประมาณ
กรณีศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอี่ยมละออ. The Eighth National Conference on Computing and
Information Technology. หน้า 867-873.
- กิตติ ภัคดีวัฒนกุล และพนิดา พานิชกุล. (2551). การวิเคราะห์และการออกแบบระบบ.
กรุงเทพฯ: เคทีพี.
- พยัต วุฒิวรงค์. (2557). การจัดการนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พารุณี ยิ้มสบาย. (2550). การพัฒนาระบบฐานข้อมูลงานวิจัยนิติแพทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต.
สาขาวิชาแพทยศาสตร์ศึกษา. คณะแพทยศาสตร์. มหาวิทยาลัยนเรศวร
- รัชฎา ชันทอง และ มณฑิรา รัตนศิริวงศ์วุฒิ. การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อติดตามยอดเงินค้าง
ชำระโดยใช้วิธีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์. (2558). The Eleventh National Conference
on Computing and Information Technology. หน้า 691-696.
- วิชา นิรมล และคณะ. (2555). การออกแบบและพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อการบริหารและ
เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโคกโคเฒ่า อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี. มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนดุสิต.
- สำนักวิชาการ. (2559). ประเทศไทย 4.0. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- อุดม จินประดับ และคณะ. (2555). การศึกษาการพัฒนาระบบฐานข้อมูลการตรวจสอบภายในของ
กระทรวงอุตสาหกรรม. วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ปีที่ 22 ฉบับที่ 1. หน้า 160-169.

การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในเขตเทศบาลนครลำปาง SLOW TOURISM DEVELOPMENT IN LAMPANG MUNICIPALITY

เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร¹

บทคัดย่อ

การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในเขตเทศบาลนครลำปางมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 1) เพื่อประเมินศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการในการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (slow tourism) ในพื้นที่เทศบาลนครลำปาง 2) เพื่อจัดทำและประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (slow tourism) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครลำปาง การวิจัยเชิงสำรวจการวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการทำการวิจัยคือแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและแบบประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยมีการเก็บข้อมูลพร้อมการสังเกตและการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย โดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า เขตเทศบาลนครลำปาง มีศักยภาพมากในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในด้านเอกลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน ส่วนการรองรับการท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมีการรักษาสภาพพื้นที่ของเมืองและการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ส่วนการประเมินการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (slow tourism) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครลำปาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าเขตเทศบาลนครลำปางมีความเหมาะสมในการจัดทำการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ เป็นเมืองที่น่าสนใจมีการผสมผสานวัฒนธรรมกับวิถีชีวิตอย่างลงตัว

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ, การพัฒนาการท่องเที่ยว

Abstract

Slow Tourism development in Lampang Municipality has an objectives as 1) Attractiveness potential assessment, carrying capacity assessment and managerial assessment in Slow Tourism in Lampang Municipality 2) Establish and assess the Slow Tourism program in Lampang Municipality. An exploratory research which have attraction assessment form and tourism program assessment form as a research instruments. Data collection techniques used informal interview together with observation and quantitative data analysis and descriptive statistics such as mean, percentage, frequencies.

อาจารย์สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง¹

The result found that Lampang Municipality has high potential in Slow Tourism development. There are tourist attractions in the unique way of life of the community. In carrying capacity assessment has basic tourist facilities for support of tourists. Managerial assessment, In a tourism management has conservation and regeneration. The result in an assessment of slow tourism program in Lampang Municipality. the samples, think Lampang Municipality is suitable for Slow tourism. It is an interesting city with a mix of culture and lifestyle perfectly.

Keywords : Slow Tourism, Tourism Development

บทนำ

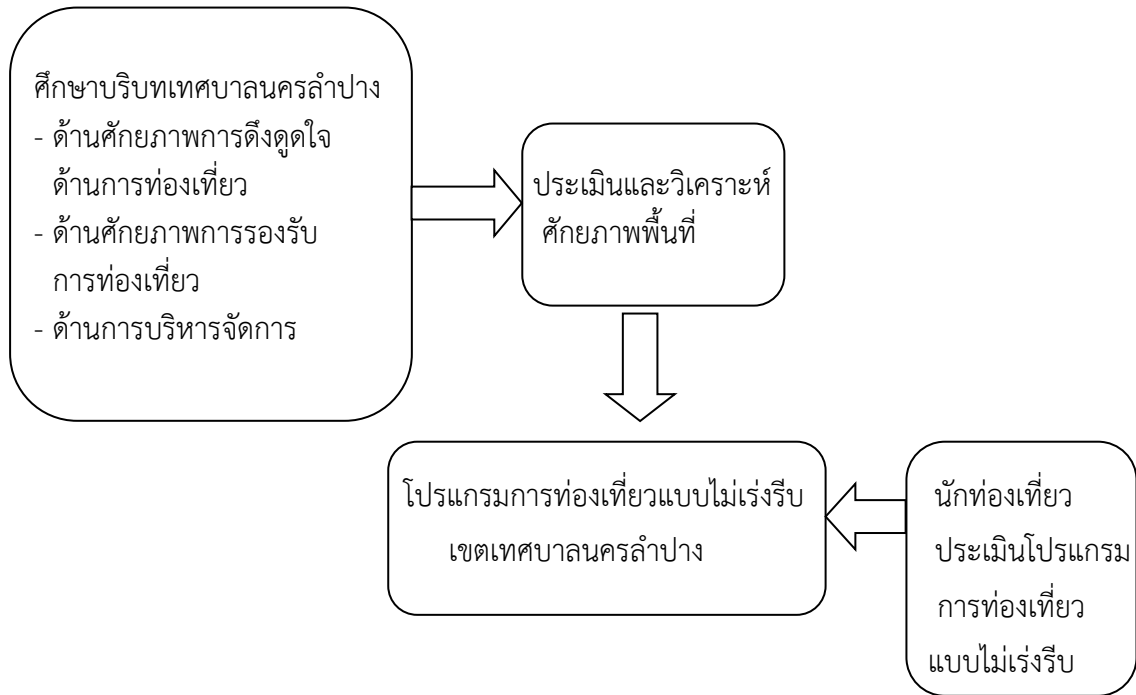
ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์โลกและวิถีชีวิตของคนเราโดยเฉพาะผู้อาศัยในเมืองใหญ่ที่มีแต่ความเร่งรีบและแข่งขัน การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบเป็นการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตชุมชนในท้องถิ่น ทั้งด้านอาหารการกิน การใช้ชีวิต วัฒนธรรมประเพณี โดยใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ เป็นสิ่งที่ดีที่อยู่ในเมืองใหญ่มีความต้องการเป็นการท่องเที่ยวแบบเรียบง่ายผ่านกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมและการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลในท้องถิ่น

เขตเทศบาลนครลำปางมีเขตการปกครองอยู่ใจกลางเมืองลำปางและมีปัจจัยพื้นฐานและสิ่งสาธารณูปโภคครบครัน มีความสะดวกสบายในการเดินทางและเป็นเขตพื้นที่ทางเศรษฐกิจของจังหวัดลำปางมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันและมีโบราณสถาน มีชุมชนเก่าแก่ที่ตั้งรกรากมาแต่อดีต รวมทั้ง มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่สืบทอดกันมาเป็นระยะเวลานานและยังคงดำเนินอยู่ไม่ว่าจะเป็นด้านการดำเนินตามวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ประกอบกับการสนับสนุนจากภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดลำปางโดยการโปรโมทเป็นเมืองต้องห้ามพลาต หนึ่งในสิบสองเมืองของประเทศไทยและการท่องเที่ยวเมืองรอง จากศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเขตเทศบาลนครลำปางผู้วิจัยจึงได้ศึกษาการพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบในเขตเทศบาลนครลำปาง เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครลำปางที่เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบและการทำโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในเขตเทศบาลนครลำปางแบบไม่เร่งรีบ(Slow Tourism) เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางต่อไป

1. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อประเมินศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการในการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) ในพื้นที่เทศบาลนครลำปาง
2. เพื่อจัดทำและประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครลำปาง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

การกำหนดประชากรกลุ่มเป้าหมายแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรกประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครลำปางจำนวน 50 คน โดยคัดเลือกจาก ตัวแทนเทศบาลนครลำปางผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครลำปางแบ่งเป็นตัวแทนเทศบาลนครลำปางจำนวน 5 คน ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร 5 แห่งผู้ประกอบการด้านที่พัก 5 แห่งผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว 3 แห่ง ผู้ประกอบการจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 2 ร้านนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ส่วนกลุ่มที่ 2 ผู้ทดลองท่องเที่ยวตามโปรแกรมท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบจำนวน 20 คน

2. เครื่องมือใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 การสร้างแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครลำปาง

แบบประเมินที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 ชุดคือ

1) แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครลำปางได้ดัดแปลงมาจาก

เกณฑ์จากคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของสำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548) ในการทำแบบประเมิน ใช้ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับได้แก่มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

2) แบบประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในเขตเทศบาลนครลำปางโดยเนื้อหาแบบประเมินมีทั้งหมด 3 ส่วนโดยใช้ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับได้แก่พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างตอบโดยแยกการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ชุด โดยชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครลำปาง สอบถามตัวแทนของเทศบาล ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว จำนวน 50 ชุด และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ประกอบการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว พร้อมข้อมูลการศึกษาบริบทเทศบาลนครลำปาง

ชุดที่ 2 แบบสอบถามโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในเขตเทศบาล สอบถามผู้ที่มาทดลองท่องเที่ยว ตามโปรแกรมจำนวน 20 คนและนำข้อมูลที่รวบรวมได้จะถูกนำมาวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณและนำมาสรุปเป็นการวิจัยคุณภาพโดยสรุปเนื้อหาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมมีการตรวจสอบข้อมูลและนำมารวบรวมวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่เร่งรีบที่เหมาะสม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณและนำข้อมูลมาเสนอในรูปแบบตารางและความเรียง เป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

การวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ ในเขตเทศบาลนครลำปางมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือเพื่อ ประเมินศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการ ในการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) ในพื้นที่เทศบาลนครลำปางและจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ ไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) โดยในผู้ทดลองท่องเที่ยวประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ(Slow Tourism) ผลการศึกษาแบ่งเป็น 2 ส่วน 1) ผลการประเมินศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับ ด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการในการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในเขตเทศบาลนครลำปาง ผู้ตอบ แบบสอบถามจำนวน 50 คน มีความเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครลำปางโดยภาพรวมมีศักยภาพ มาก ในเรื่องความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.66 ด้านภูมิปัญญาและองค์ความรู้ด้าน ประวัติศาสตร์มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.76 ด้านการจัดงานสืบสานวัฒนธรรมประเพณีอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.28 ด้านความงดงามด้านศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมด้านอาคารมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.82 ด้านสิ่งก่อสร้างและวัดต่างๆ เขตเทศบาลนครลำปางมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามและมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีมี ค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.82 ด้านการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครลำปางมีความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวมี ค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.56และด้านแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.78

ด้านศักยภาพการรองรับด้านการท่องเที่ยวเห็นว่าเทศบาลนครลำปางมีศักยภาพมาก ในภาพรวม ด้าน การรองรับการท่องเที่ยวโดยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานต่อการท่องเที่ยวเช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ถนนมี ศักยภาพมากมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.70 ด้านระบบการขนส่งมวลชนที่สะดวกต่อการท่องเที่ยวเช่น รถสาธารณะ รถ โดยสาร รถม้ามีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.74 ด้านการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครลำปางมีความ สะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.56 ด้านความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.56 และ มี ศักยภาพปานกลางคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการและผู้สูงอายุเช่นทางเดิน ทางลาดและห้องน้ำ สำหรับ คนพิการ ผู้สูงอายุมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.30

ด้านการบริหารจัดการเห็นว่าเทศบาลนครลำปางมีศักยภาพมากในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยมีการจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.52 ด้านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.44 และชุมชนเขตเทศบาลนครลำปางมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.38

(2) ผลการประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครลำปางผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 20 คนมีความเห็นว่า มีความพึงพอใจโปรแกรมการท่องเที่ยวในระดับมาก โดยเห็นว่ามีค่าความเหมาะสมกับสถานที่และเวลา พึงพอใจมากมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 2.75 ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกัน มีความพึงพอใจมากมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 2.90 ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวสามารถปรับตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 2.70 และมีความพึงพอใจในสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวมากโดยด้านความน่าสนใจและดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 2.95 ด้านความสะดวกสบายในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 2.70 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับในแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 2.75 และด้านป้ายสื่อความหมายในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 2.75 นอกจากนี้มีข้อเสนอแนะและความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ slow tourism 1 วัน โดยผู้ตอบแบบประเมินร้อยละ 85 เห็นว่ามีความเหมาะสม ร้อยละ 15 เห็นว่าไม่เหมาะสมเนื่องจากเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมากอาจใช้เวลาเดินทางไม่สามารถท่องเที่ยวได้ภายใน 1 วัน นอกจากนี้เห็นว่ามีความน่าสนใจเพราะได้เรียนรู้ประวัติจังหวัดลำปาง ได้ไปสถานที่ที่มีชื่อเสียงและรู้จักลำปางในหลายมุมมีความน่าสนใจและถ้ามีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวอีกโดยให้ความเห็นว่าจังหวัดลำปางมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกมากไม่เพียงพอในการท่องเที่ยว 1 วัน และจังหวัดลำปางมีความน่าสนใจมีคุณค่าทางวัฒนธรรม ศิลปกรรม จังหวัดลำปางเป็นเมืองที่น่าสนใจมีการผสมผสานวัฒนธรรมกับวิถีชีวิต ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะโดยอยากให้ความเชื่อมโยงของสถานที่มากกว่านี้และอยากให้มีการแนะนำร้านอาหารที่สามารถนั่งทานแบบ Slow Life

อภิปรายผล

การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความสนใจและมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบเพิ่มขึ้นจากวิถีชีวิตของคนในปัจจุบันที่มีแต่ความเร่งรีบแข่งขัน เมื่อต้องการพักผ่อนจึงมองหาแบบการท่องเที่ยวที่สามารถท่องเที่ยวได้อย่างไม่รีบเร่งและได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชนเช่นเดียวกันชลตรงค์ ทองสง (2558) ได้ให้แนวคิดว่าการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism จัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่นักท่องเที่ยวในเมืองใหญ่มีความนิยมเพิ่มมากขึ้น เพราะต้องการหลีกเลี่ยงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ยุ่งยาก สอดคล้องกับ Janet Dickinson (2009) ได้กล่าวว่า รูปแบบของการท่องเที่ยวไม่เร่งรีบเป็นเรื่องของเดินทางวันหยุดที่ใช้ระยะเวลาสั้นและพำนักระยะยาว โดยใช้เวลาขนส่งที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดโดยเลือกใช้การเดินทางขนส่งมาเป็นประสบการณ์ส่วนหนึ่งของการพักผ่อน นอกจากนี้ชินนทร์ อยู่เพชร (2555: 5-6) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบเป็นการเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้นๆ ในเชิงของระยะทางและอยู่ในแต่ละสถานที่นานขึ้น ซึ่งหัวใจของการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบมีลักษณะที่สำคัญ 2 ประการคือการได้ใช้เวลาในระยะเวลาที่นานเพียงพอและการได้ท่องเที่ยวอยู่ในสถานที่หนึ่งๆ เพื่อที่จะได้เรียนรู้และเกิดความเข้าใจในลักษณะและประวัติศาสตร์ของที่ท่องเที่ยว

จากการประเมินศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (slow tourism) ในพื้นที่เทศบาลนครลำปาง ซึ่งศักยภาพเป็นการแสดงถึงความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพแตกต่างกันตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของสำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและ

กีฬา (2548) มาใช้ในการประเมินโดยมีการกำหนดดัชนีและตัวชี้วัด ผลการประเมินเห็นว่าเทศบาลนครลำปางมีศักยภาพมากในการจัดการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ จากสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งเรื่องสาธารณูปโภค ความสะดวกสบายในการเดินทาง และสิ่งดึงดูดใจทั้งรูปแบบวิถีชีวิตของชุมชน แหล่งท่องเที่ยวล้วนแต่เป็นตัวชี้วัดถึงความพร้อมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ สอดคล้องกับผลการวิจัย กรวรรณ สังขกรและคณะ. (2553) การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าแหล่งท่องเที่ยวส่วนมากในภาคเหนือตอนบนเป็นประเภทศาสนสถาน (วัด) ประวัติศาสตร์ (พิพิธภัณฑสถาน เมืองโบราณ) ตั้งอยู่ในตัวเมือง เข้าถึงสะดวก มีสิ่งบริการต่างๆ ทั้งที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก มีสถานที่ที่น่าสนใจอื่นๆ และมีสถานพยาบาลในกรณีฉุกเฉินมีแหล่งท่องเที่ยวใน 8 จังหวัดภาคเหนือผ่านการประเมินทั้งหมด 139 แห่ง และได้นำมาจัดอันดับและจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพพร้อมรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ 10 อันดับแรกของแต่ละจังหวัด เขตเทศบาลนครลำปางตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบหรือ Slow Tourism

จากการประเมินศักยภาพมีการจัดทำและประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครลำปาง โดยผู้ทดลองท่องเที่ยวที่เข้าร่วมประเมินโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ(Slow Tourism) 1 วันมาก โดยเห็นว่ามีความเหมาะสมกับสถานที่และเวลาสามารถปรับตามความต้องการของนักท่องเที่ยว มีความสะดวกสบายในการเดินทางและมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับในแหล่งท่องเที่ยว มีสิ่งดึงดูดใจ ในด้านวิถีชีวิตชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมรวมทั้งในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีป้ายสื่อความหมาย สอดคล้องกับชูสิทธิ์ ชูชาติ (2546) กล่าวว่าในการที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต้องศึกษาปัจจัยพื้นฐานการท่องเที่ยวที่มีส่วนต่อการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวกล่าวคือ เป็นแนวทางที่ต้องให้ความสนใจและคำนึงเสมอว่าการที่จะให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการมี 3 ประการของแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดศักยภาพ โดยจากผลการวิจัยทำให้เห็นได้ว่าเขตเทศบาลนครลำปางมีความเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) จากปัจจัยพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งศักยภาพ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. การจัดการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในเขตเทศบาลนครลำปาง สามารถปรับเปลี่ยนวัน เวลาและสถานที่ เพราะบางสถานที่ไม่เปิดเข้าชมในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์
2. การจัดการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในเขตเทศบาลนครลำปางเหมาะกับการปั่นจักรยานท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นเมืองไม่ใหญ่และสถานที่สามารถปั่นจักรยานเที่ยวชมได้ อีกทั้งมีช่องทางจักรยาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยควรศึกษากิจกรรมที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนในเขตเทศบาลนครลำปางเพื่อนำมาพัฒนาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. การศึกษาวิจัยควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำการวิจัยจะทำให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและไม่เกิดผลกระทบกับชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กรวรรณ สังขกรและคณะ. (2553). การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. (2548) **คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ
- ชนินทร์ อยู่เพชร. (2555). การเติบโตอย่างรวดเร็วของ Slow tourism. นิตยสาร Tourism and Hospitality Management Quarterly Review. ฉบับที่ 5.
- ชลตรงค์ ทองสง. **แนวคิดการพัฒนา Slow tourismในประเทศไทย**.วารสาร วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา ปีที่ 12 ฉบับที่ 2, ตุลาคม 2557- มีนาคม 2558.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ราณี อิลิชัยกุล และ ชัชพล ทรงสุนทรวงค์.(มกราคม- มิถุนายน 2555). การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป.วารสารการบริการและการท่องเที่ยว ปีที่ 7 ฉบับที่ 1.
- Dickinson,J.andLumsdon,L.(2010) **Slow Travel and Tourism**. London: Earthscan.

รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ของเทศบาลตำบลหนองล่อง จังหวัดลำพูน

MODEL OF PARTICIPATORY COMMUNICATION TO MANAGEMENT OF SOLID WASTE IN NONGLONG SUBDISTRICT MUNICIPALITY, LAMPHUN PROVINCE.

กิติวัฒน์ กิติบุตร¹

ภาคภูมิ พิฆังค์²

กนกพร เอกกะสินสกุล³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาลตำบลหนองล่อง จังหวัดลำพูน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสาร และสถานภาพการสื่อสารเกี่ยวกับการบริหารจัดการขยะในเขตเทศบาลตำบลหนองล่อง อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน ศึกษาความรู้ความเข้าใจทัศนคติ พฤติกรรม ในเรื่องการจัดการขยะและการประยุกต์ใช้ในครัวเรือนและชุมชน ตลอดจนสร้างรูปแบบและกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกันที่เหมาะสมกับชุมชน ในเขตเทศบาลตำบลหนองล่อง อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารเทศบาล ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ประธานและกรรมการหมู่บ้าน 9 หมู่บ้าน จำนวน 23 คน การสนทนากลุ่มกับผู้บริหารจากเทศบาลและตัวแทนจากชุมชน 30 คน เพื่อตรวจสอบรูปแบบการสื่อสารรณรงค์ รวมทั้งตรวจคำถามในแบบสอบถามที่เหมาะสมกับชุมชน และวิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยเก็บแบบสอบถามจากชาวบ้าน จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาที่สำคัญ พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการขยะมูลฝอยของประชาชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการจัดการขยะในครัวเรือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการขยะมูลฝอยในชุมชนประกอบด้วยรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมใน 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) การให้ความรู้ 2) การปรึกษาหารือ และ 3) การสื่อสารภายในและภายนอกกลุ่ม ผ่านสื่อและกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยใช้กลยุทธ์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ คือ 1) กลยุทธ์การให้ความรู้แก่ชุมชน 2) กลยุทธ์การสร้างแรงบันดาลใจ และ 3) กลยุทธ์การสร้างกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) การสร้างความรู้ ความตระหนัก 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การลงมือปฏิบัติ และ 4) การยอมรับจากชุมชน

คำสำคัญ : รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม, การบริหารจัดการขยะมูลฝอย

¹ ศ.ม.การสื่อสารศึกษา อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

² ศศ.ม.นิติศาสตร์ อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

³ ศศ.ม.การสื่อสารศึกษา อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Abstract

This research entitled on "Model of Participatory communication to management of solid waste in Nong long Subdistrict municipality, Lamphun province" based on study the media exposure and recognition and status communication about waste management in Nong long subdistrict municipality, Lamphun province. The cognitive education Attitudes, behaviour in regard to solid waste management and its application in household and community, as well as create and Model of participatory communication contribute to strengthening mutual learning that is appropriate to the community. In the municipalities Nong long subdistrict municipality, Lamphun province cruise by using qualitative research methods, with observations, in-depth interviews, with the municipal administration. Director of division of Public Health and Environment. The chairman and the village council about 9 village. Included 23 group. Discussions with chief executives from municipal and community representatives about 30 people to determine the format of communication campaign, including questions on the questionnaire that is appropriate to the community, and quantitative research method by questionnaire from the people in the community of 400 persons. The data was analyzed by the frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way Annova and Pearsan's product moment coefficient, and the analysis and synthesis methods were employed for the qualitative aspect.

The main research results show that knowledge and understanding of public waste management is positively correlated with household waste management habits, statistically significant at the .01. Moreover, model of participatory communication to management of solid waste in community by participative communication model.by engaged in 3 forms of 1) model of knowledge 2) model of dialogue and 3) model of communication network both inside and outside.Community using various media and activities. By which the participatory communication process should have 4 Steps : 1) strategy of the creation of knowledge for community. 2) the creation of inspiration 3) Making to act. And 4) confirmation from people in community.

keywords : Model of participatory communication, Management of Solid Waste.

บทนำ

จากสถานการณ์และปัญหาขยะมูลฝอยชุมชนที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน จำเป็นจะต้องได้รับการแก้ไขปัญหอย่างเร่งด่วน กระทรวงมหาดไทยเป็นหนึ่งในหน่วยงานผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินการบริหารจัดการขยะมูลฝอยในชุมชน ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ในด้านต่าง ๆ เช่น ขยะมูลฝอยไม่ได้รับการคัดแยกตั้งแต่ต้นทาง การบริหารจัดการของหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบยังขาดประสิทธิภาพ และขยะมูลฝอยชุมชนไม่ได้รับการจัดการอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ กระทรวงมหาดไทยจึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการจัดการขยะมูลฝอยชุมชน "จังหวัดสะอาด" ตามแนวทางพระราชรัฐ เพื่อขับเคลื่อนและแก้ไขปัญหขยะมูลฝอยชุมชนให้เกิดความต่อเนื่อง และเป็นไปตามแผนแม่บทการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ (พ.ศ.2559 -2564) ตามแผนปฏิบัติการ "ประเทศไทย ไร้ขยะ" ของรัฐบาล ซึ่งเป็นแนวทางในการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการขยะในระยะสั้นของหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนภาคเอกชนและประชาชนโดยทั่วไป ให้มีส่วนร่วมในการดำเนินการลดขยะที่ต้นทางเพื่อวางรากฐานการ

จัดการขยะให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนยิ่งขึ้น (แผนปฏิบัติการประเทศไทยไร้ขยะตามแนวทางพระราชบัญญัติ กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม, 2559)

จังหวัดลำพูนมีการผลักดันแผนปฏิบัติการประเทศไทยไร้ขยะ โดยเริ่มทำมาตั้งแต่ปี 2547 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใช้เวลาในการรณรงค์ให้ประชาชนทุกชุมชนคัดแยกขยะนานถึง 8 ปี จนกระทั่งประสบความสำเร็จในปี 2555 ตำบลโอมงค์ได้รับรางวัลชุมชนปลอดขยะต้นแบบระดับประเทศ การเดินตามแผนปฏิบัติการประเทศไทยไร้ขยะทำให้ปริมาณขยะในจังหวัดลำพูนลดลงอย่างเห็นได้ชัด มีชุมชนและหมู่บ้านต้นแบบการจัดการขยะ 295 แห่ง จัดตั้งจุดทิ้งขยะอันตรายใน 608 หมู่บ้าน มีระบบการจัดการขยะติดเชื้อและขยะจากอุตสาหกรรมตามหลักวิชาการ และทำโครงการปู้หมักจากเศษอาหารและขยะเปียกจนเห็นผล รวมทั้งการเน้นย้ำให้ประชาชน ร้านค้า ตลาด วัด ร่วมกันรณรงค์ลด ละ เลิกการใช้โฟมเพื่อบรรจุภาชนะในงานประเพณีในร้านขายอาหาร ตลอดจนการทำบันทึกข้อตกลงร่วมมือกับคนในชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัด (มติชนสุดสัปดาห์, 2561)

เทศบาลตำบลหนองล่อง อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน เป็นหนึ่งในเทศบาลที่ประสบปัญหาการจัดการขยะมูลฝอยมานาน เนื่องจากประชาชนไม่ให้ความร่วมมือกับเทศบาล ทำให้การขับเคลื่อนกิจกรรมหรือการอบรมยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก ปัญหาอย่างหนึ่งคือเรื่องการสื่อสารรณรงค์ให้เกิดความตระหนัก การให้ความร่วมมือกันของคนในชุมชน กิจกรรมรณรงค์ที่ทำต่อเนื่องเพื่อให้ประชาชนสามารถจัดการขยะได้อย่างมีประสิทธิภาพดังนั้น การสื่อสารรณรงค์จึงมีบทบาทสำคัญในการปรับเปลี่ยนความคิดอันจะส่งผลต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชน ปัญหาในชุมชนไม่ได้อยู่ที่การขาดความรู้ในการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนที่ถูกต้องเพียงอย่างเดียวแต่ยังขาดทัศนคติ และพฤติกรรมในการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนแบบบูรณาการ โดยเทศบาลหนองล่องจะมีส่วนสำคัญในการดำเนินงานกิจกรรม รวมทั้งการทำสื่อรณรงค์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารโดยใช้สื่อรณรงค์ที่หลากหลายช่องทาง เช่น สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายรณรงค์ สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต และการจัดกิจกรรมอบรม และกิจกรรมรณรงค์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการและแนวทางการสื่อสารรณรงค์ที่มุ่งเน้นการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนในเขตเทศบาลหนองล่อง

ที่ผ่านมาเทศบาลตำบลหนองล่องได้ดำเนินโครงการจัดการขยะ โดยจัดกิจกรรมให้ความรู้การคัดแยกขยะต้นทาง การทำปุ๋ยอินทรีย์หรือปุ๋ยหมักแบบไม่พลิกกอง การอบรมเลี้ยงไส้เดือนดินตามโครงการการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการคัดแยกขยะที่ต้นทาง การทำน้ำหมักชีวภาพ โดยศูนย์บริการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร ตำบลหนองล่อง และกิจกรรม เช่น กิจกรรมบริจาคขยะรีไซเคิลและการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิก ของกองทุนขยะเพื่อสวัสดิการผู้สูงอายุตำบลหนองล่อง การดำเนินงานบริหารจัดการขยะมูลฝอยชุมชนครอบคลุมตามประเภทขยะมูลฝอย 4 ประเภทดังกล่าว ได้เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนทั้งในและนอกพื้นที่ มีการแต่งตั้งคณะทำงาน ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่เทศบาลฯ ผู้นำและแกนนำชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนและติดตามผลการดำเนินงาน เช่น ติดตามการคัดแยกขยะมูลฝอยในครัวเรือน ติดตามการใช้ทอวงบ่อคอนกรีตในครัวเรือน/ชุมชน เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการขยะมูลฝอยในตำบลหนองล่อง แต่ยังคงขาดการสนับสนุน ความร่วมมือจากประชาชน เนื่องจากประชาชนยังขาดการรับรู้ข่าวสาร ขาดการประสานงานจากเทศบาล รวมทั้งขาดการประเมินกิจกรรมที่เทศบาลได้จัดขึ้น ทำให้เทศบาลเองก็ไม่มีข้อมูลการรับฟัง การมีส่วนร่วมจากประชาชน เพื่อสะท้อนการจัดกิจกรรม การจัดทำสื่อรณรงค์ และการกิจกรรมรณรงค์อื่นๆ ดังนั้นจึงต้องใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจที่เกิดมาจากความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมเป็นไปในลักษณะทิศทางเดียวกัน นั่นคือทำให้ความรู้จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและส่งผลไปยังการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ (อรวรรณ ปิลาสน์โอวาท, 2554)

ปัญหาดังกล่าวของชุมชนตำบลหนองล่อง สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการแก้ไขปัญหาที่ต้นเหตุ ก็คือการสร้างความตระหนัก การสร้างจิตสำนึกและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนในเรื่องการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนแบบบูรณาการ ซึ่งสามารถดำเนินการด้วยการสื่อสารที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมในการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนแบบบูรณาการ ให้สอดคล้องกับแผนงานหรือรูปแบบของการสื่อสารรณรงค์ งบประมาณ และระยะเวลาที่กำหนด เพื่อให้แผนงานการประชาสัมพันธ์ รณรงค์กิจกรรม บรรลุ

เป้าหมาย นอกจากนี้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ยังทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้เพื่อสร้างความเข้าใจ ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความสะอาดของชุมชน ตลอดจนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายให้เหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ด้วย

ด้วยเหตุนี้ บทความวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาลตำบลหนองล่อง จังหวัดลำพูน” จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการขยะของเทศบาล รวมทั้งศึกษาความรู้ความเข้าใจ ทักษะคติ พฤติกรรม ในเรื่องการจัดการขยะและการประยุกต์ใช้ในครัวเรือนและชุมชน ตลอดจนสร้างรูปแบบและกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกันที่เหมาะสมกับชุมชน ในเขตเทศบาลตำบลหนองล่อง อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน เพื่อกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติที่ตรงกันของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหนองล่อง อันจะเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการขยะในชุมชน ได้นำไปใช้ออกแบบกระบวนการรูปแบบการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นต้นแบบให้กับชุมชนอื่นได้ต่อไป

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้สำหรับกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎีที่สำคัญ 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการแพร่กระจายและยอมรับนวัตกรรม ประกอบด้วย 1) ทฤษฎีและแบบจำลองการสื่อสาร และ 2) ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
2. กลุ่มแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 1) แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 2) แนวคิดเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน และ 3) แนวคิดการสื่อสารเพื่อชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

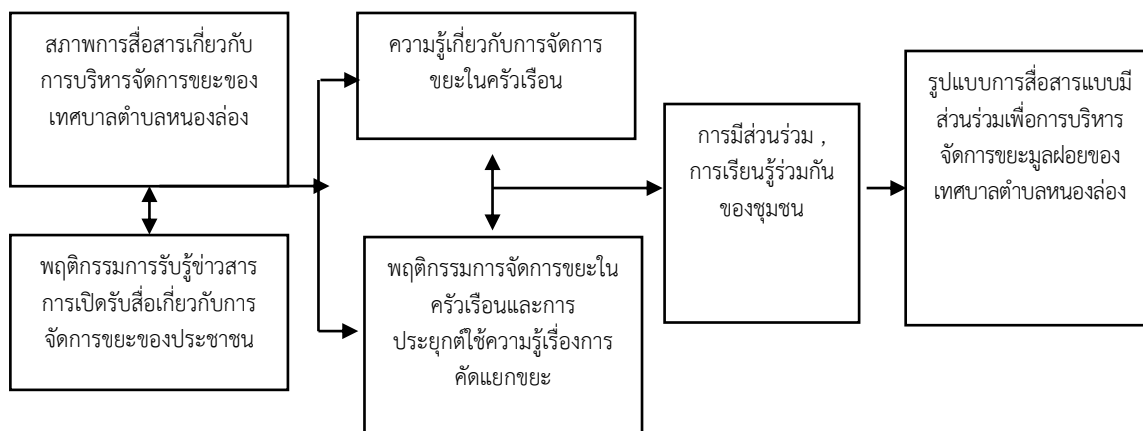
1. เพื่อศึกษาการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสาร และสภาพการสื่อสารเกี่ยวกับการบริหารจัดการขยะในเขตเทศบาลตำบลหนองล่อง อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจ ทักษะคติ พฤติกรรม ในเรื่องการจัดการขยะและการประยุกต์ใช้ในครัวเรือนและชุมชน
3. สร้างรูปแบบและกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกันที่เหมาะสมกับชุมชนในเขตเทศบาลตำบลหนองล่อง อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อ 1 การเปิดรับและการรับรู้ข่าวสาร และสภาพการสื่อสารเกี่ยวกับการบริหารจัดการขยะจากสื่อต่างๆของประชาชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมการจัดการขยะของประชาชน

สมมติฐานข้อ 2 ความรู้ความเข้าใจ ทักษะคติและพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับการประยุกต์ใช้ในจัดการขยะในครัวเรือนและชุมชน

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบการวิจัย

การศึกษา “รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาลตำบลหนองล่อง จังหวัดลำพูน” ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพด้วย 1) การสังเกตการณ์ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก 3) การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ 4) การสนทนากลุ่ม โดยมีประชากรคือชุมชนทั้ง 9 หมู่บ้านของเทศบาลตำบลหนองล่องจำนวน 6,276 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ จากตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane กลุ่มตัวอย่างที่ได้เท่ากับ 399 คน โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการกำหนดโควตา โดยใช้ตัวแทนจากเทศบาลจำนวน 5 คน ได้แก่ นายกเทศมนตรีตำบลหนองล่อง รองนายกเทศมนตรีตำบลหนองล่อง ปลัดเทศบาลตำบลหนองล่อง นักบริหารงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม และเจ้าพนักงานสาธารณสุข รวมจำนวน 5 คน และตัวแทนจากชุมชนทั้ง 9 หมู่บ้านละ 1 คนอีกจำนวน 9 คนรวมทั้งหมด 14 คน มีวิธีการวิจัย ดังนี้

1. วิธีวิจัยเชิงปริมาณ

ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ แบบสอบถาม สำหรับประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหนองล่องทั้ง 9 หมู่บ้าน ที่สมัครใจในการตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา (content validity) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ประเด็นคำถามครอบคลุมเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย และปรับแก้ไขตามข้อเสนอของผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งส่งแบบสอบถามเพื่อขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากวิทยาลัยพยาบาลราชชนนีนครลำปาง สถาบันพระบรมราชชนก สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงสาธารณสุข หลังจากนั้นตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถามด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายในโดยใช้สูตรของครอนบาร์ค (Cronbach Alpha) และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ในแต่ละข้อไม่น้อยกว่า .07 โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างในชุมชนจำนวน 30 คน พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ในแต่ละส่วน ดังนี้ 1) การเปิดรับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการบริหารจัดการขยะจากสื่อของประชาชน .8674 2) ระดับของพฤติกรรมกร ความรู้ ทักษะ และความตระหนัก .9815 สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้

คณะผู้วิจัยมีวิธีการเก็บข้อมูลจากชุมชนทั้ง 9 หมู่บ้าน โดยมีนักศึกษาศาสนาปริยัติจำนวน 30 คน เก็บข้อมูลแบบสอบถาม แบ่งเป็น 9 หมู่บ้าน ใช้นักศึกษาหมู่บ้านละ 3 คน เก็บแบบสอบถามหมู่บ้านละ 45 ชุด ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามในชุมชนตามความสมัครใจ โดยวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ตอนที่ 2 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการขยะมูลฝอย ใช้สถิติ

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตอนที่ 3 ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาลตำบลหนองล่อง

และตอนที่ 4 ความตระหนักของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาลตำบลหนองล่อง อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน ใช้สถิติค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในส่วนแบบสอบถามปลายเปิด นำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ปัจจัย และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) ในการทดสอบสมมติฐาน

2. วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

คณะผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) แบ่งเป็น 1) ผู้บริหารและบุคลากรในเทศบาลตำบลหนองล่อง 2) กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนชุมชน ทั้งหมด 14 คน

1. การสังเกตการณ์ โดยสังเกตสภาพปัญหาขยะในหมู่บ้านทั้ง 9 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านหนองล่อง หมู่ที่ 2 บ้านต้นผึ้ง หมู่ที่ 3 บ้านวังสะแกง หมู่ที่ 4 บ้านท่าหลุก หมู่ที่ 5 บ้านสันเหมือง หมู่ที่ 6 บ้านท่าช้าง หมู่ที่ 7 บ้านแพะใต้ หมู่ที่ 8 บ้านต้นผึ้งหลายลี และหมู่ที่ 9 บ้านวังสะแกงใต้

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) การสัมภาษณ์ผู้บริหารและบุคลากรในเทศบาลตำบลหนองล่อง ที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบาย วางแผน กำหนดงบประมาณในการบริหารจัดการขยะในชุมชน จำนวน 5 คน คือ นายกเทศมนตรีตำบลหนองล่อง รองนายกเทศมนตรีตำบลหนองล่อง ปลัดเทศบาลตำบลหนองล่อง นักบริหารงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม และเจ้าพนักงานสาธารณสุข 2) กำนัน ผู้ใหญ่บ้านหรือตัวแทนชุมชน โดยให้ตัวแทนชุมชนละ 2 คน โดยเลือกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะในชุมชน ทั้งหมด 9 หมู่บ้านๆละ 2 คน รวมทั้งหมด 18 คน

ทั้งนี้ก่อนการเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตการณ์ การสนทนากลุ่ม คณะผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ แบบสังเกตการณ์ แบบสัมภาษณ์ ไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบความถูกต้องเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อครอบคลุมและตอบวัตถุประสงค์การวิจัย และปรับแก้ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงนำไปทดลองใช้และปรับแก้ไขให้รัดกุมมากยิ่งขึ้น ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

ในการเก็บข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ติดต่อนัดหมายกลุ่มตัวอย่าง โดยแจ้งล่วงหน้า 1-2 เดือน เพื่อให้ประชากรที่เก็บตัวอย่างว่างจากฤดูทำนา ทั้งนี้กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ตัวแทนชุมชนได้กำหนดวัน-เวลา ให้คณะผู้วิจัย และแจ้งกับทางประชาชนเรียบร้อยแล้ว จึงดำเนินการเก็บข้อมูลทุกกลุ่มด้วยตนเอง และนักศึกษาจำนวน 30 คน ก่อนการเก็บข้อมูลจะให้สอบถามกลุ่มตัวอย่าง อธิบายหัวข้อการวิจัย ประเด็นคำถาม โดยคณะผู้วิจัยดำเนินการสังเกตการณ์ สัมภาษณ์เชิงลึก สนทนากลุ่ม จดบันทึก บันทึกภาพและเสียงเพื่อนำมาถอดเทปวิเคราะห์เนื้อหาโดยวิธีการหาความสอดคล้องเพื่อนำมาวิเคราะห์ สรุป และอภิปรายผลในขั้นตอนต่อไป

สรุปผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 2) ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 3) ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 : เพื่อศึกษาการเปิดรับ การรับรู้ข่าวสารการจัดการขยะ และสภาพปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการขยะในเขตเทศบาลตำบลหนองล่อง อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ ในประเด็นการรับรู้ข่าวสารและการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะ ความถี่ในการรับสื่อ พฤติกรรมหลังจากการรับสื่อ และเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการขยะในสื่อ ทั้ง 4 ข้อในภาพรวมพบว่า อยู่ในเกณฑ์มาก (\bar{X} =3.68) ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อทั้ง 9 ข้อย่อยในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (\bar{X} =3.19) โดย แหล่งของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการขยะมูลฝอยที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลหนองสูง ที่ประชาชน ได้รับข่าวสารนั้นส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารประเภทนิตยสารและวารสาร สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ งานประชุม/งานอบรมด้านสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงเพื่อนบ้าน เนื่องจากเทศบาลหนองสูงมีการจัดกิจกรรมให้ความรู้ และเอกสารแจก ดังนั้นในแต่ละครัวเรือนจะให้ความร่วมมือและได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการขยะอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลจากแหล่งอื่นด้วย และรับข่าวสารเป็นประจำเดือนละครั้งโดยข่าวสารที่ได้รับ มีผลต่อพฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยในครัวเรือนอย่างมาก ส่วนใหญ่จะยึดถือปฏิบัติตาม ในส่วนของเนื้อหาที่ครัวเรือนส่วนใหญ่สนใจคือเรื่อง การคัดแยกขยะ การกำจัดขยะ เช่น ฝังกลบ เผาหมักปุ๋ย และเรื่องของการลดขยะมูลฝอย

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ข่าวสาร และสภาพปัญหาการบริหารจัดการขยะในชุมชนเทศบาลตำบลหนองสูง พบว่า บุคลากรในเทศบาลและฝ่ายที่เกี่ยวข้องโดยตรงด้านสิ่งแวดล้อมยังไม่ได้ทำบทบาทการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ กิจกรรมรณรงค์และความรู้ด้านการจัดการขยะในชุมชนโดยตรง และไม่มีการวางแผนการใช้สื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งไม่ได้ออกแบบ วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนนโยบายของเทศบาลให้เป็นผลสำเร็จมากนัก ดังนั้นจึงไม่มีการทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆออกมา มีเพียงแต่สื่อบุคคลที่สามารถถ่ายทอดข่าวสารไปยังประชาชนได้เพียงบางส่วนเท่านั้น

ดังนั้นบทบาทการสื่อสารแนวความคิดการจัดการขยะจากเทศบาลไปยังประชาชนจึงใช้บทบาทของผู้ส่งสาร 2 บทบาทหลัก คือ 1.บทบาทของการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการจัดการขยะในครัวเรือนจากระดับหน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัดมาสู่ระดับท้องถิ่น 2. บทบาทการสื่อสารในฐานะตัวแทนชุมชนและกลุ่มที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมต่างๆเพื่อส่งเสริมความรู้ด้านการจัดการขยะต้นทาง และบทบาทของการตรวจสอบ ติดตามและให้คำปรึกษาการจัดการขยะในครัวเรือนของชุมชนโดยมีคณะทำงาน ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่เทศบาลฯ ผู้นำและแกนนำชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนและติดตามผลการดำเนินงาน เช่น ติดตามการคัดแยกขยะมูลฝอยในครัวเรือน ติดตามการใช้ท่อบ่อคอนกรีตในครัวเรือน/ชุมชน เป็นต้น ซึ่งสามารถสรุปบทบาทของการสื่อสารได้ 5 ประการ คือ 1) บทบาทการให้ความรู้และข้อมูลข่าวสาร 2) บทบาทการรับรู้และการเปิดรับข่าวสาร 3) บทบาทการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและจูงใจ 4) บทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจและเกิดความตระหนัก และ 5) บทบาทในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน

ในด้านการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาด้านการจัดการขยะพบว่า ยังมีไม่มากนัก โดยขั้นตอนเริ่มจากแหล่งสาร(information) มาจากหน่วยงานระดับจังหวัด ทรัพยากรระดับจังหวัดมีหนังสือถึงเทศบาลเพื่อแจ้งข่าวสารไปยังประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินการเผยแพร่ข่าวสาร แนวปฏิบัติในการจัดการขยะต้นทาง ตามแผนปฏิบัติการจัดการขยะมูลฝอยชุมชน “จังหวัดสะอาด” ซึ่งจะทำหน้าที่ผู้เข้ารหัสสาร (encoder) เนื้อหาต่างๆ จากสารดังกล่าวไปสู่ตัวแทนหมู่บ้าน อาสาสมัครประจำหมู่บ้านหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผ่านกิจกรรมอบรมให้ความรู้ กิจกรรมรณรงค์ การประชาสัมพันธ์ต่างๆ จึงเป็นการเข้ารหัสต่อไปยังประชาชนในเขตเทศบาลเป็นผู้ถอดรหัสสาร (decoder) ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สื่อบุคคล การสื่อสารผ่านเครือข่าย การสนทนากลุ่มแบบไม่เป็นทางการ รวมทั้งการสื่อสารโดยใช้สื่อใหม่ ทั้งอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 : เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจ ทักษะ ทักษะ พฤติกรรม ในเรื่อง การจัดการขยะและการประยุกต์ใช้ในครัวเรือนและชุมชน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเปิดรับสื่อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการเปิดรับสื่อหลากหลายสื่อ โดยสื่อที่เปิดรับมากที่สุด ได้แก่ สื่อนิยายสารและวารสาร ($\bar{X}=0.01$ SD=0.13) รองลงมาหนังสือพิมพ์ ($\bar{X}=0.05$ SD=0.22) สื่อจากงานประชุม/งานอบรมด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=0.25$ SD=0.43) และสื่อบุคคล เช่น เพื่อนบ้าน ฯลฯ ($\bar{X}=0.15$ SD=0.36)

ด้านความรู้ กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจการคัดแยกขยะจากสื่อข้างต้นในภาพรวม 6 ข้อ อยู่ในเกณฑ์มาก ($\bar{X}=1.88$ SD=1.21) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า 3 อันดับแรก คือ ความรู้ความเข้าใจเรื่องของการคัดแยกขยะ (206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50) ตามด้วยความรู้เรื่องการกำจัดขยะ เช่น ฝังกลบ เผา หมักปุ๋ย (110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50) และความรู้เรื่องของการลดขยะมูลฝอย (40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00)

ด้านการประยุกต์ใช้ความรู้มาใช้ในชีวิตประจำวัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการประเมินระดับการนำไปประยุกต์ใช้ทั้ง 3 ข้ออยู่ในเกณฑ์มาก กล่าวคือ หลังจากได้รับข่าวสารการจัดการขยะในครัวเรือนแล้วกลุ่มเป้าหมายมีการนำไปประยุกต์ใช้มากขึ้นเพียงใด ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์มาก ($\bar{X}=1.77$ ค่า SD=0.96) โดยพบว่ามีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันในการคัดแยกออกเป็นประเภทต่างๆ เช่น ขยะรีไซเคิล ขยะทั่วไป ขยะอันตราย และขยะอันตราย (344 คน คิดเป็นร้อยละ 86.0) ต่อมาคือการนำความรู้ไปแยกเป็นประเภทขยะเปียกและขยะแห้งเท่านั้น (49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3) และไม่สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้เลย (จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8)

การทดสอบสมมติฐานข้อ 1 พบว่า การเปิดรับและการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะโดยรวมทุกประเภหมี ความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้ความเข้าใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r=-0.078$) ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 2 พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการขยะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการประยุกต์ใช้และพฤติกรรมการจัดการขยะในครัวเรือนและชุมชนโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ($r=0.146$)

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก จากเจ้าหน้าที่เทศบาล ผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการขยะในเทศบาล ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก ส่วนตัวแทนชุมชน ประธานชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลางขึ้นไป เมื่อให้อธิบายถึงหลักการ นโยบายจากเทศบาลสู่ชุมชน มีบางชุมชนที่ตอบได้ชัดเจน ส่วนใหญ่จะไม่สามารถอธิบายนโยบาย วิธีการแบบละเอียดได้ โดยอธิบายได้เพียงบางด้านเท่านั้น เช่น ในชุมชนหรือครัวเรือนที่ตนอาศัยจะมีการคัดแยกขยะต้นทาง เช่น เศษผัก เศษอาหาร ถุงพลาสติก เท่านั้น และทิ้งขยะอันตรายเอาไปทิ้งยังที่ที่จัดไว้ให้ ในบางชุมชนมีการคัดแยกและจำหน่ายขยะมูลฝอยของชุมชน โดยชุมชนจะจัดการกันเอง เพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการภายในชุมชน โดยสาระสำคัญของการคัดแยกขยะต้นทาง ตามแนวทาง “จังหวัดสะอาด -3Rs- ประชากรรัฐ” คือ การใช้น้อย (Reduce) ใช้ซ้ำ (Reuse) และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ตัวแทนชุมชนส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องการคัดแยกขยะเปียกและขยะแห้ง และเรื่องที่กำลังจัดขยะของแต่ละชุมชน ยังไม่มีความรู้เรื่องการแปรรูปหรือการนำกลับมาใช้ใหม่มากนัก เนื่องจากขาดความรู้ที่ถ่องแท้ทำให้ไม่สามารถที่จะอธิบายหรือเชื่อมโยงการกำจัดขยะในภาพรวมได้อย่างเป็นรูปธรรม

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 : เพื่อสร้างรูปแบบและกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกันที่เหมาะสมกับชุมชน ในเขตเทศบาลตำบลหนองล่อง อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายประเมินระดับความคิดเห็นต่อการสร้างรูปแบบการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการขยะในชุมชนทั้ง 18 ช้อในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์มาก ($\bar{X}=3.76$) โดยการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในกระบวนการวางแผนโครงการบริหารจัดการขยะของเทศบาลและจากเกณฑ์การแบ่ง ระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.73$ SD=0.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คราวเรือนในชุมชนมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมประชุมร่วมกับเทศบาลเพื่อพัฒนาระบบการจัดการขยะมูลฝอยในชุมชนมากที่สุด ($\bar{X}= 3.90$ SD= 0.92) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในกระบวนการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของประชาชนเพื่อจัดทำโครงการจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาล ($\bar{X}= 3.76$ SD= 0.95) การมีส่วนร่วมในการวางแผนโครงการ เพื่อแก้ปัญหาขยะมูลฝอยในชุมชน ($\bar{X}= 3.74$ SD= 1.02) ตามลำดับ สามารถจัดกลุ่มแนวทางการสร้างกระบวนการสื่อสารที่เหมาะสมในชุมชนได้ 2 แนวทางคือ 1) การพัฒนาบุคลากรของรัฐ ของชุมชนและกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และ 2) การพัฒนาสื่อและช่องทางการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายแบบมีส่วนร่วมภายในชุมชน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่เหมาะสมในชุมชนนั้น ประกอบด้วย 3 รูปแบบ คือ 1) การให้ความรู้ 2) การปรึกษาหารือ และ 3) การสื่อสารภายในและภายนอกกลุ่ม ผ่านสื่อและกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 5 ประเภท ได้แก่ 1) สื่อบุคคล ได้แก่ บุคลากรในเทศบาล กองสาธารณสุข ฯลฯ กำหนด ผู้ใหญ่บ้าน ตัวแทนชุมชน แกนนำชุมชน เป็นต้น 3) การจัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้ อบรมเชิงปฏิบัติการ โดยใช้กิจกรรมที่สร้างกระบวนการมีส่วนร่วม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และร่วมผลิตสื่อ 4) สื่อประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานเทศบาล เช่น คู่มือ แผ่นพับ สื่อเฉพาะกิจต่างๆ 5) สร้างเครือข่ายการสื่อสารภายในกลุ่มและภายนอกกลุ่มเครือข่ายในเทศบาลอื่นๆ โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสาร 3 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์การให้ความรู้ 2) กลยุทธ์สร้างแรงบันดาลใจ และ 3) กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) การสร้างความรู้ ความตระหนักโดยหน่วยงานรัฐ 2) การสร้างแรงบันดาลใจ ความศรัทธาด้วยตัวแทนชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการกำจัดขยะ และมีรายได้จากการแปรรูปขยะในชุมชน ได้ร่วมถ่ายทอดความรู้ การศึกษาตัวอย่างต้นแบบจากชุมชนต้นแบบที่ประสบความสำเร็จและมีการยอมรับในระดับประเทศ 3) การลงมือปฏิบัติ ด้วยการให้ตัวแทนชุมชนกับชุมชนร่วมกันวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและปฏิบัติตามกลยุทธ์นั้น และ 4) การยอมรับจากชุมชน โดยชุมชนลงมือปฏิบัติ การนำสื่อไปใช้ ร่วมกันประเมินสื่อหลังจากที่ใช้ไปได้ระยะหนึ่ง เพื่อหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขเพื่อพัฒนาแผนกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจากชุมชนให้มีคุณภาพต่อไป

อภิปรายผล

จากข้อค้นพบงานวิจัยที่ระบุไว้ว่าหน่วยงานเทศบาลมีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างรูปแบบและกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกันที่เหมาะสมกับชุมชนในเขตเทศบาลตำบลหนองล่อง อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน สอดคล้องผลการศึกษาของ เรืองฤทธิ์ กิติวิทยางค์ นันทิยา ดวงกุ่มเมศ และ อีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์ (2559) ที่เสนอแนะให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการสื่อสารรณรงค์ เพื่อกำหนดทิศทางนโยบายและแนวทาง การจัดการขยะมูลฝอยชุมชนแบบบูรณาการที่มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยเฉพาะการลดปริมาณขยะมูลฝอยชุมชนที่ต้นทาง การส่งเสริมนโยบาย 3 Rs ได้แก่ การลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ควรนำรูปแบบการสื่อสารรณรงค์ หลักปฏิบัติการจัดการขยะมูลฝอยโดยชุมชน (3 Rs – CSM Model) ไปสู่การปฏิบัติเพื่อพิจารณาถึงข้อดีหรือข้อที่ควรปรับปรุง และนำไปพัฒนารูปแบบการสื่อสารรณรงค์เพื่อการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนแบบบูรณาการให้เหมาะสมต่อไป และงานวิจัยของกันทลีส ทองบุญมา (2559) ที่อธิบายถึงการเปิดรับสื่อของประชาชนมีความสัมพันธ์ต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน เพราะฉะนั้นชุมชนควรได้รับการสนับสนุนและให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในชุมชน และนำไปใช้ในการสื่อสารกิจกรรมต่างๆได้อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้จากสมมติฐานการวิจัยที่มุ่งศึกษาความรู้ความเข้าใจ ทักษะและพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับการประยุกต์ใช้ในการจัดการขยะในครัวเรือนและชุมชนพบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r=155$) กล่าวคือเมื่อมีความรู้เรื่องการจัดการขยะจะมีการนำไปประยุกต์ใช้ในครัวเรือนมากตามไปด้วย สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ จรรยา ปานพรม (2554) ที่ระบุว่า การให้ความรู้เรื่องขยะมูลฝอยหรือสิ่งแวดล้อมในชุมชนควรเน้นการคัดแยกขยะมูลฝอยของครัวเรือนเป็นหลัก รวมทั้งการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของชุมชน ควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มดำเนินการ และมีส่วนร่วมทุกกระบวนการจะส่งผลให้การดำเนินการดังกล่าวประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น ผลการศึกษาของจันทร์เพ็ญ มินคร (2554) ที่เสนอแนะแนวทาง ดังนี้คือ 1) ควรมีการรณรงค์ในเรื่องการคัดแยกมูลฝอยและการทิ้งมูลฝอยอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสนับสนุนด้านอุปกรณ์ในการจัดการมูลฝอยให้แก่ชุมชนอย่างพอเพียงต่อความต้องการและความเหมาะสมของแต่ละชุมชน 2) สนับสนุนแนวทางการร่วมมือ ซึ่งเป็นปัจจัยในการนำไปสู่ความสำเร็จของการจัดการมูลฝอยของชุมชน 3) ควรมีการจัดเก็บขยะอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ประชาชนในชุมชน มีการกำหนดจุดทิ้งมูลฝอยของแต่ละชุมชน และ 4) มีการทำงานแบบมีส่วนร่วม โดยให้ชุมชนวิเคราะห์ประเด็นของการมีส่วนร่วม ซึ่งต้องแยกให้แก่นำได้เรียนรู้จากผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่ เพื่อการเป็นรูปแบบมาจากองค์การบริหารส่วนตำบล

ในด้านรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อบริหารจัดการขยะในชุมชนที่เหมาะสมนั้น จากงานวิจัยค้นพบว่าควรใช้รูปแบบการสื่อสาร 3 รูปแบบ คือ 1) การให้ความรู้ 2) การปรึกษาหารือ และ 3) การสื่อสารภายในและภายนอกกลุ่ม ผ่านสื่อและกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของทิวา ประสุพรรณ ศิริวัฒน์ จิระเดชประไพ, ดารากร เจียมวิจักขณ์ และปรีชา ดิลกภูมิสิทธิ์ (2559) ที่เสนอว่าในการวางแผนงานหรือโครงการจัดการขยะมูลฝอยแบบมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการกำหนดนโยบายและแผนงานในการขยายผลโครงการสู่ชุมชนในระดับกว้างด้วย เช่น กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างเครือข่าย การรณรงค์สร้างความตระหนัก การประชาสัมพันธ์โดยเคาะประตูครัวเรือน การสร้างแรงจูงใจให้ปฏิบัติโดยการแข่งขันและให้รางวัล เป็นต้น และปภาวรินทร์ นาจำปา (2557) ที่พบว่าควรสนับสนุนให้ภาคประชาชนคัดเลือกตัวแทนเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาล โดยการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารราชการเพื่อขอความร่วมมือให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานจัดทำเทศบาลัญญัติเกี่ยวกับการรักษาความสะอาดภายในชุมชนของเทศบาลให้มากยิ่งขึ้น และควรสนับสนุนให้ภาคประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบรายได้จากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมขยะมูลฝอยของเทศบาล โดยการจัดประชุมประชาคมเพื่อคัดเลือกตัวแทนของชุมชนจากประชาชนที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอย เพื่อให้มีการติดตามประเมินผลและรายงานผลรายรับจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมขยะมูลฝอยอย่างมีประสิทธิภาพ และงานวิจัยของสิทธิชัย เทวะธีรรัตน์, ประสิทธิ์ เฉิดจินดา, จตุรภัทร ชัยสุพรรณ, เสาวนีย์ โคตรพันธ์และรักจิต มั่นพลศรี (2552) ที่พบว่าชุมชนควรปรับเปลี่ยนบทบาทการสื่อสารจากผู้รับสารแบบเฉื่อยชา (passive) เป็นแบบตื่นตัว (active) จากการสื่อสารแบบทางเดียวเป็นการสื่อสารแบบสองทาง และปรับทิศทางการสื่อสารจากบนลงล่างเป็นแบบล่างขึ้นบน รวมทั้งการปรับการไหลเวียนของสารจากแนวตั้งเป็นแนวนอน

แผนกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสร้างความรู้ ความตระหนัก 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การลงมือปฏิบัติ และ 4) การยอมรับจากชุมชน สอดคล้องกับทฤษฎีแพร่กระจายนวัตกรรมของโรเจอร์ (Everett M. Roger) ที่ระบุไว้ 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นความรู้ ขั้นโน้มน้าวใจ ขั้นตัดสินใจยอมรับ ขั้นปฏิบัติและยืนยัน นอกจากนี้ผลการวิจัยครั้งนี้ได้พัฒนาสร้างรูปแบบการสื่อสารรณรงค์ หลักปฏิบัติการจัดการขยะมูลฝอยโดยชุมชน (3 Rs – CSM Model) ประกอบด้วย Reduce/การลดการใช้ Reuse/การใช้ซ้ำ Recycle/การนำกลับมาใช้ใหม่ Community Participation/การมีส่วนร่วมของชุมชน Selective exposure/ การเลือกเปิดรับข่าวสาร และ Management/การจัดการ สอดคล้องกับแนวคิด โซบาโนกลัส และคนอื่น ๆ (Tchobanoglous, et al., 1993) อธิบายถึงการให้ความสำคัญแนวทางการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนแบบบูรณาการเพื่อนำไปปฏิบัติในชุมชนตามความสำคัญของสภาพปัญหา ได้แก่ การลดปริมาณขยะมูลฝอย ณ แหล่งกำเนิด การนำกลับมาใช้ใหม่ การเปลี่ยนรูปขยะมูลฝอย และการฝังกลบ นำไปสู่การสื่อสารรณรงค์ ผ่านสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร

ที่หลากหลายในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมที่หลากหลายของชุมชนในการเรียนรู้ การยอมรับ การตัดสินใจ และนำไปสู่การปฏิบัติในการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนแบบบูรณาการในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการกำหนดนโยบายและแผนงานประจำปี ต่อยอดโครงการในปีที่ผ่านมา รวมทั้งขยายผลโครงการสู่ชุมชนในระดับกว้าง เช่น การสร้างแรงจูงใจให้ปฏิบัติโดยการแข่งขันและให้รางวัลแก่ชุมชน การสร้างเครือข่าย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดเวทีของเทศบาลสัญจรไปแต่ละหมู่บ้าน การรณรงค์สร้างความตระหนัก การประชาสัมพันธ์โดยเคาะประตูครัวเรือน เป็นต้น
2. ควรจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจากประชาชนโดยตรง 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสร้างความรู้ ความตระหนัก 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การลงมือปฏิบัติ และ 4) การยอมรับจากชุมชน โดยใช้ทรัพยากรในชุมชน ตัวแทนชุมชน การศึกษาดูงาน ตลอดจนการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง ชุมชนต้นแบบมาให้ความรู้และแนะแนวทางปฏิบัติแก่ชุมชน
3. ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ พนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรลงมือปฏิบัติเป็นแบบอย่างแก่ชุมชน รวมทั้งการรับฟังปัญหา กระบวนการมีส่วนร่วมกับชุมชนในลักษณะการสื่อสารสองทาง เป็นการสื่อสารจากบนลงล่างและจากระดับล่างขึ้นสู่ระดับบน เพื่อบรรลุเป้าหมายของการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารให้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กันทลัส ทองบุญมา. (2559, กุมภาพันธ์-พฤษภาคม). การเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์คลองบางขุนเทียนของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์**. 2(1), 111 - 122.
- เรืองฤทธิ์ กิตติวิทยาพงศ์ นันทิยา ดวงกุ่มเมศ และธีรเดช ชื่นประภาอนุสรณ์. (2559). การพัฒนารูปแบบการสื่อสารรณรงค์เพื่อการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนแบบบูรณาการในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. **วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, ปีที่ 11 ฉบับที่ : 1 , 133-146.
- จรรยา ปานพรม. (2554). การมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะมูลฝอยของครัวเรือน : เทศบาลตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. งานค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การจัดการสิ่งแวดล้อม) คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จันทร์เพ็ญ มินคร. (2554). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการขยะมูลฝอยของชุมชนตำบลบางนางลี่ อำเภอมัทพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ทิวา ประสุวรรณ ศิริวัฒน์ จิระเดชประไพ, ดารากร เจียมวิจักขณ์ และปรีชา ดิลกวุฒิสิทธิ์. (2559). การจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน ในตำบลบ้านแลง อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง. **วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 หน้า 45-60.
- ทวีศักดิ์ บุตรตัน. (2561, ตุลาคม 12-18). โลกร้อนเพราะมือเรา “ล่าปูน” จังหวัดสระอาด. **มติชนสุดสัปดาห์**, หน้า 46.
- ปภาวรินทร์ นาจำปา. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาลตำบลคลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์นี้รัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สิทธิชัย เทวะธีรรัตน์ ประสิทธิ์ เฉิดจินดา จตุรภัทร ชัยสุวรรณ เสาวนีย์ โคตรพันธ์และรักจิต มั่นพลศรี. (2547).

การศึกษาการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อจัดการปัญหาขยะของประชาชนท้องถิ่น อำเภอปากช่อง
จังหวัดนครราชสีมา. กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

อรรวรรณ ปิลาธนโอบาท. (2554). การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แผนปฏิบัติการประเทศไทยไร้ขยะตามแนวทางประชารัฐ. กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม.
2559.

แนวทางการสื่อสารและการออกแบบนวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในเขตเทศบาล
ตำบลเวียง (บ้านทราย) อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

COMMUNICATION APPROACH AND INNOVATIVE DESIGN FOR PROMOTING
THE ELDERLY HEALTH IN WIANG (BAN SAI) SUBDISTRICT MUNICIPALITY,
CHIANGKHAM DISTRICT, PHAYAO PROVINCE.

ภาคภูมิ พิววงศ์¹
กนกพร เอกกะสินสกุล²
กิติวัฒน์ กิติบุตร³

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการสื่อสารและการออกแบบนวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา” มีวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) 2) เพื่อออกแบบนวัตกรรมในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่มกับผู้สูงอายุอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) โดยใช้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มีกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) จำนวน 70 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่ การประชุมกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุชื่นชอบกิจกรรมฟังเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง ผู้วิจัยจึงนำเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองมาเป็นนวัตกรรมในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุโดยการสอดแทรกเนื้อหาการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกัน และดูแลสุขภาพในผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง และเบาหวาน เข้าไปในเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง เพื่อให้เข้าถึงการรับรู้ของผู้สูงอายุ โดยกลุ่มบัวระวงค์เป็นการรวมกลุ่มของเยาวชนในเขตเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) อายุตั้งแต่ 10-18 ปี จำนวน 20 คน เป็นผู้เผยแพร่การส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุมีสุขภาพจิตของผู้สูงอายุดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด มีความสุข อารมณ์ดี ยิ้มแย้ม หัวเราะ สลับกับการให้สัมภาษณ์ตลอดเวลา สามารถให้ข้อมูลได้อย่างกระตือรือร้น มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการดูแลสุขภาพตนเอง ให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ที่ดูแลเกี่ยวกับโรงเรียนผู้สูงอายุ รวมทั้งให้ความร่วมมือในเรื่องของการดูแลสุขภาพตนเอง และการเป็นผู้เผยแพร่วิธีการดูแลสุขภาพไปให้กับผู้สูงอายุคนอื่นๆ

คำสำคัญ: การส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ, สื่อพื้นบ้าน, เยาวชน

¹ ศศ.ม. นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

² ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

³ ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Abstract

Research "Communication approach and innovative design for promoting the elderly health in Wiang (Ban Sai) subdistrict municipality, Chiangkham district, Phayao province.." has objectives to 1) study the health promotion of the elderly in Wiang (Ban Sai) Subdistrict Municipality. 2) design innovation in the health promotion of elderly in Wiang (Ban Sai) Subdistrict Municipality. This research is a participatory action study. The target population is the people in Wiang (Ban Sai) Subdistrict Municipality. The data were collected by using in-depth interview and group discussion with older people living in Wiang (Ban Sai) Subdistrict Municipality using participatory communication process. The sample group consisted of 70 elderly people living in Wiang (Ban Sai) Subdistrict Municipality. Research instruments include subgroup meetings and depth interviews.

The research found that elder people love listening to the "SAW" fiddle in north Thailand traditional music. Researchers have included innovative design for promoting the elderly health, prevention and health care in hypertensive patients and diabetic patients into traditional music to reach the perception of the elderly. The Buarawong group was a group of 20 youths from Wiang (Ban Sai) Subdistrict Municipality, aged 10 to 18 years; who were the promoters of health promotion for the elderly. It was found that the elderly had better mental health of the elderly, with a good sense of happiness, good mood, smile, laughs alternating with interviews all the time. Elderly people can provide information enthusiastically; knowledge of self-care, cooperate with senior care officers in senior school including cooperation in the field of health care and also a health care publisher to other elderly.

Keywords: Promoting the elderly health, Folk Media, Youth

บทนำ

จากบทสรุปแผนงานส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค กลุ่มผู้สูงอายุ พ.ศ.2557 (PPFlagship-2557 กระทรวงสาธารณสุข) ได้กล่าวถึงภาวะคุกคามด้านการดูแลผู้สูงอายุในปัจจุบันประกอบด้วย 1) ระบบการดูแลรักษาผู้สูงอายุยังไม่แตกต่างจากกลุ่มอายุอื่น มุ่งเน้นการรักษาโรค (Disease Management) มากกว่าการรักษาแบบ Case Management 2) มาตรฐานในการดูแลผู้สูงอายุในสถานบริการและในชุมชนต้องการการพัฒนา 3) ระบบและรูปแบบการดูแลผู้สูงอายุระยะยาวในชุมชนต่างๆ 4) บุคลากรที่มีองค์ความรู้และทักษะในการดูแลรักษาผู้สูงอายุ 5) รูปแบบของบริการสาธารณสุขในอนาคตเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ เพื่อชะลอการเสื่อมของร่างกายและจิตใจมีการเสนอแนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคให้กับผู้สูงอายุทั้งทางร่างกายและจิตใจ (ศ.นพ.ประเสริฐ อัสสันตชัย , ภาควิชาเวชศาสตร์ป้องกันและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล 2554) ได้แบ่งการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคสำหรับผู้สูงอายุเป็น 3 ระดับ คือ 1. การป้องกันโรคในระดับปฐมภูมิ หมายถึงการป้องกันโรคโดยการส่งเสริมสุขภาพให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพที่ดีตามควรแก่อัตรภาพ คงระยะเวลาที่มีสุขภาพโดยรวมทั้งยาวนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตั้งแต่วัยไม่มีโรค 2. การป้องกันโรคในระดับทุติยภูมิ หมายถึงการป้องกันโรคที่เกิดขึ้นแล้วแต่ป้องกันไม่ให้พยาธิสภาพรุนแรงขึ้นด้วยการคัดกรองสุขภาพเป็นระยะเพื่อตรวจหาโรคและให้การดูแลรักษาโรคตั้งแต่

ระยะแรก 3. การป้องกันโรคในระดับตติยภูมิ หมายถึงการป้องกันภาวะแทรกซ้อน การป้องกันการเกิดโรคซ้ำ ตลอดจนการป้องกันความพิการภาวะทุพพลภาพระยะยาวที่อาจเกิดในภายหลัง สำหรับปัญหาสุขภาพจิตที่พบบ่อยในผู้สูงอายุ 5 อันดับแรกคือ ความวิตกกังวล ซึมเศร้า นอนไม่หลับ ภาวะสมองเสื่อม ปัญหาเรื่องเพศ นอกจากนี้ จากการสำรวจสุขภาพจิตผู้สูงอายุโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติด้วยแบบคัดกรองความสุขฉบับ 15 ข้อในปี 2554 พบว่าคะแนนเฉลี่ยของผู้สูงอายุต่ำกว่าคนทั่วไป โดยประมาณ 1 ใน 3 ของผู้สูงอายุเป็นผู้ที่มีความเปราะบางทางจิตใจ และมีสาเหตุมาจากปัญหาการเจ็บป่วยเรื้อรัง ความรู้สึกมีคุณค่าในตัวเองลดลงและค่านิยมต่อสูงอายุในสังคมไทยเปลี่ยนแปลง

ผลการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพจิตและป้องกันปัญหาสุขภาพจิตผู้สูงอายุที่ผ่านมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 มีการดำเนินงานในพื้นที่ดำเนินงานระดับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เน้นการดำเนินงานในชมรมผู้สูงอายุเพื่อคัดกรองปัญหาสุขภาพจิตในผู้สูงอายุและสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตและป้องกันปัญหาสุขภาพจิตให้กับผู้สูงอายุ ปี พ.ศ.2555 เพิ่มการดำเนินงานในพื้นที่ระดับหน่วยบริการทางการแพทย์ด้วยการพัฒนาและสนับสนุนให้เกิดบริการงานสุขภาพจิตในคลินิกสูงอายุ/คลินิก NCD ในสถานบริการระดับโรงพยาบาลชุมชนและโรงพยาบาลทั่วไป ปี 2556 พัฒนาแนวทางการดูแลทางด้านสังคมจิตใจให้กับผู้สูงอายุในงานบริการสุขภาพจิตของคลินิกสูงอายุ/คลินิก NCD ในสถานบริการระดับโรงพยาบาลชุมชนและโรงพยาบาลทั่วไป ปี 2557 พัฒนาเกณฑ์เบื้องต้นในการส่งเสริมสุขภาพจิตและป้องกันปัญหาสุขภาพจิตผู้สูงอายุในชุมชน

เพื่อให้เกิดระบบการดูแลผู้สูงอายุในชุมชนและอย่างต่อเนื่อง ในปี 2558 จำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในงานส่งเสริมสุขภาพจิตและป้องกันปัญหาสุขภาพจิตผู้สูงอายุด้วยการส่งเสริมและพัฒนาให้ชุมชนสามารถส่งเสริมศักยภาพให้กับผู้สูงอายุในชุมชนและมีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพจิตสุขภาพจิตผู้สูงอายุได้ นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สามารถส่งเสริมสุขภาพจิตและป้องกันปัญหาสุขภาพจิตผู้สูงอายุในชุมชนได้ การส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ วิธีการหนึ่ง คือการส่งเสริมสุขภาพจิต กล่าวคือ สุขภาพจิตดี ย่อมส่งผลต่อสุขภาพร่างกายตามไปด้วย

และจากเหตุนี้ จึงเห็นได้ว่าปัญหาสุขภาพผู้สูงอายุ เป็นปัญหาที่ใหญ่ขึ้นทุกวัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงปัญหา และเลือกพื้นที่เทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยาเป็นพื้นที่เป้าหมายในการทำวิจัย เนื่องจากพื้นที่มีผู้สูงอายุ จำนวนมากถึง 200 คน ได้รับการสนับสนุนให้จัดตั้งโรงเรียนผู้สูงอายุ เพื่อส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ และได้รับความร่วมมือจากผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเป็นอย่างดี รวมทั้งการตรวจเยี่ยมผู้ป่วยและส่งเสริมสุขภาพจากอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อหาวิธีการในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุแบบมีส่วนร่วมเพื่อสุขภาพชุมชนของชุมชนในชุมชนต่อไป

โดยมีแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารสุขภาพ ระดับกิจกรรมและองค์ประกอบสื่อสารสุขภาพ ทุกระดับในการส่งเสริมสุขภาพ การสื่อสารเป็นกลไกในการเชื่อมร้อยให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะในระดับบุคคล ชุมชน และที่สำคัญคือการสื่อสารทำหน้าที่ในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน การสื่อสารสุขภาพที่มีการนำมาใช้และสร้างการมีส่วนร่วม

2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน เป็นการสื่อสารที่มีบทบาททางสังคมที่สำคัญยิ่งในหลายๆ ด้านนับตั้งแต่อดีตเป็นต้นมา วัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนนั้นมีมานานแล้ว ชาวบ้านมีระบบการสื่อสารของตัวเองที่ถ่ายทอดผ่านสื่อพื้นบ้าน ซึ่งสื่อพื้นบ้านเหล่านี้ไม่เพียงแต่ให้ความบันเทิงเท่านั้นแต่ยังให้เนื้อหาที่เป็นความรู้ ข้อมูล ความคิดเห็นและการอบรมสั่งสอนในเรื่องเกี่ยวกับคุณค่าต่างๆ อีกด้วย

3. แนวคิดปัญหาสุขภาพจิตที่พบในผู้สูงอายุและการส่งเสริมสุขภาพจิตที่พบในผู้สูงอายุ ปัญหาที่รบกวนจิตใจผู้สูงอายุส่วนใหญ่ มักเป็นเรื่องสัมพันธ์ภาพในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นโดยเฉพาะคนในครอบครัวและสิ่งที่มีอายุไขว

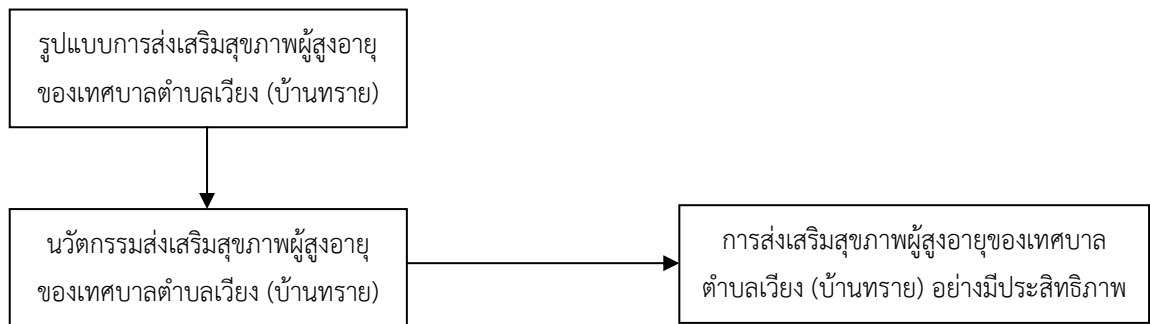
ต่อความรู้สึกมากที่สุดคือการเสียหน้า การเสียคุณค่าและการเสียความเคารพจากผู้อื่น ส่วนปัญหาสุขภาพจิตที่พบบ่อยในผู้สูงอายุ คือ เรื่องความเครียด วิตกกังวล เหงา/ว้าเหว จู้จี้ ขี้บ่น กลัวการถูกทอดทิ้ง รู้สึกว่าตนเองไม่มีคุณค่า นอนไม่หลับ

สรุปจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว จึงทำให้นำมาสู่การทำวิจัย เรื่อง “แนวทางการสื่อสารและการออกแบบนวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา” ในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย)
2. เพื่อออกแบบนวัตกรรมในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่เขตพื้นที่เทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา จำนวน 5,833 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง คือ ผู้สูงอายุในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) เพื่อสัมภาษณ์กลุ่ม (focus group) โดยกำหนดไว้ทั้งหมด 70 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- (1) แบบสอบถาม
- (2) แบบสัมภาษณ์

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1) เชิงคุณภาพ: แบบสัมภาษณ์ (โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ) และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและนำมาสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

2) เชิงปริมาณ: การใช้แบบสอบถาม ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ใช้การพิจารณาเนื้อหาและข้อคำถามโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ส่วนความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ใช้การพิจารณา ค่า น้ำหนักปัจจัย (factor loading) ขณะเดียวกันพิจารณาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยพิจารณาจากค่า Cronbach's Alpha ซึ่งต้องมากกว่า 0.7

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) ทั้งหมด 10 ชุมชน มีจำนวนประชากร 5,833 คน เป็นผู้มีอายุเกิน 60 ปี หรือผู้สูงอายุ จำนวน 816 คน คิดเป็นร้อยละ 13.99 ของประชากรทั้งหมด

2. ข้อมูลด้านการประกอบอาชีพของผู้สูงอายุ พบว่า ไม่ได้การประกอบอาชีพอะไรที่เป็นหลักแหล่ง และทำกิจกรรมเล็กๆ น้อยๆ เช่น จักสานของใช้ในครัวเรือน ถางหญ้า ปลูกผักสวนครัว เลี้ยงหลาน เป็นต้น

3. ข้อมูลด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ จากการเก็บรวบรวมสถิติของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเวียง ร่วมกับเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) พบว่า ผู้สูงอายุเป็นโรคความดันโลหิตสูง และเบาหวาน ร้อยละ 80 ของผู้สูงอายุทั้งหมดที่ป่วย และมีจำนวนร้อยละ 5 ของผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นผู้ป่วยติดเตียง

4. การศึกษาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) ได้ดำเนินกิจกรรมการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่มกับผู้สูงอายุ เพื่อศึกษาบริบท การส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) หน่วยงานที่รับผิดชอบ และสถานการณ์ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) ในปัจจุบัน และทำการรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ การสังเกตในพื้นที่จริง และศึกษาแนวทางการจัดการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) ผลที่ได้จากการจัดเวที พบว่า

1) เทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) จัดกิจกรรมโรงเรียนผู้สูงอายุ ทุกวันที่ 14 ของทุกเดือน โดยมีผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละเดือน ประมาณ 70 คน คิดเป็นร้อยละ 8.58 ของจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด

2) มีกิจกรรมของโรงเรียนผู้สูงอายุ ได้แก่ การอบรมให้ความรู้ด้านอาชีพ เช่น การจักสาน การทำดอกไม้ประดิษฐ์ การออกกำลังกาย เช่น การรำไท่เก๊ก การรำกระบี่กระบอง การอบรมให้ความรู้ด้านสุขภาพ เช่น การดูแลสุขภาพด้วยตนเอง การป้องกันโรคต่างๆ กิจกรรมนันทนาการต่างๆ เช่น การประกวดต่างๆ การเดินตามจังหวะดนตรีย้อนยุค กิจกรรมนันทนาการพื้นฐาน กิจกรรมฟังเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง และกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ต่างๆ เช่น การทำความสะอาดลานวัด การเก็บขยะตามสถานที่ต่างๆ

5. การออกแบบนวัตกรรมในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) ได้นำข้อมูลจากเวทีแลกเปลี่ยน มาเป็นแนวทาง พบว่า

1) ผู้สูงอายุชื่นชอบกิจกรรมนันทนาการ คือ กิจกรรมฟังเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองมากที่สุด ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการออกแบบนวัตกรรมในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ กล่าวคือ เพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง เป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุชื่นชอบ โดยมีช่างขอ ที่เป็นอาศัยอยู่ในชุมชนบ้านบึง เขตเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) คือ พ่อตรและแม่คล้าย ซึ่งมีอาชีพเป็นช่างขอ รับจ้างขับเพลงขอตามงานต่างๆ

2) ข้อมูลด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ จากการเก็บรวบรวมสถิติของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเวียง ร่วมกับเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) พบว่า ผู้สูงอายุเป็นโรคความดันโลหิตสูง และเบาหวาน ร้อยละ 80 ของผู้สูงอายุทั้งหมดที่ป่วย และมีจำนวนร้อยละ 5 ของผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นผู้ป่วยติดเตียง

3) การสืบสานเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองของกลุ่มเยาวชน โดยกลุ่มบัวระวงค์เป็นการรวมกลุ่มของเยาวชนในเขตเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) อายุตั้งแต่ 10-18 ปี จำนวน 20 คน

หลังจากได้นวัตกรรมจากงานวิจัยในครั้งนี้ คือ เพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการป้องกัน และดูแลผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง และเบาหวาน โดยเยาวชนกลุ่มบัวระวงค์ ได้เข้าร่วมกิจกรรมขับเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง ในโรงเรียนผู้สูงอายุ ในรอบเดือนกรกฎาคม 2561 พบว่า

1. ทีมนักวิจัยได้ใช้แบบสังเกตพฤติกรรมการรับสารของผู้สูงอายุ หลังจากได้ฟังการขับเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองของเยาวชนกลุ่มบัวระวงค์ พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุมีความสุข อารมณ์ดี ซึ่งเปรียบเทียบกับกิจกรรมประเภทบรรยาย หรือกิจกรรมประเภทประดิษฐ์ของใช้ไม้สอย

2. การติดตามผลการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ หลังจากกิจกรรมขับเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองในโรงเรียนผู้สูงอายุ ในเดือนกรกฎาคม 2561 โดยใช้แบบสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม (Focus group) พบว่า จากการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุ จำนวน 70 คนจากจำนวน 100 คน หลังจากการจัดกิจกรรมขับเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองของเยาวชนกลุ่มบัวระวงค์ ไปแล้ว 1 เดือน กล่าวคือ

1) สุขภาพจิตของผู้สูงอายุดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากการสังเกตใบหน้า อารมณ์ และลักษณะการพูด การให้สัมภาษณ์ ผู้สูงอายุมีอาการยิ้มแย้ม หัวเราะ สลับกับการให้สัมภาษณ์ตลอดเวลา สามารถให้ข้อมูลได้อย่างกระตือรือร้น

2) ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการดูแลสุขภาพตนเอง จากการสัมภาษณ์เรื่องโรคประจำตัวของผู้สูงอายุ การดูแลสุขภาพตนเอง ผู้สูงอายุสามารถจดจำได้

3) การให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ที่ดูแลเกี่ยวกับโรงเรียนผู้สูงอายุ รวมทั้งเจ้าหน้าที่สาธารณสุขโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบลเวียง พบว่า ผู้สูงอายุให้ความร่วมมือในเรื่องของการดูแลสุขภาพตนเอง รวมทั้งเป็นผู้เผยแพร่วิธีการดูแลสุขภาพให้กับผู้สูงอายุคนอื่นๆ

อภิปรายผล

การผลการวิจัยการสื่อสารสุขภาพผู้สูงอายุผ่านสื่อพื้นบ้านในกลุ่มเยาวชนพื้นที่เทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา พบว่า

1. การศึกษาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) โดยการการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่มกับผู้สูงอายุ เพื่อศึกษาบริบท การส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) หน่วยงานที่รับผิดชอบ และสถานการณ์ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) ในปัจจุบัน และทำการรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ การสังเกตในพื้นที่จริง และศึกษาแนวทางการจัดการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) ผลที่ได้ พบว่า

1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) ทั้งหมด 10 ชุมชน มีจำนวนประชากร 5,833 คน เป็นผู้มีอายุเกิน 60 ปี หรือผู้สูงอายุ จำนวน 816 คน คิดเป็นร้อยละ 13.99 ของประชากรทั้งหมด :ซึ่งยังถือว่า ผู้สูงอายุในพื้นที่เทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) ยังมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับสัดส่วนผู้สูงอายุทั้งจังหวัดพะเยา ซึ่งมีร้อยละ 18.84

2) ข้อมูลด้านการประกอบอาชีพของผู้สูงอายุ พบว่า ไม่ได้การประกอบอาชีพอะไรที่เป็นหลักแหล่ง และทำกิจกรรมเล็กๆ น้อยๆ เช่น จักสานของใช้ในครัวเรือน ถางหญ้า ปลูกผักสวนครัว เลี้ยงหลาน เป็นต้น ซึ่งเป็นจุดที่ทำให้ผู้สูงอายุเกิดอารมณ์หงา ว้าวุ่น เพราะไม่มีกิจกรรมทำในยามว่าง เกิดภาวะสุขภาพจิตที่ย่ำแย่ส่งผลต่อสุขภาพร่างกาย โรคภัยไข้เจ็บตามมา

3) ข้อมูลด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ จากการเก็บรวบรวมสถิติของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเวียง ร่วมกับเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) พบว่า ผู้สูงอายุเป็นโรคความดันโลหิตสูง และเบาหวาน ร้อยละ 80 ของผู้สูงอายุทั้งหมดที่ป่วย และมีจำนวนร้อยละ 5 ของผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นผู้ป่วยติดเตียง โดยโรคประจำตัวของผู้สูงอายุส่วนใหญ่ เป็นโรคที่พบได้ในผู้สูงอายุส่วนใหญ่ของประเทศ

4) การศึกษาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ พบว่า

4.1 เทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) จัดกิจกรรมโรงเรียนผู้สูงอายุ ทุกวันที่ 14 ของทุกเดือน โดยมีผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละเดือน ประมาณ 70 คน คิดเป็นร้อยละ 8.58 ของจำนวนผู้สูงอายุ

ทั้งหมด ถือว่าเป็นสัดส่วนที่น้อยถ้าเทียบกับจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมดของเทศบาลเวียง (บ้านทราย) แต่จะสังเกตได้ว่า ผู้สูงอายุที่มาร่วมกิจกรรมจะเป็นกลุ่มบุคคลเดิมที่เข้าร่วมอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ไม่มีการขาดหายจากการร่วมกิจกรรม

4.2 กิจกรรมของโรงเรียนผู้สูงอายุ ได้แก่ การอบรมให้ความรู้ด้านอาชีพ เช่น กิจกรรมการจักสาน การทำดอกไม้ประดิษฐ์ กิจกรรมการออกกำลังกาย เช่น การรำไท่เก๊ก การรำกระบี่กระบอง กิจกรรมการอบรมให้ความรู้ด้านสุขภาพ เช่น การดูแลสุขภาพด้วยตนเอง การป้องกันโรคต่างๆ กิจกรรมนันทนาการต่างๆ เช่น การประกวดต่างๆ การเดินตามจังหวะดนตรีย้อนยุค กิจกรรมนันทนาการพื้นฐาน กิจกรรมฟังเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง และกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ต่างๆ เช่น การทำความสะอาดลานวัด การเก็บขยะตามสถานที่ต่างๆ

จากการสำรวจกิจกรรมที่จัดในโรงเรียนผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) มีความหลากหลายของกิจกรรมที่จัดในแต่ละครั้ง แต่จะเห็นได้ว่ากิจกรรมนันทนาการต่างๆ เป็นกิจกรรมที่ผู้สูงอายุให้ความสนใจมากที่สุด และช่วยส่งเสริมในเรื่องภาวะสุขภาพจิตที่ดี มีกิจกรรมทำแก๊วแคเรียด คลายความเหงา

2. การออกแบบนวัตกรรมในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) พบว่า ผู้สูงอายุชื่นชอบกิจกรรมนันทนาการ คือ กิจกรรมฟังเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง มากที่สุด ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการออกแบบนวัตกรรมในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ กล่าวคือ

1) เพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง เป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุชื่นชอบ โดยมีช่างขอ ที่เป็นอาศัยอยู่ในชุมชนบ้านปี่ เขตเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) คือ พ่อดรและแม่คล้าย ซึ่งมีอาชีพเป็นช่างขอ รับจ้างขับเพลงขอตามงานต่างๆ โดยปกติการจัดกิจกรรมโรงเรียนผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) จะมีการแสดงเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองของพ่อดรและแม่คล้ายเป็นครั้งคราว ด้วยภารกิจที่ไม่สามารถมาร่วมกิจกรรมทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมโรงเรียนผู้สูงอายุ และกิจกรรมการแสดงเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง ทำให้การจัดกิจกรรมเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองไม่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

2) ข้อมูลด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ จากการเก็บรวบรวมสถิติของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเวียง ร่วมกับเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) พบว่า ผู้สูงอายุเป็นโรคความดันโลหิตสูง และเบาหวาน ร้อยละ 80 ของผู้สูงอายุทั้งหมดที่ป่วย และมีจำนวนร้อยละ 5 ของผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นผู้ป่วยติดเตียง ผู้วิจัยจึงนำมาเป็นข้อมูลในการสอดแทรกเนื้อหาการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกัน และดูแลสุขภาพในผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง และเบาหวาน เข้าไปในเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง เพื่อให้เข้าถึงการรับรู้ของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นมีความสนใจเดิมในเรื่อง เพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองอยู่แล้ว

3) การสืบสานเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองของกลุ่มเยาวชน โดยกลุ่มบัวระวงค์เป็นการรวมกลุ่มของเยาวชนในเขตเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) อายุตั้งแต่ 10-18 ปี จำนวน 20 คน โดยผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการสืบสานนี้ จึงมอบหมายให้แม่คล้าย ซึ่งเป็นช่างขอ แต่งเพลงขอที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการป้องกัน และดูแลสุขภาพผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง และเบาหวาน เพื่อให้เยาวชนกลุ่มบัวระวงค์ได้ฝึกซ้อม และนำไปใช้ในการเผยแพร่การส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ

หลังจากได้นวัตกรรมจากงานวิจัยในครั้งนี้ คือ เพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการป้องกัน และดูแลสุขภาพผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง และเบาหวาน โดยเยาวชนกลุ่มบัวระวงค์ ได้เข้าร่วมกิจกรรมขับเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง ในโรงเรียนผู้สูงอายุ ในรอบเดือนกรกฎาคม 2561 พบว่า

1. ทีมนักวิจัยได้ใช้แบบสังเกตพฤติกรรมการรับสารของผู้สูงอายุ หลังจากได้ฟังการขับเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองของเยาวชนกลุ่มบัวระวงค์ พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุมีความสุข อารมณ์ดี ซึ่งเปรียบเทียบกับกิจกรรมประเภทบรรยาย หรือกิจกรรมประเภทประดิษฐ์ของใช้ไม้สอย จะเห็นว่าได้ ผู้สูงอายุให้ความสนใจกิจกรรมประเภทนั้นมากกว่า โดยเฉพาะกิจกรรมขับเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองมากกว่า

2. การติดตามผลการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ หลังจากกิจกรรมขับเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองในโรงเรียนผู้สูงอายุ ในเดือนกรกฎาคม 2561 โดยใช้แบบสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม (Focus group) พบว่า จากการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุ จำนวน 70 คน จาก จำนวน 100 คน ที่เข้าร่วมกิจกรรมโรงเรียนผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) หลังจากการจัดกิจกรรมขับเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองของเยาวชนกลุ่มบัวระวงค์ ไปแล้ว 1 เดือน กล่าวคือ

2.1 ประเด็นสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ เนื่องจากได้รับความเพลิดเพลินจากกิจกรรมขับเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองของเยาวชนกลุ่มบัวระวงค์ ส่งผลให้สุขภาพจิตของผู้สูงอายุดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากการสังเกตใบหน้า อารมณ์ และลักษณะการพูด การให้สัมภาษณ์ ผู้สูงอายุมีอารมณ์ยิ้มแย้ม หัวเราะ สลับกับการให้สัมภาษณ์ตลอดเวลา สามารถให้ข้อมูลได้อย่างกระตือรือร้น

2.2 ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการดูแลสุขภาพตนเอง จากการสัมภาษณ์เรื่องโรคประจำตัวของผู้สูงอายุ การดูแลสุขภาพตนเอง ผู้สูงอายุสามารถจดจำได้ เนื่องจากมีการสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพเข้าไปในเนื้อเพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมือง

2.3 การให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ที่ดูแลเกี่ยวกับโรงเรียนผู้สูงอายุ ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่กองสาธารณสุข เทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) และเจ้าหน้าที่สาธารณสุข โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบลเวียง พบว่า ผู้สูงอายุให้ความร่วมมือเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี ในประเด็นเรื่องของการดูแลสุขภาพตนเอง รวมทั้งเป็นผู้เผยแพร่วิธีการดูแลสุขภาพไปให้กับผู้สูงอายุคนอื่นๆ

ซึ่งสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ, 2541:121 อ้างถึงใน <http://www.okanation.net/blog/print.php?id=339508> สืบค้นข้อมูล 22 ตุลาคม 2553 ได้กล่าวถึง บทบาทของสื่อพื้นบ้าน คือ การให้การศึกษา เป็นหน้าที่หลักพื้นฐานอีกประการหนึ่งของสื่อประเพณี มิติของการศึกษานั้นมีอยู่หลากหลาย กล่าวคือ การศึกษาให้ความรู้ทั่วไปเรื่องการศึกษา เป็นโลกทัศน์หลักของชุมชนชาวบ้านนั้น มิติด้านศาสนาเป็นแกนหลักของชุมชนในการหล่อหลอมสมาชิก ดังนั้นสื่อพื้นบ้านทุกชนิดจะต้องเอาการเอางานในการอบรมสั่งสอนเรื่องศาสนา ด้วยการแนะนำหลักการต่างๆ ให้รู้จักและเข้าใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. การสัมภาษณ์รายกลุ่ม และรายเดี่ยว ทำได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายติดภารกิจ จึงจัดสรรเวลาที่ตรงกันไม่ลงตัว รวมทั้งพื้นที่วิจัยมีระยะทางที่ไกล ผู้วิจัยไม่สามารถลงพื้นที่ได้บ่อยครั้ง จึงควรกำหนดช่วงวันเวลาที่สะดวกในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อช่วยประหยัดเวลาในการเก็บข้อมูลของทีมงานนักวิจัย

2. การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้ง ต้องใช้เวลาการวิเคราะห์ สังเคราะห์ค่อนข้างนาน เนื่องจากมีการให้ข้อมูลจำนวนมากและหลากหลายประเด็น จึงควรนำนักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการทำวิจัย โดยให้เป็นผู้ช่วยนักวิจัย และมีการฝึกฝนเป็นผู้ช่วยนักวิจัยให้มีความรู้ในเรื่องของการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

3. การนัดหมายให้เยาวชนมาฝึกซ้อมขับซอผ่านดนตรีพื้นเมืองในกลุ่มเยาวชน ยังติดปัญหาเรื่องของเวลา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าอาหาร ค่าเดินทางที่ต้องใช้ในการฝึกซ้อม เป็นต้น จึงควรหางบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เทศบาล โรงเรียน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1 การวิจัยครั้งต่อไป เสนอให้วิจัยเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ ของอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา รวมทั้งเปรียบเทียบกับอำเภออื่นๆ ของจังหวัดพะเยาด้วย เนื่องจากการขับซอผ่านดนตรีพื้นเมืองเป็นที่นิยม และเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดกันอย่างแพร่หลายในเขตภาคเหนือตอนบน จึงควรนำมาวิจัยเปรียบเทียบกัน ว่าผลจากการนำนวัตกรรมนี้มาใช้กับพื้นที่อื่นๆ ในจังหวัดพะเยาจะมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลเทียบเท่ากับเทศบาลตำบลเวียง (บ้านทราย) หรือไม่ อย่างไร

2 การวิจัยครั้งต่อไป เสนอให้วิจัยเปรียบเทียบระหว่างสื่อพื้นบ้านประเภทอื่นๆ ที่ผู้สูงอายุให้ความสนใจ เช่น การร้องเพลงจ้อย การแสดงลิเก เป็นต้น เพื่อวัดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการรับรู้สารจากการส่งเสริมสุขภาพของสื่อพื้นบ้านที่แตกต่างกัน มีมากน้อยเพียงใด

เอกสารอ้างอิง

กลุ่มงานสุขภาพประชาชน สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรธานี [Online].Available:

http://www.udo.moph.go.th/sw5/viewpage.php?page_id=1. [2559, กรกฎาคม 1].

กาญจนา แก้วเทพ .2551. การสื่อสารชุมชน. ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์. กรุงเทพฯ.

กาญจนา แก้วเทพ. 2549. ปฐมบทแห่งองค์ความรู้เรื่องสื่อพื้นบ้านสื่อสร้างสุข กรุงเทพฯ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.

เกศินี จุฑาวิจิตร. 2548. การสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น. เพชรเกษมการพิมพ์. นครปฐม.

ถิ่น วิไลสกุล. 2558. สื่อพื้นบ้านกับการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนศาลายา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. กรุงเทพฯ.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. (2546). การสื่อสารสุขภาพ : ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรีย์ ธรรมิกบวร. 2560. แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ. [Online].Available:

<http://www.nurse.ubu.ac.th/sub/knowledgedetail/Health.pdf>. [2560, มิถุนายน 16].

DiClemente,R.J, Crosby,R.A and Kegler,M.A 2002. *Emerging Theories in Health Promotion and Research*. A Wiley company,CA.

**การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์
ชมรมแม่บ้านทหารบกมณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี**
STUDY FOR THE DEVELOPMENT OF MEDIA ADVERTISING PRODUCTS.
CLUB MAID ARMY MILITARY CIRCLE 13 LOPBURI.

พันธ์ศักดิ์ พึ่งงาม*
อรรรรณ แห่งทอง**
อนุสรณ์ ภูระหงษ์***
ภาณุพันธ์ เพิ่มเปี่ยม****

บทคัดย่อ

การจัดทำโครงการสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั้งในพื้นที่และบุคคลทั่วไปที่สนใจ โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อพัฒนาสื่อผลิตภัณฑ์โฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านทหารบก 2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจในสื่อผลิตภัณฑ์โฆษณาผลิตภัณฑ์ของชมรมแม่บ้านทหารบก ประชากรเป็นกลุ่มของชมรมแม่บ้านทหารบก ลูกค้าหรือผู้มารับบริการ และประชาชนที่สนใจผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 20 คน สำหรับเครื่องมือในการดำเนินการ คือ สื่อผลิตภัณฑ์โฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านทหารบก และ แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อการใช้สื่อผลิตภัณฑ์ ผลการดำเนินโครงการ พบว่า สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านทหารบก ที่ผู้วิจัยได้มีการพัฒนาสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทำให้ผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านทหารบก เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยใช้สื่อวีดีโอ เสนอต่อกลุ่มชมรมแม่บ้านทหารบก นำเสนอผลิตภัณฑ์พร้อมขั้นตอนการผลิตไว้ โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ (\bar{X} = 3.98, SD = 0.15) เมื่อพิจารณาเป็นประเด็น พบว่ามีความพึงพอใจในด้านมีความชัดเจนของภาพและตัวอักษรเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.15, SD = 0.48) รองลงมาด้านมีความน่าสนใจ รูปแบบสวยงาม กับ เนื้อหาสาระและประโยชน์สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.10, SD = 0.44) และความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือด้าน การจัดวางองค์ประกอบเหมาะสม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.7, SD = 0.8)

คำสำคัญ : สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์, ผลิตภัณฑ์ชมรม, แม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี

*วท.ม. สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต สถานที่ทำงานปัจจุบัน สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

**วท.ม. สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนเรศวร สถานที่ทำงานปัจจุบัน สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

***บ.บ. สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

**** บธ.ม. สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถานที่ทำงานปัจจุบัน สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

Abstract

The preparation of the advertising media products Army Women's Club. Military Circle 13 Lopburi. To disseminate information about various products homemaker clubs to be known to the people in the area and interested individuals. 1. The objective is to develop a multimedia advertising products Army Women's Club 2. To explore the satisfaction of multimedia advertising products Army Women's Club. The population is a group of housewives Army Club. Customers who receive services People interested in the products and the research sample was selected by simple random sampling of 20 people for the implementation of a multimedia advertising products Club Housewives Army and a questionnaire to measure the satisfaction level of the users who have to use. multimedia the project found that the advertising media products Army Women's Club. The researchers have developed advertising media packaging products Club Housewives Army is increasingly recognized. The Media Video to the Hero Women's Army. Offering products with the production process. The satisfaction was high. With an average of (\bar{X} =3.98, SD = 0.15) when considering the issue. Were satisfied with the clarity of images and characters first. At a high level (\bar{X} = 4. 15, SD = 0.48), followed by the interesting layout with content and benefits can be applied in everyday life. At a high level (\bar{X} = 4.10, SD = 0.44) and satisfying the minimal side. Composition suitable at a high level (\bar{X} = 3.7, SD = 0.8).

Keywords: advertising, public relations, product Club, Maid Army. Military Circle 13 Lopburi.

บทนำ

การประชาสัมพันธ์ มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ประเด็นปัญหาโดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หลากหลายช่องทาง การส่งเสริมความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนเพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินการ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี ภาวะแห่งความสำเร็จในการสร้างการยอมรับและการสนับสนุนสินค้าและบริการจากกลุ่มประชาชนก็คือความน่าเชื่อถือซึ่งอาศัยการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์ เป็นการบริหารชื่อเสียง ภาพลักษณ์ การรับรู้ของกลุ่มประชาชนที่มีต่อองค์กร และการบริหารความสัมพันธ์ สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มประชาชนช่วยลดความเสี่ยงต่อการเผชิญภัยคุกคาม เช่น การบอยคอต (Boucotts) หรือต่อต้านสินค้า และช่วยเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรไม่ว่าจากผู้บริโภค ลูกค้า นักลงทุนและผู้ถือหุ้น ชุมชน ที่ให้ความร่วมมือสนับสนุนองค์กร จึงไม่น่าแปลกใจเลยที่ทุกวันนี้การประชาสัมพันธ์มีบทบาทและความรับผิดชอบมากขึ้น โดยเฉพาะอิทธิพลของ Thailand 4.0 และการนำ Digital Transformation มาปรับใช้ในองค์กรทุกอุตสาหกรรม ทำให้ธุรกิจดิจิทัลในเมืองไทยที่เติบโตขึ้นกว่า 2.8% จากปีก่อน และด้วยเม็ดเงินที่สะพัดกว่า 4.4 แสนล้านบาท นั้นเป็นเพราะบทบาทที่โดดเด่นของการประชาสัมพันธ์ในการสร้างความน่าเชื่อถือ ความสัมพันธ์ และการสื่อสารกับประชาชน ซึ่งเป็นคุณค่าที่สำคัญมากขึ้นต่อการดำเนินงานในยุคดิจิทัล (ณัฐชุตดา วิจิตรจามรี : 2559, หน้า 1)

การโฆษณาเป็นการสื่อสารโดยใช้สื่อ ผู้จัดทำนายผลิตภัณฑ์อาจจะเลือกชนิดหรือประเภทของการโฆษณาต่าง ๆ ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะผลิตภัณฑ์ นโยบายและกลยุทธ์ของการบริหาร หรือองค์กร ตลอดจนสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานที่มีส่วนร่วมในกระบวนการการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยผู้โฆษณา ตัวแทนโฆษณา สื่อมวลชน และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการ

บริหารการโฆษณาจำเป็นต้องศึกษาถึงการจัดโครงสร้างองค์การการโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด และหน่วยงานที่มีส่วนร่วมในกระบวนการโฆษณา โดยเฉพาะผู้โฆษณาต้องทราบประเภทค่าตอบแทน และการประเมินผลตัวแทน การโฆษณาเป็นเครื่องมือหนึ่งของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด แม้ว่าการโฆษณาจะก่อให้เกิดค่าใช้จ่าย แต่ในขณะที่เดียวกันการโฆษณาจะสามารถกระตุ้นยอดขายให้มากขึ้น การโฆษณาจะมีผลทำให้ลดต้นทุนในการผลิต อันเนื่องมาจากการประหยัดจากการผลิตจำนวนมาก ๆ จากเหตุผลเหล่านี้มีผลทำให้ธุรกิจสามารถได้รับผลกำไรมากขึ้น (องอาจ ปทรวาณิช, 2555, หน้า 35)

การสร้างสื่อโฆษณาคือการสร้างความโน้มแน้วความสนใจของผู้บริโภคให้เกิดขึ้นต่อผลิตภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดหรือข่าวสารของผลิตภัณฑ์ ซึ่งการสร้างสื่อโฆษณามีหลักการสำคัญ ๆ คือ (Well and other : p.477) 1) ทำให้ง่าย เนื่องจากผู้บริโภคไม่มีเวลากับการพิจารณาเนื้อหาโฆษณามาก ดังนั้น ผู้ที่สร้างสื่อโฆษณาต้องออกแบบบทโฆษณาที่ง่ายต่อความเข้าใจ และการตีความของผู้บริโภค 2) เขียนเจาะจงถึงคนใดคนหนึ่ง เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารด้วย และสร้างสื่อโฆษณาที่เจาะจงกลุ่มเป้าหมายนั้น เพื่อให้มีความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมายและทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจโฆษณา 3) สร้างเนื้อหา บรรยากาศ หรือสถานการณ์ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เนื้อเรื่องช่วยตอกย้ำความสนใจ และให้รายละเอียดที่คาดว่าคุณภาพอย่างสูงในสื่อโฆษณา(จรรยา ปันทวังกูร, 2551, หน้า 98-99)

จึงกล่าวได้ว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อองค์กรธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ โดยเฉพาะในส่วนของการประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตสินค้าของชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป และยังช่วยกระตุ้นยอดขายของผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการผลิตไว้ด้วย โดลเป็นผลจากที่เป็นแหล่งผลิตสินค้าที่ยังไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ บุคคลทั่วไปไม่สามารถเข้าถึง และยังเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป ส่งผลให้รายได้ที่เข้าสู่ชมรมไม่เพียงพอต่อรายจ่ายที่ต้องจ่ายออกไป และผลิตภัณฑ์ค้างสต็อกเป็นเวลานาน ซึ่งชมรมแม่บ้านทหารบกได้มีการทำผลิตภัณฑ์จำหน่ายกันหลากหลายมากมายเราจึงแยกประเภทผลิตภัณฑ์เป็นดังนี้ ได้แก่ 1. กระจ่างเช่น กระจ่างสายพวงกลม, กระจ่างเครื่องสำอางปักกลิ้ง, กระจ่างพวงน้ำตาล เป็นต้น 2. กระจ่างเป้ เช่น เป้สายพวงหลังกลิ้ง, เป้ฝาปิดปักกลิ้ง, เป้เหลี่ยม เป็นต้น 3. หมอน เช่น หมอนเจ้าไม้ค, หมอนลึงเหลี่ยมใหญ่ เป็นต้นและยังมีผลิตภัณฑ์อาหารที่ชมรมแม่บ้าน ทำเอง เช่น ข้าวเกรียบปลา, ข้าวแต่น, ก๋วยเตี๋ยว, เผือกฉาบ, มันฉาบ เป็นต้นและในชมรมแม่บ้านทหารบกก็ยังมีของใช้อื่นๆ อีกมากมายและอุปกรณ์ วัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ชมรมแม่บ้านทหารบกนำมาทำนั้นมีความสะอาด ปลอดภัย เพราะเขาได้ใส่ใจถึงผู้บริโภคว่าหากซื้อสินค้าของทางชมรมแม่บ้านทหารบกไปแล้วไม่ได้คุณภาพก็จะเกิดความไม่พอใจแก่ผู้บริโภคแล้วก็จะไม่มีใครมาซื้อหรือสนใจผลิตภัณฑ์ของทางชมรมแม่บ้านทหารบกเลยและอาจถึงส่งผลถึงชื่อเสียง รายได้ แก่สมาชิกในชมรมแม่บ้านทหารบกด้วยเช่นกัน ฉะนั้นชมรมแม่บ้านจึงพิถีพิถันในทุกรายละเอียดไม่ว่าจะเป็นกระจ่าง หมอนหรืออาหาร จึงใส่ใจทุกขั้นตอน สถานที่ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่บ้านพักข้าราชการ มณฑลทหารบกที่ 13 ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี (มณฑลทหารบกที่ 13, ม.ป.ป.) และสุดท้ายชมรมเห็นถึงความสำคัญของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อจะช่วยให้กลุ่มลูกค้าเกิดความเข้าใจที่ชัดเจนในผลิตภัณฑ์และความตั้งใจของชมรมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพท้ายที่สุดจะช่วยให้อุดหนุนและการเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปดีขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อมวลชนเดียวที่จะเข้ามาช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักกับผลิตภัณฑ์ของชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 มากยิ่งขึ้นและได้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคคลภายนอกที่สนใจและสามารถส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 เพิ่มศักยภาพและยกระดับรายได้ของสมาชิกในชมรมแม่บ้านทหารบก และคิดว่าการทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทำให้ข้อมูลถูกเผยแพร่ให้เป็นที่ยอมรับและเป็นประโยชน์แก่บุคคลที่สนใจมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียโฆษณาประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านทหารบกมณฑลทหารบกที่ 13
2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจในสื่อมัลติมีเดียในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี

ระเบียบวิธีการวิจัย

ซึ่งประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นกลุ่มของชมรมแม่บ้าน ลูกค้าหรือผู้มารับบริการ และประชาชนที่สนใจผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ส่วนที่ 1 สื่อมัลติมีเดียโฆษณาผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อการใช้สื่อมัลติมีเดียในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

มีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการทำสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ สื่อมัลติมีเดีย ข้อมูลผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านมณฑลทหารบกที่ 13 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค
2. นำข้อมูลและความรู้มาวิเคราะห์ ออกแบบและพัฒนาสื่อโฆษณามัลติมีเดียในการโฆษณา เรื่อง ผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี
3. นำข้อมูลและความรู้มาสร้างแบบสอบถามเพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อการใช้สื่อมัลติมีเดียในการโฆษณา เรื่อง ผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. นำสื่อโฆษณามัลติมีเดียในการโฆษณา เรื่อง ผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี ที่ได้ออกแบบ และพัฒนาไว้ ให้กับกลุ่มชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี ได้ดู
2. เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อการใช้สื่อมัลติมีเดียในการโฆษณา เรื่อง ผลิตภัณฑ์ชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป
2. วิเคราะห์ความพึงพอใจของแม่บ้านมณฑลทหารบกที่ 13 โดยใช้หลักสถิติพื้นฐาน โดยการหาค่าร้อยละ(\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้
 - ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
 - ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
 - ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการดำเนินการทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 ในครั้งนี้ ทางผู้วิจัยได้จัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจในผลิตภัณฑ์ของนมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 ได้เข้ามาชมผลิตภัณฑ์และเห็นถึงขั้นตอนในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยวัดจากแบบสอบถามความพึงพอใจกลุ่มแม่บ้าน ทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 ดังนี้

ตารางที่ 1 แบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อการใช้สื่อมัลติมีเดียในการโฆษณา เรื่อง ผลิตภัณฑ์นมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
มีความชัดเจนของภาพ เสียง ตัวอักษร	4.15	0.48	มาก
มีความน่าสนใจรูปแบบที่สวยงาม	4.1	0.44	มาก
เนื้อหาสาระและประโยชน์สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน	4.1	0.44	มาก
ความถูกต้องครบถ้วน	4.05	0.51	มาก
การเรียบเรียงเนื้อหา	4	0.45	มาก
ด้านการใช้รูปแบบที่สวยงาม	4	0.32	มาก
การจัดวางองค์ประกอบเหมาะสม	3.95	0.22	มาก
ด้านข้อมูลมีความเป็นจริงและถูกต้อง	3.9	0.44	มาก
มีความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	3.9	0.55	มาก
เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3.7	0.8	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.98	0.15	มาก

จากตารางที่ 1 แบบสอบถามเพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อการใช้สื่อมัลติมีเดียในการโฆษณา เรื่อง ผลิตภัณฑ์นมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ (\bar{X} = 3.98, SD = 0.15) เมื่อพิจารณาเป็นประเด็น พบว่ามีความพึงพอใจในด้านมีความชัดเจนของภาพและตัวอักษรเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.15, SD = 0.48) รองลงมาด้านมีความน่าสนใจ รูปแบบสวยงาม กับ เนื้อหาสาระและประโยชน์สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.10, SD = 0.44) และความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือด้าน การจัดวางองค์ประกอบเหมาะสม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.7, SD = 0.8)

อภิปรายผล

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 จังหวัดลพบุรี สรุปได้จากการจัดทำสื่อโฆษณาการประชาสัมพันธ์ ในครั้งนี้ทางผู้วิจัยทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจในผลิตภัณฑ์นมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 มาชมผลิตภัณฑ์และชมขั้นตอนในการทำผลิตภัณฑ์นมแม่บ้านต่างๆ ทำให้สื่อโฆษณาการประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นเพื่อสร้างความน่าสนใจสนใจกับผลิตภัณฑ์นมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 มากขึ้นทั้งจากคนในพื้นที่ และต่างพื้นที่ ที่จะสามารถนำไปเผยแพร่ได้โดยเฉพาะในโลกออนไลน์ และจากการจัดทำสื่อโฆษณาการประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามเพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อการใช้สื่อมัลติมีเดียในการโฆษณา เรื่อง ผลิตภัณฑ์นมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่

13 จังหวัดลพบุรี ซึ่งพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อแยกเป็นประเด็น พบว่ามีความพึงพอใจในด้านมีความชัดเจนของภาพและตัวอักษร มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาด้านมีความน่าสนใจ รูปแบบสวยงาม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1 และความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือด้าน การจัดวางองค์ประกอบเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ซึ่งสอดคล้องกับ สุภักดิ์ อารณนิตกุล (2557) ที่ได้ศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์คณะเกษตร กำแพงแสน แล้วพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ และศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย คณาจารย์ นิสิต บุคลากร จำนวน 30 คน สำหรับการสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อประชาสัมพันธ์ 3) สื่อประชาสัมพันธ์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิจัยพบว่า 1. แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า 1) สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ แบนเนอร์บนเว็บไซต์ ป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ และโปสเตอร์ 2) องค์ประกอบในการออกแบบ ใช้สีโทนเย็น ใช้ภาพถ่าย ใช้ตัวอักษรแบบมีหัว 3) การจัดองค์ประกอบงานกราฟิก ใช้แบบเรียบง่ายสบายตา สื่อความหมายสอดคล้องกับรสนิยม มีลูกเล่นที่แปลกตา 4) การจัดวางองค์ประกอบศิลป์ จัดวางในสัดส่วนที่เหมาะสม มีจุดสนใจอย่างใดอย่างหนึ่ง 5) รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ มีเอกลักษณ์ ทันสมัย ดึงดูดความสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 6) ส่วนประกอบในสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ส่วนหัวเรื่อง ข้อความ ภาพประกอบ ข้อมูลการติดต่อ และข้อมูลผู้จัดทำ โดยผลการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์มีคุณภาพอยู่ในระดับดี โดยแบนเนอร์บนเว็บไซต์มีคุณภาพอยู่ในระดับดี (\bar{X} = 4.49, S.D. = 0.60) ป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ มีคุณภาพอยู่ในระดับดี (\bar{X} = 4.47, S.D. = 0.55) และโปสเตอร์ มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก (\bar{X} = 4.52, S.D. = 0.64) ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พบว่า ความคิดเห็นและความพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังนี้ 1) แบนเนอร์บนเว็บไซต์ (\bar{X} = 4.00, S.D. = 0.88) 2) ป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ (\bar{X} = 4.05, S.D. = 0.83) และ 3) โปสเตอร์ (\bar{X} = 4.18, S.D. = 0.76)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย จากการวิจัยพบว่า สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาให้กลุ่มชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 1) ควรพิจารณาความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ใช้สีที่สดใส ควรมีความโดดเด่นสามารถเข้าใจได้ในทันที ภาพประกอบมีความน่าสนใจสอดคล้องกับข้อมูลเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจและรับรู้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี และสื่อประชาสัมพันธ์ควรจะสามารถย้อนกลับข้อมูลได้โดยการให้ข้อมูลการติดต่อกับเจ้าของข้อมูลนั้น ๆ 2) ควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีทั้งรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทราบข้อมูลในตัวผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 1) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 ที่มีต่อการรับรู้ข้อมูลของนักท่องเที่ยว 2) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มชมรมแม่บ้านทหารบก มณฑลทหารบกที่ 13 3) ควรมีการศึกษารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในระดับท้องถิ่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐชัฐดา วิจิตรจามรี. 2559. **หลักการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
มณฑลทหารบกที่ 13, ศูนย์. (ม.ป.ป.). **ชมรมแม่บ้านทหารบก**. [online]. Available:
http://mtb13.rta.mi.th/portfolio_wives/comm_wives.html [2560, มกราคม 27].
- สุภัค ถาวรนิติกุล. 2557. การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 2**
เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2557. 1137-1148
- องอาจ ปทะวานิช. 2555. **การโฆษณา**. กรุงเทพฯ : แสงดาว.

ระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง
INFORMATION SYSTEM FOR TOURISM OF PONG-TUM VILLAGE,
WANG-THONG SUB-DISTRICT, WANG-NUA DISTRICT, LAMPANG PROVINCE.

พิรภพ จันทรแสนต่อ¹

กาญจนา คุมา²

เกศินี สัตตรัตน์ขจร³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหารูปแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของชุมชน จำนวน 10 คนและนักท่องเที่ยวเพื่อทดลองใช้ระบบจำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสนทนากลุ่มและแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบสารสนเทศการท่องเที่ยวของหมู่บ้านจะอยู่ในรูปแบบของสารสนเทศบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและมีการจัดการข้อมูล 4 ด้าน ได้แก่ 1) ศักยภาพและบริบทของหมู่บ้านปงถ้ำ 2) การบริหารจัดการท่องเที่ยวฐานธรรมชาติของหมู่บ้านปงถ้ำ 3) การท่องเที่ยวฐานธรรมชาติของหมู่บ้านปงถ้ำ 4) ส่วนติดต่อกับผู้ใช้ และความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.189 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.332 โดยมีความพึงพอใจสูงสุดต่อการจัดการข้อมูลด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวและความเหมาะสมของสัญลักษณ์หรือรูปภาพเพื่อสื่อความหมาย

คำสำคัญ: ระบบสารสนเทศ การท่องเที่ยว หมู่บ้านปงถ้ำ

Abstract

The objective of this study was to develop information system for tourism of Pong-Tum village, Wang-Thong sub-district, Wang-Nua district, Lampang province. The samples are 10 cases of community representative and 30 cases of tourist to test the system. Research instrument was a group discussion and questionnaires about using information system satisfaction (the Cronbach's alpha coefficient = .803). The data were analyzed by statistical software (SPSS) and statistics using means and standard deviation.

This research found that the form of tourism information system would be an information system on the internet and the major elements of information management consist of four aspects: 1) potentiality and context of Pong-Tum village 2) the tourism management of

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

³ อาจารย์ สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Pong-Tum village 3) Buddhism tourism of the Pong-Tum village 4) user interface. The satisfaction of using information system was more satisfied (\bar{X} = 4.189, S.D. = .332). The most satisfaction is data management in tourism program and appropriateness of symbols or figures meaning.

Keywords: Information systems, Tourism, Ban Pong-tum

บทนำ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการระดับชุมชน การสนับสนุนศูนย์ฝึกอาชีพชุมชน การส่งเสริมการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายอุตสาหกรรมในพื้นที่กับเศรษฐกิจชุมชน การสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาในการร่วมกันพัฒนาความรู้ในเชิงทฤษฎีและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติเพื่อสร้างศักยภาพให้กับชุมชนในการประกอบธุรกิจ การสนับสนุนการประกอบธุรกิจแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมรวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว(สำนักนายกรัฐมนตรี, 2559, หน้า 79) ซึ่งสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อก่อให้เกิดศักยภาพฐานการผลิตและบริการเดิมให้ความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากขึ้น

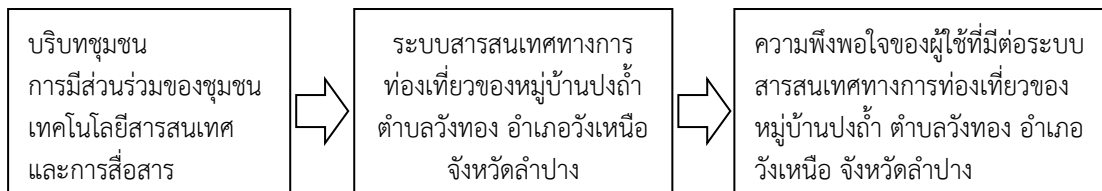
หมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปางมีลักษณะภูมิประเทศติดกับภูเขาที่มีป่าเบญจพรรณ และชุมชนหมู่บ้านปงถ้ำได้เปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 มีหัวหน้าชุมชนเป็นผู้รับผิดชอบจัดการผลประโยชน์และจัดทำรายการท่องเที่ยวให้แก่ลูกบ้าน โดยใช้วิธีการผลิตเปลี่ยนหมุนเวียนกันให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในบทบาทของมัคคุเทศก์ท้องถิ่นผู้ให้ความรู้เรื่องพืชพันธุ์เฉพาะถิ่น ประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวและประวัติความเป็นมาของชุมชนและทำหน้าที่นำทางสู่ยอดดอยหนอก ถ้ำบ้านปงถ้ำและสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง มีกลุ่มแม่บ้านของชุมชนให้บริการจำหน่ายสินค้าอุปโภค สินค้าบริโภคและสินค้าหัตถกรรมจากกลุ่มแม่บ้านบ้านปงถ้ำ (สุวิมล มงคลสิริรักษ์, 2554, หน้า 5-6) และจากการสำรวจและศึกษาของกาญจนา คุมาและคณะ(2560, หน้า 50-51) พบว่าหมู่บ้านปงถ้ำเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีความสวยงามทางธรรมชาติ เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้ภูเขา ป่าไม้ธรรมชาติ มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและธรรมชาติที่มีวิถีชีวิตของคนพื้นเมืองทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการสัมผัสวิถีของชุมชน มีการร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไว้เป็นต้นน้ำที่อุดมสมบูรณ์ คนในชุมชนมีพันธะสัญญาในการมีส่วนร่วมให้เกิดการท่องเที่ยววัฒนธรรมแบบฐานธรรมซึ่งเป็นการส่งเสริมเพื่อส่งเสริมบุญบารมีและปฏิบัติกิจตามคำสอนของพระพุทธศาสนาเพื่อสืบสานพุทธศาสนา การดำเนินชีวิตประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นนอกจากนี้ยังมีแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงดอยหนอกซึ่งเป็นเส้นทางศึกษาทรัพยากรธรรมชาติ จากสภาพปัจจุบันของชุมชนหมู่บ้านปงถ้ำที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าชุมชนมีฐานทุนเดิมประกอบด้วยทุนทางธรรมชาติและทุนทางสังคม วัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนมากมายทำให้มีข้อมูลสารสนเทศจำนวนมากและไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ชุมชนจึงมีความต้องการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ทำการเรียนรู้และเข้าใจสารสนเทศเบื้องต้นเกี่ยวกับชุมชนก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จริงซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารถึงตัวนักท่องเที่ยวได้สะดวก ไม่จำกัดทั้งสถานที่และเวลาสอดคล้องกับเทวา คำปาเชื้อ(2552, หน้า 63) ที่กล่าวว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทในสังคมไทยเป็นอย่างมากส่งผลให้เกิดความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตประจำวัน ทำให้เกิดรูปแบบและโอกาสทางการศึกษาที่หลากหลาย ลดต้นทุนในกระบวนการผลิตทางด้านอุตสาหกรรมและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจและบริการและสอดคล้องกับงานวิจัยของทวิสินธุ์ ตั้งแข่ง(2559: บทคัดย่อ) ที่พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีว่าระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นสามารถเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บเผยแพร่และเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก

จากที่กล่าวมาคณะผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาข้อมูลสารสนเทศเบื้องต้นได้ถูกต้อง ชัดเจน ก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวโดยมุ่งศึกษารูปแบบสารสนเทศและพัฒนาระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมตอบสนองความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อหารูปแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแทนชุมชนหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปางเพื่อประเมินรูปแบบสารสนเทศจำนวน 10 คนโดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและนักท่องเที่ยวเพื่อทดลองใช้ระบบ จำนวน 30 คนโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย

2) เครื่องมือในการวิจัย

การสนทนากลุ่มและแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง

3) การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง มีขั้นตอน ดังนี้

3.1) รวบรวมข้อมูลและศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.2) กำหนดประเด็นที่จะทำการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง

3.3) หลังจากที่ได้กำหนดประเด็นคำถามแล้วทำการออกแบบสอบถาม

3.4) สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจตามที่ได้ออกแบบไว้

3.5) นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) ของเนื้อหาแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3.6) นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบมาปรับปรุงและแก้ไขแล้วหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดโดยทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.803 มีความเชื่อมั่นสูง

4) ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับระบบสารสนเทศและสนทนากลุ่มกับตัวแทนชุมชนรวมทั้งข้อมูลทุติยภูมิจากผลการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวฐานธรรมการมีส่วนร่วมของชุมชนหมู่บ้านปงถ้ำ และผลการวิจัยเรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยวฐานธรรมการมีส่วนร่วมของชุมชนหมู่บ้านปงถ้ำเพื่อสรุปแนวทางของรูปแบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาระบบสารสนเทศจากแนวทางของรูปแบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปางที่ได้จากขั้นตอนที่ 1

ขั้นตอนที่ 3 สร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ขั้นตอนที่ 4 เก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำเสนอบริษัทและให้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ทดลองใช้ จากนั้นแจกแบบสอบถามเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้ทำการตอบแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูลของความเห็นชอบของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง

5) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยสรุปเนื้อหาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมมีการตรวจสอบข้อมูลจากผู้รู้และตัวแทนชุมชนและคณะนักวิจัยและนำมาข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง โดยใช้สเกลแบบช่วงของ Likert แบ่งระดับความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด โดยมีน้ำหนักเท่ากับ 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากนั้นได้แปลความหมายในการประเมินค่าคะแนนเฉลี่ย โดยยึดหลักเกณฑ์ดังนี้ (Best John, 1970, p. 17)

- ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง ความพึงพอใจมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1) รูปแบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ

จากผลการศึกษาริบทและศักยภาพของหมู่บ้านซึ่งเป็นผลจากการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวฐานธรรมการมีส่วนร่วมของชุมชนหมู่บ้านปงถ้ำซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลพื้นฐานของชุมชน ได้แก่ เส้นทางคมนาคมและการติดต่อกับภายนอก ที่ตั้งของหมู่บ้านและอาณาเขต สภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมประเพณี ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ความเข้มแข็งของผู้นำและความร่วมมือของชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก บ้านพักโฮมสเตย์แบบชุมชนมีส่วนร่วม โครงสร้างการบริหารการท่องเที่ยวของชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมในการจัดสรรผลประโยชน์และการกระจายรายได้ และผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของหมู่บ้าน และผลจากการวิจัยเรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยวฐานธรรมการมีส่วนร่วมของชุมชนหมู่บ้านปงถ้ำซึ่งประกอบด้วย 6 หมวด ได้แก่ 1) สมาชิกกลุ่ม 2) เงินทุนของกลุ่มอาชีพ 3) การดำเนินงานของกลุ่ม 4) คณะกรรมการบริหารกลุ่ม 5) การแก้ไขหรือเพิ่มเติมระเบียบ

ข้อบังคับ และ 6) บทเฉพาะกาล ทีมวิจัยได้นำเสนอต่อตัวแทนชุมชนเพื่อพิจารณา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและร่วมทำการแก้ไขปรับปรุงได้ข้อสรุปเกี่ยวกับรูปแบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำซึ่งจะอยู่ในรูปแบบของสารสนเทศบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเรื่องการท่องเที่ยวฐานธรรมชาติ หมู่บ้านปงถ้ำและมืองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ศักยภาพและบริบทของหมู่บ้านปงถ้ำ 2) การบริหารจัดการท่องเที่ยวฐานธรรมชาติของหมู่บ้านปงถ้ำ 3) การท่องเที่ยวฐานธรรมชาติของหมู่บ้านปงถ้ำ 4) ส่วนติดต่อกับผู้ใช้

2) ผลการพัฒนาสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ

จากรูปแบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำที่ได้ ทีมวิจัยได้นำมาพัฒนาต้นแบบของระบบสารสนเทศและนำเสนอต่อตัวแทนชุมชนเพื่อพิจารณาและแก้ไขร่วมกัน สรุปได้ว่าระบบสารสนเทศที่ได้พัฒนาขึ้นจะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และทำความเข้าใจโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านและเป็นข้อมูลที่จะช่วยประกอบการตัดสินใจก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จริง ผลการพัฒนาสารสนเทศ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 หน้าหลักของระบบสารสนเทศ



ภาพที่ 2 หน้าจอแสดงสารสนเทศด้านบริบทศักยภาพหมู่บ้านปงถ้ำของระบบสารสนเทศ



ภาพที่ 3 หน้าจอแสดงสารสนเทศด้านการจัดการท่องเที่ยวฐานธรรมของระบบสารสนเทศ



ภาพที่ 4 หน้าจอแสดงสารสนเทศด้านโปรแกรมท่องเที่ยวฐานธรรมของระบบสารสนเทศ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองใช้ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นโดยจัดทำแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศโดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง ซึ่งผลที่ได้แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศ

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านประสิทธิภาพของระบบ			
1. การจัดการข้อมูลด้านบริบท ศักยภาพของหมู่บ้าน	4.200	.484	มาก
2. การจัดการข้อมูลด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว	4.333	.479	มาก
3. การจัดการข้อมูลด้านโปรแกรมท่องเที่ยว	4.366	.556	มาก
4. การจัดการข้อมูลด้านการจองโปรแกรมท่องเที่ยว	4.200	.550	มาก
5. เวลาที่ใช้ในการแสดงผลบนจอภาพ	4.166	.592	มาก
6. การจัดการความปลอดภัยของระบบ	4.233	.568	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านประสิทธิภาพของระบบ	4.250	.352	มาก
ด้านความง่ายต่อการใช้ระบบ			
7. ความง่ายต่อการใช้งาน	4.166	.592	มาก
8. ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนจอภาพ	4.233	.430	มาก
9. ความเหมาะสมในการใช้สีของตัวอักษรและรูปภาพ	4.066	.583	มาก
10. ความเหมาะสมของสัญลักษณ์หรือรูปภาพเพื่อสื่อความหมาย	4.366	.490	มาก
11. ความเป็นมาตรฐานเดียวกันในการออกแบบหน้าจอภาพ	3.966	.556	มาก
12. ความเหมาะสมในการวางตำแหน่งของส่วนประกอบบนจอภาพ	4.000	.787	มาก
13. คำศัพท์ที่ใช้สื่อสารให้เข้าใจได้ตรงกัน	4.166	.647	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านความง่ายต่อการใช้งาน	4.138	.377	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.189	.332	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศที่ได้พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.189 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุดคือด้านประสิทธิภาพของระบบ (ค่าเฉลี่ย= 4.250) รองลงมาคือด้านความง่ายต่อการใช้ระบบ (ค่าเฉลี่ย= 4.138) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าการจัดการข้อมูลด้านโปรแกรมท่องเที่ยวและความเหมาะสมของสัญลักษณ์หรือรูปภาพเพื่อสื่อความหมายมีความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย= 4.366) รองลงมาคือการจัดการข้อมูลด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย= 4.333) การจัดการความปลอดภัยของระบบ และความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนจอภาพ (ค่าเฉลี่ย= 4.233) การจัดการข้อมูลด้านบริบท ศักยภาพของหมู่บ้านและการจัดการข้อมูลด้านการจองโปรแกรมท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย= 4.200) ความง่ายต่อการใช้งาน เวลาที่ใช้ในการแสดงผลบนจอภาพและคำศัพท์ที่ใช้สื่อสารให้เข้าใจได้ตรงกัน (ค่าเฉลี่ย= 4.166) ความเหมาะสมในการใช้สีของตัวอักษรและรูปภาพ (ค่าเฉลี่ย= 4.066) ความเหมาะสมในการวางตำแหน่งของส่วนประกอบบนจอภาพ (ค่าเฉลี่ย= 4.000) และความเป็นมาตรฐานเดียวกันในการออกแบบหน้าจอภาพ (ค่าเฉลี่ย= 3.966) ตามลำดับ

อภิปรายผล

รูปแบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปางถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปางอยู่ในรูปแบบของสารสนเทศบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเรื่องการท่องเที่ยวฐานธรรมชาติ หมู่บ้านปางถ้ำประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบริบท ศักยภาพและบริบทของหมู่บ้าน ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวฐานธรรมชาติด้านการท่องเที่ยวฐานธรรมชาติด้านการติดต่อกับผู้ใช้ มีความพึงพอใจต่อระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าการจัดการข้อมูลด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวและความเหมาะสมของสัญลักษณ์หรือรูปภาพเพื่อสื่อความหมายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นมีรูปแบบการนำเสนอ

สารสนเทศที่มีการจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเตรียมความพร้อมและวางแผนการท่องเที่ยวก่อนออกเดินทางในแต่ละครั้งได้ล่วงหน้าซึ่งเป็นการให้บริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ที่ต้องให้ข้อมูลครบถ้วนและต้องมีข้อมูลเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้อย่างครบถ้วนทำให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกและกลับมาใช้บริการในอนาคต (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2554) และสอดคล้องกับงานวิจัยของน้ำฝน นุริตมนต์ (2550) ที่พัฒนาระบบสารสนเทศการท่องเที่ยวแบบหารเฉลี่ยมีผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากและศรีณัฐ ไทรชมพูและคณะ(2560) ที่พัฒนาระบบสารสนเทศจัดการแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการพบว่าระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก ใช้งานง่าย การรายงานผลมีความชัดเจนซึ่งเป็นประโยชน์กับท้องถิ่นที่สามารถนำไปใช้งานได้เป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนเช่นกันและเป็นไปตามทิศทางของแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2558-2562 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557: หน้า 4-5) ที่กำหนดให้มีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาช่องทางการเข้าถึงทรัพยากร ข้อมูลข่าวสารและบริการการท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงโดยเฉพาะระดับชุมชนและท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ชุมชนควรจัดให้มีผู้รับผิดชอบในการจัดการข้อมูลสารสนเทศของหมู่บ้านเพื่อทำหน้าที่หลักในการแก้ไขปรับปรุงสารสนเทศทั้งสี่ด้านให้เป็นปัจจุบันก่อนเผยแพร่และประชาสัมพันธ์อย่างเต็มรูปแบบต่อไป

2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการวิจัยเพื่อเพิ่มความสามารถของระบบสารสนเทศให้เป็นระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ(Management Information System: MIS)ต่อไปซึ่งชุมชนจะสามารถนำสารสนเทศที่ได้ไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปางได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2554). **มาตรฐานการพัฒนาผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. นนทบุรี: สำนักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). **แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2558-2562**. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กาญจนา คุณา เกศณีย์ สัตตยรัตน์ขจรและพิรภพ จันทร์แสนตอ. (2560). **การจัดการท่องเที่ยวฐานธรรมชาติหมู่บ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง**(รายงานผลการวิจัย). ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.).
- ทวีสินธุ์ ตั้งแข็ง. (2559). **การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดสตูล**. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยพะเยา.
- เทวา คำปาเชื้อ. (2552, มกราคม-มิถุนายน). เทคโนโลยีสีเขียว (Green IT). **วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศ**, 5(9), 63-68.
- น้ำฝน นุริตมนต์. (2550). **การพัฒนาระบบสารสนเทศการท่องเที่ยวแบบหารเฉลี่ย**. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษาคอมพิวเตอร์ศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ศรีณัฐ ไทรชมพู บุญเกียรติ ไทรชมพูและปวีณา ปรีชญากุล. (2560, มกราคม-มิถุนายน). ระบบสารสนเทศจัดการแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว พื้นที่คุ้มบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 12 (1), 90-99.

สำนักนายกรัฐมนตรี. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สุวิมล มงคลสิริรักษ์ . (2554). การมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาชุมชนบ้านปงถ้ำ ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ .

Best, John W. (1970). *Research in Education*. New Jersey: Prentice-Hall.

การพัฒนาศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21

DEVELOPMENT OF PERSONNEL MANAGEMENT IN THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY FOR MANAGEMENT ORGANIZATION IN THE 21ST CENTURY.

ปริญญานันท์ โพธิ์ศิริวัฒน์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงสภาพการณ์ปัจจุบันสำหรับการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาในการปฏิบัติงานของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ 2) ศึกษาถึงปัญหาและข้อจำกัดของศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ 3) ศึกษาความคิดเห็นของบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยี และ 4) ศึกษาถึงศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยผู้บริหาร อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 43 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้แบบสอบถาม ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์นั้นจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมการใช้งานให้บุคลากรมีความรู้และความเข้าใจในระบบมากขึ้น และความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับดี, นโยบายของผู้บริหารส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับดีมาก, ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการใช้ระบบที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดจากปัญหาด้านบุคลากรในระดับปานกลาง, ด้านงบประมาณที่ส่งเสริมด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง, โดยผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการใช้จ่ายงบประมาณส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับมาก, ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดจากปัญหาด้านงบประมาณในระดับน้อย, ด้านการบริหารจัดการเห็นว่าการบริหารจัดการมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งปัญหาและอุปสรรคในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดปัญหาจากการบริหารจัดการอยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ : การพัฒนาศักยภาพบุคลากร, ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ, การบริหารจัดการองค์กร

Abstract

This research aimed to 1) study the current situation for the implementation of information technology in the operations of the Board of the Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University, 2) to study the problems and limitations of potential staffs of the Faculty of

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการและรองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

Management Science to use information technology 3) to study the opinion of the personals in the Faculty of Management Science to apply the system, and 4) to study the potential of staffs the in Faculty of Management Sciences using the information technology for enterprise management in the 21st century. The sampling group used in the research. Were administrators, lecturers and staffs in the Faculty of Management Sciences for 43 people selected by specific purposively. The questionnaire were used as tool. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results showed that the system used to work in the Faculty of Management Science. Nakhon Sawan Rajabhat University was required to train the staffs how to use to get some knowledge and understanding well of the system. Opinions of respondents on the ability to use information technology were at good level, policy management of the administrators promoted the development of human resources for the use of information technology was at highest level, and the problems that occurred on the system caused by problems in staffing levels were at the middle level, the budget to promote the use of technology in the Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University were reasonable and moderate. The administrators focused on fiscal spending to promote the use of information technology was at high level, problems and barriers to the implementation of information technology caused by the budget in less or low level. Management commented that management was appropriate in the medium. The problems and obstacles in the implementation of information technology management were at a moderate level.

Keyword: Development of Personnel Management, Information Technology, Organization Management

บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ซึ่งคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการปฏิบัติหน้าที่มากมายหลากหลายระบบ อาทิ เช่น ระบบบริหารจัดการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ ระบบห้องประชุม ระบบประชุมอิเล็กทรอนิกส์ (e-Meeting) ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ ระบบสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ระบบฐานข้อมูลบุคลากร ระบบประกันคุณภาพการศึกษา ระบบฐานข้อมูลศิษย์เก่า ระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา และระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมของบุคลากร เป็นต้น ซึ่งระบบดังกล่าวข้างต้น จะเป็นตัวช่วยให้การบริหารจัดการต่อการทำงานของบุคลากรภายในคณะฯ ได้ใช้ประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ประหยัดเวลา สะดวก รวดเร็ว และใช้ทรัพยากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ อย่างคุ้มค่าพร้อมก้าวสู่การบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21

ศตวรรษที่ 21 กลายเป็นโจทย์สำคัญสำหรับในหลายๆ เรื่อง ทั้งนี้เนื่องจากทุกฝ่ายมองเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนมากขึ้นจากอดีต และความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนการบริหารจัดการที่ดี เพราะการก้าวข้ามที่ช้าจะทำให้สามารถตกขบวนและเสียโอกาสอีกมากมาย การจัดการศึกษาเป็นอีกประเด็นสำคัญ ซึ่งนอกจากจะต้องก้าวทันความเปลี่ยนแปลงแล้วยังต้องเป็นกลไกสำคัญเพื่อการขับเคลื่อนภาคส่วนอื่นๆ ให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ความเปลี่ยนแปลง

การเข้าถึงเทคโนโลยี เทคโนโลยีกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต เด็กรุ่นใหม่จะใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ บุคลากรในสถานศึกษาก็จำเป็นต้องเป็นคนที่สามารถนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน พร้อมทั้งใช้เป็นเครื่องมือในการค้นคว้าพัฒนาความรู้ของตนเอง ขณะเดียวกันยังจะต้องสามารถนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการสถานศึกษาอีกด้วย แต่ทั้งนี้การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของบุคลากรในสถานศึกษาจะมีระดับความสามารถที่แตกต่างกัน การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้จึงจำเป็นต้องมีแผนการจัดการที่ชัดเจน เช่นเดียวกันกับการวางโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องที่จะต้องมีทั้งการลงทุนและการพัฒนาบุคลากรไปพร้อม ๆ กัน

ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ คนในยุคใหม่จะเป็นกลุ่มคนที่ไม่ยึดติดกับที่ทำงาน มีความพร้อมที่จะเปลี่ยนงานใหม่ได้ตลอดเวลา และนิยมที่จะทำงานแบบอิสระมากกว่า ดังนั้นการรูปแบบการบริหารจัดการจึงเป็นอีกประเด็นสำคัญที่ท้าทายผู้บริหารในการปรับตัวให้เข้ากับทีมงานรุ่นใหม่

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดพัฒนาศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21 ซึ่งคณะวิทยาการจัดการที่เป็นหน่วยงานที่มีความพร้อมสำหรับการเตรียม และสร้างนักศึกษา เพื่อก้าวเข้าไปสู่การเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพและก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง และที่สำคัญการวิจัยครั้งนี้จะทำให้บุคลากรภายในคณะวิทยาการจัดการก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงสภาพการณ์ปัจจุบันสำหรับการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาในการปฏิบัติงานของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและข้อจำกัดของศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21
4. เพื่อศึกษาถึงศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร บุคลากร เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยผู้บริหาร อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 60 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง และระดับการศึกษา มีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (Check lists)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อประเมินคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้นในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามถึงความคิดเห็นต่อการดำเนินการพัฒนาการใช้เทคโนโลยี เป็นแบบสอบถามแบบแสดงความคิดเห็นโดยผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นมาตราส่วนแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับโดยผู้วิจัยได้กำหนดน้ำหนักคะแนน 5 ระดับ ดังนี้

ค่าคะแนนระดับ 5 หมายความว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับ มากที่สุด

ค่าคะแนนระดับ 4 หมายความว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับ มาก

ค่าคะแนนระดับ 3 หมายความว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับ ปานกลาง

ค่าคะแนนระดับ 2 หมายความว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับ น้อย

ค่าคะแนนระดับ 1 หมายความว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับ น้อยมาก
ซึ่งกำหนดแบบสอบถามไว้ทั้งสิ้น 3 ด้าน คือ ด้านที่ 1 ด้านบุคลากร ด้านที่ 3 ด้านงบประมาณ
และด้านที่ 3 ด้านบริหารจัดการ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดประชุมบุคลากรคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เพื่อแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับการจัดอบรมบุคลากรเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21 จำนวน 8 ระบบดังนี้

- 1) ระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร
- 2) ระบบห้องประชุม
- 3) ระบบการประชุมวิชาการ/วารสารวิชาการ
- 4) ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์
- 5) ระบบสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
- 6) ระบบประกันคุณภาพการศึกษา
- 7) ระบบฐานข้อมูลศิษย์เก่า
- 8) ระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา

จากนั้นทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จเรียบร้อยแล้ว และตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามสำหรับการอบรมการใช้งานระบบสารสนเทศทั้ง 8 ระบบ พร้อมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-40 ปี ตำแหน่งอาจารย์ ระดับการศึกษาปริญญาโท รองลงมาเป็นผู้ปฏิบัติงานสายสนับสนุน

จากการประเมินคุณลักษณะเบื้องต้นของศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21 มีผลการศึกษา ดังนี้

1) ด้านการใช้งานคอมพิวเตอร์ บุคลากรส่วนใหญ่ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์สามารถใช้งานคอมพิวเตอร์ได้ และใช้งานคอมพิวเตอร์ในด้านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ปัญหาที่เกิดขึ้นมากที่สุดคือเครื่องคอมพิวเตอร์ล้าสมัย และบุคลากรส่วนใหญ่ต้องการให้มีการอบรมการใช้งานเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการใช้คอมพิวเตอร์ของตน

2) ด้านการใช้งานอินเทอร์เน็ต บุคลากรส่วนใหญ่ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ดี และใช้งานในด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด และบุคลากรส่วนใหญ่ต้องการให้มีการอบรมการใช้งานเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการใช้อินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีสมัยใหม่

3) ด้านการใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์องค์กร พบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ของไม่เคยใช้ระบบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์องค์กร ผู้ที่ไม่เคยใช้ระบบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์องค์กรเพราะการประกาศข่าวประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จะมีนักเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือผู้ดูแลระบบเป็นบุคคลที่ใช้ระบบเว็บไซต์และประชาสัมพันธ์ข่าวกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับคณะวิทยาการในด้านต่าง ๆ ส่วนบุคลากรที่ใช้ระบบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการเป็นจะใช้งานในด้านการลงข่าวประชาสัมพันธ์มากที่สุด บุคลากรที่ใช้ระบบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์องค์กรเป็นไม่มีปัญหาในการใช้ และบุคลากรส่วนใหญ่ต้องการพัฒนาการใช้ระบบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการของตนเอง

4) ด้านการใช้งานระบบสารสนเทศของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 8 ระบบ ได้แก่ 1) ระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร พบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ไม่เคยใช้งาน ส่วนใหญ่

ต้องการใช้ระบบเพราะสามารถติดตามข้อส่วนตัวของตนเอง และประวัติการทำงาน หรือผลงานต่าง ๆ ตลอดจนสามารถตรวจสอบวันลาของตนเองผ่านระบบออนไลน์ได้ 2) ระบบห้องประชุม พบว่าบุคลากรส่วนใหญ่เคยใช้ระบบเพราะสามารถจองห้องประชุมล่วงหน้า และทราบถึงสถานะห้องประชุมว่าว่างหรือไม่ 3) ระบบการประชุมวิชาการ/วารสารวิชาการ พบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ยังไม่เคยใช้งานระบบ เพราะส่วนใหญ่มอบหมายเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เทคโนโลยีสารสนเทศ 4) ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ 5) ระบบสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 6) ระบบประกันคุณภาพการศึกษา 7) ระบบฐานข้อมูลศิษย์เก่า และ 8) ระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา พบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ยังไม่เคยใช้งานในระบบ และมีความต้องการที่ให้ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจของคณะวิทยาการจัดการฝึกอบรมการใช้งานระบบสารสนเทศทั้ง 8 ระบบ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้และความเข้าใจในระบบมากขึ้น

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ
ด้านบุคลากร

การดำเนินการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	\bar{x}	S.D	แปลผล
ด้านบุคลากร			
1) บุคลากรมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.43	0.61	ดี
2) นโยบายของผู้บริหารส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.91	0.72	ดีมาก
3) การจัดฝึกอบรมสามารถตอบสนองความต้องการใช้ระบบสารสนเทศของตนเอง	4.35	0.59	ดี
4) คณะวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถถ่ายทอดความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้แก่บุคลากร	4.12	0.65	ดี
5) บุคลากรเห็นความสำคัญต่อการพัฒนาตนเองกับความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.05	0.55	ดี
6) ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการใช้ระบบที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดจากปัญหาด้านบุคลากร	3.44	0.61	ปานกลาง
รวม	4.22	0.62	ดี

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.22$; S.D. = 0.62) บุคลากรมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.43$) นโยบายของผู้บริหารส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.91$) บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบสารสนเทศที่ใช้ในคณะวิทยาการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$) การจัดฝึกอบรมสามารถตอบสนองความต้องการใช้ระบบสารสนเทศของตนเองอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.35$) คณะวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถถ่ายทอดความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้แก่บุคลากรอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.12$) บุคลากรเห็นความสำคัญต่อการพัฒนาตนเองกับความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.05$) ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการใช้ระบบที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดจากปัญหาด้านบุคลากรในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.44$)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ
ด้านงบประมาณ

การดำเนินการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	\bar{x}	S.D	แปลผล
ด้านงบประมาณ			
1) งบประมาณที่ส่งเสริมด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในคณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ	3.48	0.63	ปานกลาง
2) ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการใช้จ่ายงบประมาณส่งเสริมการ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.43	0.61	มาก
3) ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินการด้านเทคโนโลยี สารสนเทศเกิดจากปัญหาด้านงบประมาณ	2.48	0.59	น้อย
รวม	3.46	0.61	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ
ด้านงบประมาณโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.46$; S.D.= 0.61) งบประมาณที่ส่งเสริมด้านการใช้เทคโนโลยี
สารสนเทศในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.48$)
โดยผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการใช้จ่ายงบประมาณส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับมาก ($\bar{x} = 4.43$)
และปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดจากปัญหาด้านงบประมาณในระดับ
น้อย ($\bar{x} = 2.48$)

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ
ด้านการบริหารจัดการ

การดำเนินการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	\bar{x}	S.D	แปลผล
ด้านการบริหารจัดการ			
1) การบริหารจัดการมีความเหมาะสม	3.47	0.56	ปานกลาง
2) ปัญหาและอุปสรรคในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกิด ปัญหาจากการบริหารจัดการ	3.41	0.61	ปานกลาง
รวม	3.44	0.59	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยี
สารสนเทศด้านการบริหารจัดการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.44$; S.D.= 0.59) ด้านการบริหารจัดการ
เห็นว่าการบริหารจัดการมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.47$) ปัญหาและอุปสรรคในการใช้ระบบ
เทคโนโลยีสารสนเทศเกิดปัญหาจากการบริหารจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.41$)

อภิปรายผล

ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์นั้น
จำเป็นต้องมีการฝึกอบรมการใช้งานให้บุคลากรมีความรู้และความเข้าใจในระบบมากขึ้น สอดคล้องกับสายฝน เป้า
พะเนา (2555 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสมรรถนะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ของ
นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล พบว่านักศึกษา

ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่าทักษะในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสมควรเป็นสมรรถนะที่เหมาะสม นโยบายของผู้บริหารในการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.81$, S.D.=0.54) และปัญหาอุปสรรคในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดจากปัญหาด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.88$, S.D.=0.55) และความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับดี, นโยบายของผู้บริหารส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับดีมาก, ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการใช้ระบบที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดจากปัญหาด้านบุคลากรในระดับปานกลาง, ด้านงบประมาณที่ส่งเสริมด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง, โดยผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการใช้จ่ายงบประมาณส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับมาก, ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดจากปัญหาด้านงบประมาณในระดับน้อย, ด้านการบริหารจัดการเห็นว่าการบริหารจัดการมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง, ปัญหาและอุปสรรคในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดปัญหาจากการบริหารจัดการอยู่ในระดับปานกลาง เหตุผลที่เป็นเช่นนี้อาจมีสาเหตุมาจากด้านสภาพการณ์ปัจจุบันในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์นั้น ผู้ใช้งานหลักจะเป็นสายงานผู้ปฏิบัติคือกลุ่มผู้ปฏิบัติงานสายสนับสนุน หรือกลุ่มอาจารย์ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง ส่วนสายงานบริหารเป็นเพียงผู้สั่งการและมอบหมายความรับผิดชอบ การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในคณะวิทยาการจัดการ ผู้ใช้จะใช้ตามตำแหน่งเฉพาะตัวบุคคลที่ถูกมอบหมายให้รับผิดชอบ ซึ่งบุคคลที่รับผิดชอบจะผ่านการศึกษอบรมเป็นรายบุคคลเฉพาะ ทำให้สามารถใช้ได้และใช้เป็นตามระบบที่ได้รับมอบหมายเพียงคนเดียว ทำให้บุคลากรท่านอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ไม่รู้จักหรือไม่เคยใช้ระบบนั้น ๆ เลย สอดคล้องกับการศึกษาของ เศรษฐศิริ คงคชวัน (2556) ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรบริหารส่วนตำบลควนศรี อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานเป็นระบบที่มีผู้ใช้งานที่ใช้ได้เฉพาะตำแหน่ง หรือสายงานที่เป็นผู้รับผิดชอบ ในแต่ละระบบจึงมีผู้ใช้งานได้ในจำนวนน้อย การที่จะพัฒนาศักยภาพผู้ใช้งานนั้น จำเป็นต้องมีการฝึกอบรม หรือสอนงานให้มากกว่าที่เป็นอยู่ ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านบุคลากรเห็นว่าบุคลากรในองค์กรมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.86$, S.D.=0.56) นโยบายของผู้บริหารส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.81$, S.D.=0.54) ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดจากปัญหาด้านบุคลากรในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.88$, S.D.=0.55) ด้านงบประมาณเห็นว่างบประมาณที่ส่งเสริมด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรมีความเหมาะสมในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.58$, S.D.=0.49) ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการใช้จ่ายงบประมาณส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.67$, S.D.=0.51) ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับการดำเนินการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรเกิดขึ้นจากปัญหาด้านงบประมาณในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.00$, S.D.=0.37) ด้านการบริหารจัดการเห็นว่าการบริหารจัดการ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.56$, S.D.=0.48) ปัญหาและอุปสรรคในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรเกิดปัญหาจากการบริหารจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.56$, S.D.=0.48) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ กิตติยา เตรมี (2553) ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของเทศบาลตำบลลาดบัวขาว อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีอายุระหว่าง 20-40 ปี มีอายุราชการต่ำกว่า 5 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ดำรงตำแหน่งระดับปฏิบัติการ ไม่เคยเข้ารับการอบรม แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ได้แก่ปัญหาด้านสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านการจัดดำเนินการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ด้านการประเมินและติดตามผล ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการควรได้รับการอบรมและศึกษาปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรมีวิสัยทัศน์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่กว้างไกล

สามารถนำมาประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งใช้คอมพิวเตอร์ และทรัพยากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า

ข้อเสนอแนะ

ควรเพิ่มบุคลากรผู้รับผิดชอบในแต่ละระบบให้มากขึ้น จัดให้มีการสอนงานจากบุคลากรผู้มีความรู้ความเข้าใจในแต่ละระบบ ให้แก่บุคลากรที่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในระบบนั้น เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ผู้บริหารควรสนับสนุนการอบรมให้มากขึ้น และเพิ่มการติดตามตรวจสอบผลการปฏิบัติงานให้เข้มข้นขึ้น หากเกิดข้อบกพร่องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจากเครื่องแม่ข่ายของคณะฯ หรือมหาวิทยาลัยให้นำข้อบกพร่องเหล่านั้นแจ้งผู้ดูแลระบบ เพื่อดำเนินการแก้ไขต่อไป ควรมีการแบ่งงาน มอบหมายงานและรับผิดชอบเป็นลายลักษณ์อักษร และมีการรายงานผลอย่างต่อเนื่อง ควรสนับสนุนงบประมาณให้มากขึ้น ทั้งด้านการศึกษาอบรม และวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัย และสิ่งจำเป็นต่อการใช้งาน และควรสร้างจิตสำนึก ในการให้ความสนใจและใส่ใจ รวมทั้งประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็วในการปฏิบัติหน้าที่ และการให้บริการแก่นักศึกษา บุคลากร ตลอดจนบุคคลที่เข้ามาติดต่อราชการ หรือใช้บริการของคณะให้เกิดประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา เตรมี. (2553). การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของเทศบาลตำบลลาดบัวขาว อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาอิสระ ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จิตติมา เทียมบุญประเสริฐ. (2546). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ : วิ.เจ.ปรีณัตติง.
- เจ็ดจันทร์ พลดงนอก. (2556). การพัฒนาระบบการฝึกอบรมออนไลน์แบบสอนงานสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการผู้ใช้เทคโนโลยี ธนาคารพาณิชย์. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ 6 ฉบับที่ 1(มกราคม – เมษายน 2556) เข้าถึงได้จาก <http://www.ejournal.su.ac.th>.
- จุฑามาศ ปรานบุญเปลื้อง. (2547). การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้และบทเรียนสำเร็จรูป วิชาวิทยาศาสตร์เรื่องเซลล์ โครงสร้าง และหน้าที่ของเซลล์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชุมพล ศลงสารศิริ. (2540). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ : ป.สัมพันธ์พาณิชย์.
- ทิพวรรณ บุญย์เพิ่ม, สวัสดิ์ เขาวกุล และนพพร โทณะวณิก. (2550). โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- มานิตย์ สิงห์ทองชัย. (2558). ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจในรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. รายงานการวิจัย นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ศุภศิริ โสมาเกต. (2544). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ในการเรียน และความพึงพอใจในการเรียนภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- เศกสรรค์ คงชวัน. (2556). การพัฒนาศักยภาพบุคลากรในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์การบริหารส่วนตำบลควนศรี อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*. 6(3), กันยายน-ธันวาคม, หน้า 228-247.
- สุรพล เย็นเจริญ. (2543). ความพึงพอใจต่อการเรียนวิชาชีพธุรกิจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนปทุมคงคา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร. *ปริญญาณิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสาน.*
- สายฝน เป้าพะเนา. (2555). การศึกษาสมรรถนะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2555) เข้าถึงได้จาก <http://www.ejournal.su.ac.th>.
- อานนท์ กระบอกโท. (2543). ความพึงพอใจของนักศึกษาวิชาทหารในหน่วยฝึกนักศึกษาวิชาทหารจังหวัดทหารบกสกลนคร ปีการศึกษา 2542. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อุทัยพรรณ สุดใจ. (2545). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยจังหวัดชลบุรี. *วิทยานิพนธ์ สังคมวิทยาประยุกต์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- อำนวยการ ส่งสว่าง. (2540). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ทิพย์วิสุทธิ์.
- อำไพ พรประเสริฐสกุล. (2540). การวิเคราะห์และออกแบบระบบ System Analysis and Design. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ : ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.
- Tasana sudjai. (2561). แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ.(ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://learners.in.th/blog/tasana/258614>.

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย POTENTIAL OF TOURIST ATTRACTIONS IN CHIANG RAI PROVINCE

นิติพงศ์ กุ๋แก้วเกษม¹

ปวีณา ลีตระกูล²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพตามองค์ประกอบ 5 ด้านและเพื่อเปรียบเทียบระดับศักยภาพของนักท่องเที่ยวและประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จากกลุ่มตัวอย่าง 450 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ One-way ANOVA นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางและการบรรยายความเรียง

ผลการศึกษาศักยภาพตามองค์ประกอบ 5 ด้านของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีภูมิอากาศที่ดี ด้านกิจกรรม คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีกิจกรรมที่สร้างความผ่อนคลายและความสวยงาม ด้านการเข้าถึง คือ จังหวัดเชียงรายมีความสะดวกในการเดินทางด้วยรถส่วนตัว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ แหล่งท่องเที่ยวมีร้านอาหารที่หลากหลาย ด้านที่พัก คือ ที่พักแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย

การเปรียบเทียบระดับศักยภาพของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการเปรียบเทียบระดับศักยภาพตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า มีจำนวน 2 ด้านที่ต่างกัน ได้แก่ ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

คำสำคัญ: ศักยภาพ, แหล่งท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยว, จังหวัดเชียงราย

Abstract

The purposes of this research were to study the potential of tourist attractions in Chiang Rai Province based on 5 components and to compare the level of the tourists' potential and the kind of tourist attractions in Chiang Rai Province from the sample group of 450 people. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and one way ANOVA or F test and then presented by using table and descriptive form.

The results of the study were found that the potential of tourist attractions in Chiang Rai Province based on 5 components were the attractiveness was the tourist attractions in Chiang Rai Province and the nice weather. The activity was the relaxing activity and the beauty. The access was the convenience to travel by the private car. The facility was the various kinds of restaurants and the accommodation was the safe accommodation at the tourist attractions.

¹ นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² ปรัชญาคุณภักดิ์บัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

The comparison of tourists' potential in Chiang Rai Province classified by the demographic factors appeared that there was no statistically significant difference. The comparison of the level of the potentials based on the kind of tourist attractions in Chiang Rai Province appeared that, in general, there were differences at the statistically significant level of .01. When compared in each aspect, there were the differences in 2 aspects; the access and the facility at the statistically significant level of .001.

Keywords: Potential, Tourist Attractions, Tourists, Chiang Rai Province

บทนำ

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ จึงได้กำหนดแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติอย่างต่อเนื่อง ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (2550-2554) โดยเน้นเรื่อง ยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศมุ่งส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อขยายโอกาสด้านการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว รวมทั้งเพิ่มศักยภาพในการใช้ทรัพยากรร่วมกันนำไปสู่การพึ่งพาซึ่งกันและกัน และการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในภูมิภาค โดยส่งเสริมให้ประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศในกลุ่มอาเซียนและอินโดจีน โดยเฉพาะการสนับสนุนการดำเนินการด้านตลาดร่วมกันเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค และการพัฒนาโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐานระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวระหว่างกัน การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยได้เจริญก้าวหน้าเป็นที่น่าพอใจมาโดยลำดับ อย่างไรก็ตาม ความสามารถที่ประเทศไทยจะรักษาความเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียได้นั้น น่าจะขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพทั้งในภาครัฐและเอกชน การสร้างความร่วมมือกันจากทุกฝ่ายที่มีบทบาทด้านการท่องเที่ยว ไม่ควรปล่อยให้เป็นที่และความรับผิดชอบขององค์กรภาครัฐหรือเอกชนเพียงผู้เดียว ควรจะมีการร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี จึงมีจุดหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังกล่าวเข้ามาร่วมกันพัฒนาและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานสากล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, [http:// www. Thai.tourismthailand.org](http://www.Thai.tourismthailand.org), 2560)

ประเทศไทยมีความสวยงามทางธรรมชาติและความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น (Nuttavuthisit. 2006) มีความเด่นในด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้านความคุ้มค่าของเงินในการท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้ว จากการศึกษาของ Tapachai และ WarysZak (2000) พบว่าประเทศไทยมีภาพลักษณ์ ที่เด่นในคุณค่าด้านหน้าที่ (Functional Value) คือมีแหล่งช้อปปิ้งที่ถูกลง (Fascinating Cheap Shopping) อาหารหลากหลาย (Exotic Food) แหล่งประวัติศาสตร์ที่เป็นมิตร (Friendliness Historical Sites) ชานเมืองที่ไม่ถูกทำลาย (Tropical Unspoiled Countryside) ทิวทัศน์สวยงาม (Beautiful Scenery) ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีศักยภาพที่เด่นทางด้านความสวยงามทางธรรมชาติ ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น วัฒนธรรมและประเพณี และความคุ้มค่าของเงินในการท่องเที่ยว และเมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของประเทศไทยในความคิดของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแนวคิดที่ดีต่อประเทศไทยในด้านประเพณีและวัฒนธรรม ผู้คนเป็นมิตร ความคุ้มค่าของเงินในการท่องเที่ยว

จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากถึง 121 แห่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ เขต 2, <http://thai.tourismthailand.org/>, 2560) แบ่งออกได้ดังนี้คือ 1) สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ จำนวน 58 แห่ง ที่สำคัญๆ ได้แก่ ภูชี้ฟ้า ฝายต้ง เกษตรที่สูงดอยผาหม่น ซึ่งมีดอกทิวลิปให้ชมช่วงฤดูหนาว แหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ 2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จำนวน 46 แห่ง ได้แก่ เมืองโบราณเชียงแสน ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 800 ปี ดินแดนสามเหลี่ยมทองคำ อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งรายมหาราช และ 3) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมมีจำนวน 17

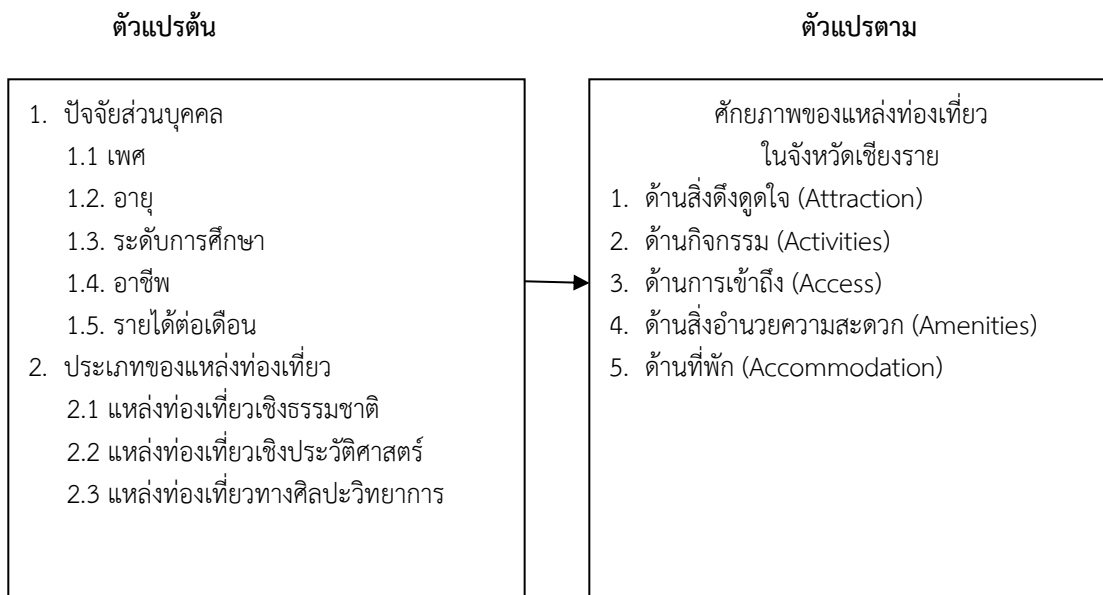
แห่ง ที่ได้รับความนิยมที่สุด ได้แก่ วัดร่องขุน ซึ่งออกแบบโดยอาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ วัดพระแก้ว พระธาตุดอยตุง และยังมีพระธาตุที่สำคัญอีก 9 แห่ง หรือที่เรียกว่าพระธาตุเก้าจอม บ้านคิลปิน อาทิเช่น บ้านถวัลย์ ดัชนี (บ้านดำ) ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวยังจังหวัดเชียงราย ปีละ 1,247,738 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 959,099 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 288,639 คน

จากสาระสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น จังหวัดเชียงรายในฐานะที่เป็นจังหวัดที่มีความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์เป็นเสมือนประตูสู่ตลาดการค้า การลงทุน และมีเส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมต่อไปยังหลายประเทศในภูมิภาคอินโดจีน อีกทั้งสามารถรองรับการท่องเที่ยวอาเซียน ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลที่ผู้ศึกษาต้องการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยผู้ศึกษาได้ศึกษาเกี่ยวกับการวัดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจาก 5 องค์ประกอบ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พัก เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพื่อให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวอาเซียน และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบ 5 ด้านของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน
3. เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ระเบียบวิธีการวิจัย

ซึ่งประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่สนใจศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงราย ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2558 ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2558 จำนวน 2,521,249 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, <http://tourism.go.th/subweb/listcategory/11/217,2558>)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงราย ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2558 ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2558 และหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรการคำนวณของ Taro Yamane (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549 : 185-186) ดังนี้

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

e คือ ความคาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างในการศึกษานี้เท่ากับ 0.05

N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ซึ่งในรายงานการศึกษากำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 หรือ 0.05

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{2,521,249}{1 + 2,521,249 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{2,521,249}{6,304.12}$$

$$n = 400$$

เพื่อให้เกิดความครบถ้วน ถูกต้องและครอบคลุมในข้อมูลแบบสอบถามที่เก็บ ผู้ศึกษาจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นจำนวน 450 คน

ขั้นตอนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่าง 450 คน ผู้ศึกษาได้สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) ออกเป็นสามกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จำนวน 150 ชุด กลุ่มท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จำนวน 150 ชุด และกลุ่มท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ จำนวน 150 ชุด และทำการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากประชากรแต่ละกลุ่มอีกครั้ง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วยข้อคำถามปลายปิด มีข้อคำถามรวม 6 ข้อ ได้แก่ ข้อมูลที่มีระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) คือ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และข้อมูลอันดับ (Ordinal Scale) คือ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวจะถามเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่มาเที่ยวจำนวนผู้ร่วมเดินทาง วิธีการเลือกเดินทางในรอบปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2559)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Rating Scale 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การวัดตามแบบ Likert (Likert Scale) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548 : 19) ดังนี้

ระดับคะแนน	การให้ความหมาย
5	มีศักยภาพมากที่สุด
4	มีศักยภาพมาก
3	มีศักยภาพปานกลาง
2	มีศักยภาพน้อย
1	มีศักยภาพน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. การสร้างแบบสอบถาม ได้ศึกษารายละเอียด แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จากหนังสือ เอกสาร บทความ วิทยานิพนธ์และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ และนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ได้ตรวจทานพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะต่างๆ และทำการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำ หรือข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และนำแบบสอบถามไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruency : IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินข้อความของแบบสอบถาม ด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ 1 = สอดคล้อง 0 = ไม่แน่ใจ -1 = ไม่สอดคล้อง

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

R แทนผลคูณของคะแนนกับจำนวนผู้เชี่ยวชาญในแต่ละระดับความสอดคล้อง

N แทนจำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

จากผลการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงของข้อคำถามได้ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.87

4. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญได้แก้ไขหรือให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ไปทดลองใช้กับตัวอย่างที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการร้านอาหารต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 30 ชุด ทั้งนี้การทดลองดังกล่าวจะมิได้นำไปวิเคราะห์ผลรวมกับตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จากนั้นนำเข้าสู่กระบวนการทดสอบความเชื่อมั่นแบบอิงกลุ่ม โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟา (Alpha's Coefficient) ได้ค่า α ดังนี้

ระดับศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ ได้ค่า $\alpha = .893$

ระดับศักยภาพด้านกิจกรรม ได้ค่า $\alpha = .878$

ระดับศักยภาพด้านการเข้าถึง ได้ค่า $\alpha = .872$

ระดับศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้ค่า $\alpha = .906$

ระดับศักยภาพด้านที่พัก ได้ค่า $\alpha = .909$

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ มาจัดทำแบบสอบถามและนำแบบสอบถามที่ได้มาใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 450 ชุด โดยแบ่งตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 3 แหล่งท่องเที่ยวในขนาดเท่า ๆ กัน

2. ตรวจสอบความครบถ้วนและถูกต้องของแบบสอบถาม ทำการลงรหัสตัวเลขตามที่กำหนดไว้เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการลงข้อมูลในโปรแกรมสำเร็จรูป

3. บันทึกข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

การจัดทำกับข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาศักยภาพตามองค์ประกอบ 5 ด้านของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งมีเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายระดับการรับรู้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548 : 19) ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	มีระดับศักยภาพมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	มีระดับศักยภาพมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	มีระดับศักยภาพปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	มีระดับศักยภาพน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	มีระดับศักยภาพน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระดับศักยภาพของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนบุคคลระหว่างเพศชายและเพศหญิงแจกแจงแบบค่าสถิติที (t-test) สำหรับระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: ANOVA) และทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

ส่วนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบระดับศักยภาพตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: ANOVA) และทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe')

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย สามารถสรุปผลเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,001-25,000 บาท เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย 2-5 ครั้ง โดยแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ เช่น วัดร่องขุน พิพิธภัณฑ์บ้านดำ วัดร่องเสือเต้น มีจำนวนผู้มาเที่ยวมากที่สุด รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น พระธาตุดอยตุง พิพิธภัณฑ์ชาวเขา พิพิธภัณฑ์รอยพระบาทรัชกาลที่ 9 การเดินทางมาท่องเที่ยวมักจะเป็นการเดินทางด้วยตนเอง พาหนะเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว รองลงมาเดินทางโดยเครื่องบิน ที่พักส่วนใหญ่พักที่โรงแรม รองลงมาเป็นบ้านญาติ มีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง 2-3 วัน เหตุผลที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเพื่อพักผ่อนในวันหยุดมากที่สุด รองลงมาเพื่อสัมมนา/ธุรกิจ/ปฏิบัติงาน ผู้มาเที่ยวทราบแหล่งข้อมูลเพื่อวางแผน มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายจากครอบครัว/ญาติพี่น้อง/เพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือ Internet

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพตามองค์ประกอบ 5 ด้าน ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ศักยภาพตามองค์ประกอบ 5 ด้านของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านด้านสิ่งดึงดูดใจ รองลงมา คือ ด้านกิจกรรม และน้อยที่สุดคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และสรุปแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีภูมิอากาศที่ดี รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจ และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีความปลอดภัยเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีกิจกรรมที่สร้างความผ่อนคลายและความสวยงาม รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีสถานที่สำหรับกิจกรรมครอบครัว และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้

ด้านการเข้าถึง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จังหวัดเชียงรายมีความสะดวกในการเดินทางด้วยรถส่วนตัว รองลงมา คือ จังหวัดเชียงรายมีความปลอดภัยในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และน้อยที่สุดคือ จังหวัดเชียงรายมีรถโดยสารไม่ประจำทาง (TAXI รถตู้) ไปยังแหล่งท่องเที่ยว

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีร้านอาหารที่หลากหลาย รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยว มีร้านจำหน่ายของที่ระลึก และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวมีบริการ Free Wifi

ด้านที่พัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่พัก แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย รองลงมา คือ ที่พักมีความหลากหลาย เช่น โรงแรม เกสเฮ้าส์ บังกะโล โฮมสเตย์ และน้อยที่สุดคือ ที่พักอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบระดับศักยภาพของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบระดับศักยภาพของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ดังนี้

ปัจจัยด้านเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านอายุ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า มีจำนวน 1 ด้านที่ต่างกัน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ปัจจัยด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ มีความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า มีจำนวน 2 ด้านที่ต่างกัน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ปัจจัยด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า มีจำนวน 1 ด้านที่ต่างกัน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มรายได้ต่อเดือนต่างๆ มีความคิดเห็นต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า มีจำนวน 2 ด้านที่ต่างกัน ได้แก่ ด้านการเข้าถึง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ส่วนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบระดับศักยภาพตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

การเปรียบเทียบระดับศักยภาพตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยว 3 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการที่มีต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า มีจำนวน 2 ด้านที่ต่างกัน ได้แก่ ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	.200	.100	.528	.590
	ภายในกลุ่ม	447	84.505	.189		
	รวม	449	84.704			
ด้านกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	2	.591	.296	1.348	.261
	ภายในกลุ่ม	447	97.989	.219		
	รวม	449	98.580			
ด้านการเข้าถึง	ระหว่างกลุ่ม	2	12.756	6.378	19.376	.000***
	ภายในกลุ่ม	447	147.133	.329		
	รวม	449	159.889			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	27.856	13.928	31.424	.000***
	ภายในกลุ่ม	447	198.122	.443		
	รวม	449	225.978			
ด้านที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	2	1.317	.658	2.400	.092
	ภายในกลุ่ม	447	122.652	.274		
	รวม	449	123.969			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	2.217	1.108	6.281	.002**
	ภายในกลุ่ม	447	78.873	.176		
	รวม	449	81.090			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ . 01 *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ . 001

อภิปรายผล

การวิเคราะห์ศักยภาพตามองค์ประกอบ 5 ด้าน ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

1. ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีภูมิอากาศที่ดี และมีวัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2529 : 40-42) ที่กล่าวถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ที่คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิต และสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ จารุจณ์ กลินดีป्ली (2541 : 79-80) ได้กล่าวไว้ว่าเกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะ หรือมีความเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ สถานที่ที่มีความเกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามา

ท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์และความสะดวกในการเข้าถึง ดังนั้นบรรยากาศและวัฒนธรรมประเพณีในจังหวัดเชียงราย จึงเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมากในระดับหนึ่ง

2. ศักยภาพด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีกิจกรรมที่สร้างความผ่อนคลายและความสวยงาม และมีสถานที่สำหรับกิจกรรมครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เทพกร สงขลา (2556 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษารูปแบบการจัดการทรัพยากรเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรยั่งยืน อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยพบว่าช่วงที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอำเภอช้างกลางได้รับความนิยม แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีกิจกรรมการสาธิต ให้ความรู้การเกษตร การจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรและการแนะนำธุรกิจการเกษตร โดยกิจกรรมดังกล่าวส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์และสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรเกษตร และสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งราตรี อึ้งเจริญ (2559 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรสาคร และพบว่าระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมาก และตรงตามเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ จารุจน์ กลิ่นดีป्ली (2541 : 79-80) ที่กล่าวถึงเกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ โอกาสในการสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้นศักยภาพด้านกิจกรรมจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเพิ่มขึ้น

3. ศักยภาพด้านการเข้าถึง (Accessibility) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าจังหวัดเชียงรายมีความสะดวกในการเดินทางด้วยรถส่วนตัว และมีความปลอดภัยในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวงค์ธีรา สุวรรณินและคณะ (2557 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดในจังหวัดปทุมธานี พบว่า วัดส่วนใหญ่สามารถจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเลือกวัดที่ใกล้เคียงกันและอยู่บนเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงกัน การพิจารณาสถานที่แวะรับประทานอาหารกลางวัน และเดินทางกลับให้เป็นวงจร ทำให้สามารถจัดทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวได้ และจากยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย (<https://chiangrai.mots.go.th>, 2560) กล่าวถึงศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบสาธารณูปโภค พบว่า การคมนาคมทางอากาศ จังหวัดเชียงราย มีท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ซึ่งสามารถรองรับผู้โดยสารได้ 600 คนต่อชั่วโมง การคมนาคมทางน้ำเป็นการขนส่งและเดินทางโดยใช้แม่น้ำโขง ในจังหวัดเชียงรายมีท่าเทียบเรือที่อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ ส่วนใหญ่เป็นการขนส่งระหว่างประเทศและมีความสำคัญมาก การคมนาคมทางบกจังหวัดเชียงรายสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายทางหลวงภาคเหนือตอนบน ซึ่งปัจจุบันมีโครงข่ายที่ค่อนข้างสมบูรณ์ แสดงให้เห็นว่าความสะดวกในการเดินทางและความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญของนักท่องเที่ยวที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายด้วย

4. ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) โดยรวมอยู่ในระดับมากทั้งสองด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับ ข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2559 ที่กล่าวว่า จังหวัดเชียงรายมีร้านอาหารจำนวนมาก หารับประทานได้ง่าย สามารถเลือกใช้บริการได้ตามต้องการทั้งอาหารไทย อาหารนานาชาติ มีบริการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกที่เป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมที่จะจัดหาหรือซื้อ ซึ่งมีความแตกต่างกันตามลักษณะอาชีพ สังคมวัฒนธรรม และวัตถุประสงค์ที่มีในแต่ละสถานที่เพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

5. ศักยภาพด้านที่พัก (Accommodation) ในส่วนของที่พักในจังหวัดเชียงราย มีความปลอดภัยและมีความหลากหลายให้เลือกพัก รวมทั้งสถานที่พักในจังหวัดเชียงรายมีบริการสถานที่พักหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม เกสเฮาส์ บ้านเช่า รีสอร์ท ซึ่งจัดไว้ได้อย่างเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวก ปลอดภัย และราคายุติธรรม ซึ่งเกษราศิณี อินไชย (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวภายในประเทศของวัยทำงานตอนต้น : กรณีศึกษาวัยทำงานตอนต้นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่ารูปแบบที่พักส่วนใหญ่คือ เกสเฮาส์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรและการบริการ(พนักงานมีความเอาใจใส่กระตือรือร้นและเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ) เป็นอันดับหนึ่ง ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (ความ

ปลอดภัยของที่พัก)เป็นอันดับสอง ด้านสถานที่ (ความสวยงามของที่พักหรือห้องพัก) เป็นอันดับสาม ด้านราคา (ความเหมาะสมของราคาที่พัก) เป็นอันดับสี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (การส่งเสริมการขายด้วยวิธีการให้ส่วนลดหรือสิทธิพิเศษ) เป็นอันดับห้า และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (มีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อเพื่อจองห้องพักและสอบถาม) เป็นอันดับสุดท้าย

6. จากการเปรียบเทียบระดับศักยภาพตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยเปรียบเทียบ ความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยว 3 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการที่มีต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งจะแตกต่างกันในด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้เนื่องจากประเภทของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันด้วย เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ซึ่งเป็นป่าภูเขา น้ำตก เส้นทางการเดินทางอาจจะต้องเดินทางกันลำบาก ถนนคอนกรีตยังไม่ถึง ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และเชิงศิลปวิทยาการนั้น อาจจะอยู่ในชุมชนการเดินทางสะดวกสบาย มีถนนคอนกรีตเข้าถึง การเดินทางปลอดภัย เช่น อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งราย วัดร่องชุ่น พิพิธภัณฑ์บ้านดำ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความชอบ ความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็มีความต้องการให้การเข้าถึงนั้นมีความสะดวกสบาย ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่หน่วยงานภาครัฐจะต้องเข้ามาดูแล พัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านความสำคัญของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของตติยาพร จารุมณีรัตน์ (2548 : 112 อ้างถึงใน Heath และ Wall, 1992) ที่กล่าวว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังจากที่ได้ตัดสินใจมาเที่ยวแล้ว ดังนั้นการศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจึงเป็นประโยชน์ในด้านการวางแผนการตลาดและการวางนโยบายที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็นและมุมมองของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อสถานที่นั้นอย่างถ่องแท้ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการสร้างจุดยืนของแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งการศึกษาถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้ทราบถึงจุดเด่น - จุดด้อยของแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

1. จากการศึกษาจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในด้านสิ่งดึงดูดใจ ที่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีภูมิอากาศที่ดี ดังนั้นหน่วยงานที่มีส่วนรับผิดชอบ จะต้องให้ความรู้และส่งเสริมคนในชุมชนช่วยกันรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้มีสภาพที่น่าท่องเที่ยว มีบรรยากาศที่ดี ร่มรื่นตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบกับการบูรณาการวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นให้สอดคล้องกับสภาพจริงสถานที่ท่องเที่ยว เช่น มาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว และได้สัมผัสกับวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นด้วย ซึ่งจะเป็จุดสนใจที่จะทำให้มีคนมาท่องเที่ยวมากขึ้น

2. ส่วนที่มีศักยภาพน้อยที่สุดก็คือ ด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องหามาตรการการรักษาความปลอดภัยแก่ผู้ท่องเที่ยว โดยที่จะแสดงให้เห็นว่าเข้ามาท่องเที่ยวแล้วมีความมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และการรณรงค์ให้คนในชุมชนปฏิบัติตัวเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว สร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว

3. จากการศึกษาศักยภาพในด้านที่พักของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวพอใจในด้านความปลอดภัยของโรงแรม เกสเฮ้าส์ บังกะโล โฮมสเตย์ เนื่องจากผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญในด้านการรักษาความปลอดภัยของผู้เข้าพัก โดยจะมีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐจะต้องให้การสนับสนุนเพื่อสร้างความมั่นใจในการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เช่น มีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยสอดส่องตรวจตราอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสถานประกอบการที่อยู่ห่างไกลชุมชน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัด เชียงราย เพื่อให้ประชาชนในชุมชนรู้สึก และตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ และมีส่วนร่วมในการ รับผิดชอบแห่งท่องเที่ยวร่วมกัน
2. ควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักท่องเที่ยวว่ามีความคิดเห็นอย่างไร กับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาและปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้สามารถคง อยู่ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาถึงผลกระทบด้านไหนที่จะส่งผลให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และส่งผลต่อ คุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *หลักสถิติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *สถิตินักท่องเที่ยว 2014, 2015 ประกาศ ณ วันที่ 27 พฤษภาคม 2558*. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2560, จาก <http://tourism.go.th/subweb/listcategory/11/217>
- _____. (2560). *นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2560, จาก <http://www.Thai.tourismthailand.org>
- เกษราศิณี อินไชย. (2554). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวภายในประเทศของวัยทำงาน* ตอนต้น : กรณีศึกษาวัยทำงานตอนต้นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก.
- จารุจน์ กลิ่นดีปลี. (2541). *การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี*. (สารนิพนธ์บริหารศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ตติยาพร จารุณรัตน์. (2548). *การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ทั้งงาและกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สงขลา.
- เทพกร ณ สงขลา. (2556). *รูปแบบการจัดการทรัพยากรเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืน ในอำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช*. (วิทยานิพนธ์ดุสิตบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สงขลา.
- รุ่งราตรี อึ้งเจริญ. "การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรสาคร". *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*. 11,1(2560, มกราคม-เมษายน).
- วงศ์ธีรา สุวรรณิน และคณะ. (2557). "การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดใน จังหวัดปทุมธานี". *วารสารบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*. 8,3(2557, กันยายน-ธันวาคม).
- วิวัฒน์ชัย บุญยักดิ์. (2529). *ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อมรดกศิลปวัฒนธรรม*. จุลสารการท่องเที่ยว. 4(2529, ตุลาคม).
- Tapachai, N., & Waryszak, R. (2000). An examination of the role of beneficial image in tourist destination selection. *Journal of travel research*, 39(1), 37-44.

บทความวิชาการนำเสนอผลงานแบบโปสเตอร์

“สหวิทยาการ”



การพัฒนาบบบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาแบบบูรณาการร่วมมือ
ระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับสถานประกอบการ โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

DEVELOPMENT OF MANAGEMENT SYSTEMS, PROFESSIONAL EXPERIENCE TRAINING
AND INTEGRATED COOPERATIVE EDUCATION BETWEEN HIGHER EDUCATION
INSTITUTIONS AND ENTERPRISES BY USING INFORMATION AND COMMUNICATION
TECHNOLOGY

มัลลิกา ภูมธรัตน์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาออกแบบ และพัฒนารูปแบบระบบสหกิจศึกษาออนไลน์
สำหรับจัดการข้อมูลสหกิจศึกษาและการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาในคณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่
ใช้ในการวิจัย สำหรับประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานสหกิจศึกษาออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ที่
เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และนักศึกษา รวม 60 คน โดยการเลือกกลุ่ม
ตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ ระบบบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
และสหกิจศึกษา และแบบสอบถามความพึงพอใจของระบบ ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ระบบบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาที่พัฒนาขึ้น
เจ้าหน้าที่หรืออาจารย์ สามารถจัดการข้อมูลนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ข้อมูลสถานประกอบการ ข้อมูล
อาจารย์นิเทศ และนักศึกษาสามารถตรวจสอบข้อมูลส่วนตัว ตรวจสอบรายชื่อสถานประกอบการ การสมัครรับเข้า
ประสบการณ์ ตลอดจนการติดตามข่าวสารประชาสัมพันธ์ และดาวน์โหลดเอกสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการฝึก
ประสบการณ์ที่มีความสะดวก รวดเร็ว ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ซึ่งผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อระบบที่พัฒนาขึ้นอยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{x} = 4.47$)

คำสำคัญ : การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ, สหกิจศึกษาแบบบูรณาการร่วมมือ, เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

Abstract

This research aimed to study the design, and to develop a system for managing data online
for cooperative education and preparing professional experiences to prepare students in the
Faculty of Management, Nakhon Sawan Rajabhat University and evaluating the satisfaction of
developed users. The sampling group used in the research consisting of faculty members, staffs
involved in data management, cooperative education and professional experiences, and students,

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมและหัวหน้าศูนย์ประสานงานบัณฑิตศึกษาและนานาชาติ คณะวิทยาการ
จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

for 60 people by purposive sampling. The research tools include management training, professional experience and cooperative education, and the questionnaires asking the satisfaction of the system. The data were analyzed by frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that the teachers and staffs could manage the system for managing data online consisting of data of students, enterprises, advisors and students could check their personal data, lists of enterprises, could apply for the training, including follow up news and download related documents with more firstly and correctly. Users are satisfied with the system that was developed at a high level ($\bar{x} = 4.47$).

Keyword: professional experience training, integrated cooperative education, communication technology

บทนำ

สำหรับการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษานั้น ถือว่าเป็นการจัดการศึกษาในระดับที่สำคัญ เนื่องจากเป็นการศึกษาที่เตรียมบุคคลเข้าสู่อาชีพ โดยนิสิตนักศึกษาที่จบการศึกษาในระดับนี้แล้วจะเข้าสู่การประกอบอาชีพ ดังนั้น การจบการศึกษาแล้วมีอาชีพหรือมีงานทำจึงเป็นเป้าหมายของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ปกครอง นักศึกษา และสถาบันการศึกษา ซึ่งการที่นิสิตนักศึกษาที่จบการศึกษาแล้วมีอาชีพทันที จะต้องเป็นนักศึกษาที่มีคุณลักษณะตามที่เจ้าของสถานประกอบการยอมรับ ซึ่งโดยทั่วไปเราเรียกว่า นักศึกษาที่มีคุณภาพ ทำให้สถาบันการศึกษาทุกแห่งจึงพยายามทุกวิถีทางที่จะให้นิสิตนักศึกษาของตนมีคุณภาพ ซึ่งเราเรียกว่า การบริหารในการบริหารสถาบันให้มีคุณภาพจึงเป็นหัวใจสำคัญ ยิ่งในยุคปัจจุบันนั้นเป็นยุคการแข่งขันจึงมีความจำเป็นที่ต้องเน้นคุณภาพของบัณฑิตเพื่อการแข่งขัน คงไม่ใช่เฉพาะภายในประเทศเท่านั้นแต่รวมถึงต่างประเทศด้วย (เทียนทองแก้ว, 2549) ซึ่งการจัดการศึกษาในปัจจุบันต้องอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่อให้ก้าวทันต่อภาวะการแข่งขัน

ปัจจุบันเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญสำหรับสถาบันการศึกษา สำหรับพัฒนาให้ระบบการจัดการศึกษาสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และได้ข้อมูลที่ถูกต้อง และที่สำคัญเป็นช่องทางสำหรับติดต่อสื่อสาร ตลอดจนการบริการจัดการข้อมูลที่ทันสมัย ดังนั้นการพัฒนากระบวนสารสนเทศโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยจะก่อประโยชน์ให้กับองค์กร หรือสถาบันการศึกษาเป็นอย่างไร ซึ่งระบบสารสนเทศสามารถแบ่งออกเป็นระบบย่อยได้มากมาย เช่น ระบบประมวลผลข้อมูล ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ หรือระบบผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น ซึ่งระบบสารสนเทศแต่ละชนิดจะมีความแตกต่างกันในการดำเนินงาน และการใช้ฐานข้อมูล จึงต้องได้รับการพัฒนาขึ้นตามคุณสมบัติเฉพาะ อย่างไรก็ตามการพัฒนากระบวนสารสนเทศจะมีลักษณะร่วมกันของการดำเนินงานที่เป็นระบบและต้องอาศัยความเข้าใจในขั้นตอนการดำเนินงาน การศึกษา เรื่องการพัฒนากระบวน (System Development) จึงเป็นสิ่งสำคัญ ไม่แต่เฉพาะบุคคลที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับสารสนเทศแต่มีความจำเป็นสำหรับสมาชิกอื่นขององค์กรที่ต้องเกี่ยวข้องในฐานะผู้ใช้ระบบ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มีรูปแบบการจัดการสหกิจศึกษาและการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพสำหรับนักศึกษาในหลากหลายสาขาวิชา อาทิ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาการบัญชี และสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น ซึ่งแนวทางการจัดการศึกษาดังกล่าวจะเป็นการเพิ่มศักยภาพของนักศึกษาจากการเรียนการสอน นักศึกษาได้ศึกษาจากการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการที่ใช้บัณฑิต ซึ่งพระราชบัญญัติการศึกษา พุทธศักราช 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้ระบุไว้ว่า เป้าหมายการจัดการศึกษา มีความสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษา โดยเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้เรียน ยึดหลักที่ให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เป็นคนดี คนเก่ง และมีความสุข แต่ปัญหาที่พบของการจัดการศึกษาดังกล่าวยังพบประเด็นที่สำคัญในส่วนของ การนำระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยในการดำเนินการจัดการศึกษาอันจะเป็นพื้นฐานเพื่อขับเคลื่อนให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดการข้อมูลนักศึกษา สถานประกอบการ การเข้า

รับสภกิจของสถานประกอบการ รวมไปถึงการประเมินจากอาจารย์นิเทศ และประเมินจากสถานประกอบการ เป็นต้น โดยรูปแบบข้อมูลการถูกจัดเก็บในรูปแบบของเอกสาร ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการบริหารจัดการข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เกิดความล่าช้าในการสืบค้นข้อมูล และการจัดทำสรุปรายงานการปฏิบัติงานสหกิจ

จากความสำคัญและปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญและมีความสนใจที่จะศึกษาพัฒนาระบบสหกิจศึกษาออนไลน์ เพื่อให้ได้ระบบที่มีความสามารถและเกิดความพึงพอใจต่อผู้ใช้งาน และเป็นระบบสหกิจศึกษาต้นแบบสำหรับจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสหกิจศึกษาและการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถาบันอุดมศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาออกแบบ และพัฒนารูปแบบระบบสหกิจศึกษาออนไลน์สำหรับจัดการข้อมูลสหกิจศึกษา และการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบสหกิจศึกษาออนไลน์สำหรับจัดการข้อมูลสหกิจศึกษา และการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย สำหรับประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานสหกิจศึกษาออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ อาจารย์ จำนวน 10 คน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับจัดการข้อมูลสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 5 คน และนักศึกษา จำนวน 45 คน รวม 60 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

สำหรับวิธีดำเนินการวิจัย รายละเอียดดังนี้

1. ศึกษาความต้องการและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับระบบสหกิจศึกษาออนไลน์สำหรับจัดการข้อมูลสหกิจศึกษา และการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
2. วิเคราะห์และออกแบบระบบสหกิจศึกษาออนไลน์สำหรับจัดการข้อมูลสหกิจศึกษา และการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งมีคุณสมบัติ ดังนี้
 3. ความสามารถระบบ
 - 1) ผู้ดูแลระบบ สามารถจัดการข้อมูลโดยเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูล ดังนี้
 - 1.1) สาขาวิชา โปรแกรมวิชา วุฒิมหาวิทยาลัย
 - 1.2) อาจารย์
 - 1.3) สถานประกอบการ
 - 1.4) ข่าวประชาสัมพันธ์
 - 1.5) ผลงานสหกิจศึกษา
 - 1.6) นักศึกษาฝึกสหกิจ
 - 1.7) เอกสารดาวน์โหลด
 - 1.8) สามารถกำหนดสิทธิ์ต่าง ๆ สำหรับผู้ดูแลระบบ
 - 2) เจ้าหน้าที่หรืออาจารย์ สามารถจัดการข้อมูล โดยเพิ่ม ลบ แก้ไข ดังนี้

- 2.1) จัดการข้อมูลนักศึกษาสหกิจ
- 2.3) จัดการข้อมูลสถานประกอบการ
- 2.4) จัดการข้อมูลอาจารย์นิเทศ
- 2.5) จัดการข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์
- 2.6) จัดการข้อมูลผลงานนักศึกษาสหกิจ
- 2.7) จัดการข้อมูลเอกสารดาวน์โหลด
- 3) นักศึกษา สามารถจัดการข้อมูล และตรวจสอบข้อมูล ดังนี้
 - 3.1) ข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษา
 - 3.2) ตรวจสอบรายชื่อสถานประกอบการที่ต้องการรับนักศึกษาสหกิจ
 - 3.3) สมัครเข้ารับสหกิจในสถานประกอบการ
 - 3.4) ดาวน์โหลดเอกสารฝึกสหกิจหรือผลงาน
 - 3.5) ติดตามข่าวสารประชาสัมพันธ์
- 4) ระบบสำหรับผู้ดูแลระบบและระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูล
 - 4.1) ระบบสหกิจศึกษาออนไลน์สำหรับจัดการข้อมูลสหกิจศึกษาและการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพที่เสนอต้องเป็นแบบ Web Application พร้อมทั้งแสดงผล Web Site ไม่ว่าจะป็นระบบ Intranet หรือ Internet โดยผ่าน Browser เพียงตัวเดียว
 - 4.2) ระบบจะต้องมีหน้าจอสำหรับผู้ดูแลระบบ เพื่อใช้สำหรับควบคุมการใช้งาน การกำหนดสิทธิการใช้งานโปรแกรมในส่วนต่าง ๆ ระบบตรวจสอบการเข้าออกของผู้ใช้
 - 4.2.1) ผู้ดูแลระบบสามารถดำเนินการเพิ่มเติมจำนวนกลุ่มผู้ใช้งานและสามารถเลือกกำหนดสิทธิการใช้งานได้ครอบคลุมทุกสิทธิ์ทุกเมนู
 - 4.2.2) มีระบบรักษาความปลอดภัยของแต่ละระดับ ได้แก่ ผู้ใช้งาน ผู้ดูแลระบบ ตามโครงสร้างขององค์กร
 - 4.2.3) ระบบสหกิจศึกษาออนไลน์สำหรับจัดการข้อมูลสหกิจศึกษาและการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพที่เสนอต้องสามารถทำงานร่วมกับโปรแกรมบริหารจัดการฐานข้อมูล MySQL หรือ Microsoft SQL Server Standard
 - 1.4.3 พัฒนาระบบสหกิจศึกษาออนไลน์สำหรับจัดการข้อมูลสหกิจศึกษาและการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ข้อ 1.4.2
 - 1.4.4 อัปเดตระบบสหกิจศึกษาออนไลน์สำหรับจัดการข้อมูลสหกิจศึกษาและการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพที่พัฒนาขึ้นผ่านเครือข่ายของมหาวิทยาลัยฯ
 - 1.4.5 ให้ผู้ใช้งานทดลองใช้ระบบฯ พร้อมปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ
 - 1.4.6 ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างและประเมินความพึงพอใจระบบฯ ที่พัฒนาขึ้น
 - 1.4.7 ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จเรียบร้อยแล้ว และตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม
 - 1.4.8 นำระบบที่พัฒนาขึ้นไปใช้งานจริง
 - 1.4.9 วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้ คือ ระบบสหกิจศึกษาออนไลน์ ที่พัฒนาขึ้นโดยครอบคลุมขอบเขตของการวิจัยและแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อระบบสหกิจศึกษาออนไลน์ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และแบบปลายเปิด (Open Ended) จำนวน 10 ข้อ โดยทำการการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล โดยตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและนำแบบสอบถามมาตรวจความถี่ และให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยจำแนกข้อมูลตามลักษณะของคำถามดังนี้

1) แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบซึ่งเป็นลักษณะของแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผลการศึกษาสามารถออกแบบระบบบริหารจัดการข้อมูลสหกิจศึกษาออนไลน์ โดยให้มีความสามารถในการจัดการข้อมูลนักศึกษาสหกิจได้ตามขอบเขตของการศึกษา ได้แก่ 1) ผู้ดูแลระบบสามารถจัดการข้อมูลโดยเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูล คือ สาขาวิชา โปรแกรมวิชา วุฒิการศึกษา อาจารย์ สถานประกอบการ ชาวประชาสัมพันธ์ ผลงานสหกิจศึกษา นักศึกษาฝึกสหกิจ เอกสารดาวนโหลด สามารถกำหนดสิทธิ์ต่าง ๆ สำหรับผู้ดูแลระบบ 2) เจ้าหน้าที่หรืออาจารย์ สามารถจัดการข้อมูลเพิ่ม ลบ แก้ไข คือนักศึกษาสหกิจ สถานประกอบการ อาจารย์นิเทศ ชาวประชาสัมพันธ์ ผลงานนักศึกษาสหกิจ เอกสารดาวนโหลด และ 3) นักศึกษา สามารถจัดการข้อมูล คือ เพิ่มข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษา ตรวจสอบรายชื่อสถานประกอบการที่ต้องการรับนักศึกษาสหกิจ สมัครเข้ารับสหกิจในสถานประกอบการ ดาวนโหลดเอกสารฝึกสหกิจหรือผลงาน และติดตามข่าวสารประชาสัมพันธ์

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อระบบบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาแบบบูรณาการร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับสถานประกอบการ โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบ

รายการประเมิน	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. การเชื่อมโยงเมนูสู่เมนู	4.48	.84	มากที่สุด
2. การใช้สีและภาพกราฟิกมีความเหมาะสม	4.56	.74	มากที่สุด
3. การจัดการรูปแบบของการออกแบบ web site มีความเหมาะสม	4.71	.76	มากที่สุด
4. การจัดการข้อมูล เช่น เพิ่ม ลบ แก้ไข มีความแม่นยำถูกต้อง	4.32	.68	มากที่สุด
5. การใช้ขนาดตัวอักษรในหน้า Web Site มีความเหมาะสม	4.44	.73	มากที่สุด
6. การค้นหาข้อมูลสถานประกอบการมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.12	.69	มาก
7. การค้นหาข้อมูลนักศึกษามีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.31	.62	มากที่สุด
8. การอัปโหลดไฟล์มีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.98	.83	มากที่สุด
9. การอัปโหลดภาพมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.62	.79	มากที่สุด
10. การแสดงผลข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็ว	4.15	.56	มาก

รวม	4.47	.58	มากที่สุด
-----	------	-----	-----------

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ใช้งานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบบริหารจัดการสหกิจศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.47$) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ การอัปโหลดไฟล์มีความถูกต้อง รวดเร็ว ($\bar{X}=4.98$) การจัดการรูปแบบของการออกแบบ web site มีความเหมาะสม ($\bar{X}=4.71$) และการอัปโหลดภาพมีความถูกต้อง รวดเร็ว ($\bar{X}=4.62$)

กล่าวโดยสรุปผลได้ว่า การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการพัฒนาระบบบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษาแบบบูรณาการร่วมมีระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับสถานประกอบการ โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่า ผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการสหกิจศึกษา มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ การอัปโหลดไฟล์มีความถูกต้อง รวดเร็ว การจัดการรูปแบบของการออกแบบ web site มีความเหมาะสม และการอัปโหลดภาพมีความถูกต้อง รวดเร็ว

อภิปรายผล

1. การออกแบบระบบบริหารจัดการข้อมูลสหกิจศึกษาออนไลน์ครั้งนี้ ระบบมีความสามารถในการจัดการข้อมูลนักศึกษาสหกิจได้ตามขอบเขตของการศึกษา ที่เป็นเช่นนี้อาจมีสาเหตุมาจากผู้ศึกษาทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้กับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่อาจารย์นิเทศ และสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานระบบ และ ศึกษาหลักการและทฤษฎีรวมทั้งเครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการสร้างเว็บไซต์เพื่อหาแบบที่มีความเหมาะสม โดยมีการวิเคราะห์และออกแบบระบบออกเป็น 2 ระดับคือ ขั้นต้น และขั้นสูง ซึ่ง ขั้นต้น (Basic System Analysis) ประกอบ 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับทราบปัญหา หรือความต้องการของผู้ใช้ 2) กำหนดบริบท และแผนภาพโครงสร้างบริบท 3) การเขียนผังการไหลของข้อมูลในระดับต่างๆ 4) การอธิบายรายละเอียด Process 5) กำหนด Cardinality เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของ Entities ทั้งหมด และการวิเคราะห์ขั้นสูง (Advance System Analysis) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) ออกแบบฐานข้อมูล ใช้วิธีการ Normalization หรือ Entity Relationship Model 2) กำหนดรายละเอียด Attribute ที่มีในแต่ละ Table 3) การออกแบบส่วนแสดงผล แยกออกเป็น รายงาน เอกสาร และข้อความ 4) แสดงผลโดยตรงจากข้อมูลนำเข้า (Input to Output : I2O) โดยสามารถแสดงผลได้ทั้งกระดาษ และจอภาพ การออกแบบ Output Design และ 5) ออกแบบการนำข้อมูลเข้าไปในระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อหลีกเลี่ยงความสับสนของผู้ใช้ แบ่งออกเป็น 2 พฤติกรรม คือ ออกแบบฟอร์มเอกสารกรอกข้อมูล และ ออกแบบส่วนติดต่อกับผู้ใช้ ซึ่งมี 3 ชนิด คือ ส่วนติดต่อกับผู้ใช้ด้วยเมนู ด้วยคำสั่ง และด้วยกราฟิก และจากนั้นได้นำระบบที่ผ่านการวิเคราะห์และออกแบบเสนอผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านสื่อ เนื้อหาตรวจสอบความถูกต้อง รูปแบบของความครบถ้วนของข้อมูล สอดคล้องกับการศึกษาของ

ญาณิณี สมสิงห์ (2555) พัฒนาระบบสหกิจศึกษาออนไลน์ สามารถลดขั้นตอนการทำงาน ตอบสนองต่อความต้องการ และมีความสอดคล้องกับการศึกษา ช่อทิพย์ สิทธิ (2554) การออกแบบพัฒนาระบบสหกิจศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีประสิทธิภาพให้การทำงานสหกิจศึกษายิ่งขึ้น ผู้ใช้มีความพึงพอใจมากที่สุดแต่อย่างไรก็ตามระบบสหกิจศึกษาออนไลน์ในครั้งนี้ควรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในส่วนของการปรับเปลี่ยนฐานข้อมูลให้สามารถรองรับกับข้อมูลที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นและควรมีการพัฒนาปรับปรุงในส่วนของการสร้างระบบให้รองรับกับการปรับเปลี่ยนเกณฑ์การประเมินในอนาคต รูปแบบการประเมินนักศึกษาควรเห็นผลการประเมินระบบครบถ้วนการพัฒนาในระบบในส่วนของการติดตามภาวะการทำงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาต่อสถานประกอบการ และควรมีการนำเสนอสรุปรายงานต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องในรูปแบบของกราฟ

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการสหกิจศึกษา มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ การอัปโหลดไฟล์มีความ

ถูกต้อง รวดเร็ว การจัดการรูปแบบของการออกแบบ web site มีความเหมาะสม และการอัปเดตภาพมีความถูกต้อง รวดเร็ว พบว่า ผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการสหกิจศึกษา มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้อาจมีสาเหตุมาจากศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจและวิธีการสร้างแบบประเมินจากหนังสือการศึกษาเบื้องต้น และหนังสือการวัดผลและประเมินผลการศึกษา มีการกำหนดกรอบที่จะประเมิน โดยแบ่งประเด็นที่จะประเมิน และมีการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจตามรูปแบบการวิจัยที่ได้ศึกษา สอดคล้องกับการศึกษาของ ช่อทิพย์ สิทธิ (2554) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับงานสหกิจศึกษาของคณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ พบว่าผู้ใช้มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในการประเมินผลด้านเทคนิคร้อยละ 72.73 ผู้ใช้สามารถเข้าใช้งานระบบง่ายขั้นตอนชัดเจนแต่จุดด้อยของระบบคือผู้ใช้มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านการประเมินผลความคิดเห็นของผู้ใช้ระบบร้อยละ 45.45 และการประเมินผลระบบสารสนเทศร้อยละ 45.45 เนื่องจากระบบมีความสมบูรณ์ของข้อมูลที่แสดงในรายงานยังไม่เพียงพอต่อการนำไปใช้งาน และสอดคล้องกับญาณิ สมสิงห์ (2555) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับงานสหกิจศึกษา ของคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าผู้ใช้งานมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ซึ่งอยู่ในช่วง 3.50 – 4.49 ซึ่งหมายถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานอยู่ในเกณฑ์ที่มีระดับความพึงพอใจมาก

ข้อเสนอแนะ

ระบบสหกิจศึกษาออนไลน์ในครั้งนี้ควรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในส่วนของการปรับเปลี่ยนฐานข้อมูลให้สามารถรองรับกับข้อมูลที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นและควรมีการพัฒนาปรับปรุงในส่วนของการสร้างระบบให้รองรับกับการเปลี่ยนแปลงเกณฑ์การประเมินในอนาคต รูปแบบการประเมินนักศึกษาควรเห็นผลการประเมินระบบครบถ้วนการพัฒนาในระบบในส่วนของการติดตามภาวะการทำงานของนักศึกษาสหกิจศึกษาต่อสถานประกอบการและควรมีการนำเสนอสรุปรายงานต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องในรูปแบบของกราฟ

เอกสารอ้างอิง

- กิตติ ภัคดีวัฒนกุลและจำลอง ครูอุตสำหะ. (2550). **ระบบฐานข้อมูล**. กรุงเทพฯ : เคทีพี คอมพ์ แอนด์อินเตอร์เน็ต.
- จรัสสิริ อังรัตน์รงค์. (2554). **สร้างเว็บง่ายๆ แคคลิก Dreamweaver CS5**. กรุงเทพฯ : บริษัท สวีสวี ไอที จำกัด.
- ช่อทิพย์ สิทธิ. (2554). **การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับงานสหกิจศึกษาของคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้**.
- เทือน ทองแก้ว. (2549). **การศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาคุณภาพอุดมศึกษาไทย [ระบบออนไลน์]**. แหล่งที่มา <https://www.gotoknow.org/posts/285169> (วันที่ค้นข้อมูล : 3 พฤศจิกายน 2561).
- ญาณิ สมสิงห์. (2555). **การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับงานสหกิจศึกษา ของคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**.
- สุรพงษ์ ศรีสมบูรณ์. (2547). **การพัฒนาระบบสารสนเทศ การตรวจติดตามและประเมินผลการใช้งบประมาณ สถาบันราชภัฏลำปาง**.
- อิชี่ บร๊านเชส. (2553). **MySQL มีความสำคัญอย่างไรกับเซิร์ฟเวอร์ [ระบบออนไลน์]**. แหล่งที่มา <http://www.th.easyhostdomain.com/dedicated-servers/mysql.html> (วันที่ค้นข้อมูล : 3 พฤศจิกายน 2561).

การพัฒนา รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษา
ในยุคไทยแลนด์ 4.0

THE DEVELOPMENT OF A MODEL FOR ACTIVE LEARNING BY ACADEMIC STAFF
NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY BASED ON THE APPLICATION OF
EDUCATIONAL INNOVATION IN THAILAND 4.0

รติบดี สิทธิปัญญา¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิผลการใช้รูปแบบกระบวนการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรคณะวิทยาการจัดการบนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในศตวรรษที่ 21 และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมสนับสนุนการจัดรูปแบบกระบวนการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรคณะวิทยาการจัดการบนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในศตวรรษที่ 21 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 60 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ผลการศึกษา พบว่า จากคุณลักษณะและพฤติกรรมของบุคลากรที่แสดงออกผ่านกระบวนการทำงาน และการอบรมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เพื่อนำการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21 มีระดับการพัฒนาความใฝ่เรียนรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นการสร้างความเข้าใจในระบบสารสนเทศ 2) การสาธิตวิธีการใช้งาน 3) การชี้จุดเด่นที่น่าสนใจของระบบสารสนเทศ 4) การฝึกปฏิบัติเป็นรายบุคคลและกระบวนการกลุ่ม 5) การแลกเปลี่ยนความรู้ และ 6) การสรุปเนื้อหาให้มีความชัดเจน ประสิทธิภาพจากการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากร พบว่า บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจากการอบรมผ่านการปฏิบัติการ โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงาน หรือการจัดการเรียนการสอนหลังการทดลองสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : การเรียนการสอนแบบใฝ่รู้, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, นวัตกรรมทางการศึกษา

Abstract

This research aimed to study the effectiveness of using the format process on active learning of personnel in the Faculty of Management Sciences, based on applications of educational innovation in the 21st century and to set up the suggestions on to policy promote the format process to manage knowledge on active learning of personnel in the Faculty of Management Sciences based on application of educational innovation in the 21st century. The sampling groups

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

used in the research included: executives, lecturers and staffs in the Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University for 60 persons selected by specific sampling groups.

The study found that from the behaviors of people who expressed through job performances and the training of information technology systems, Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University in order to apply in the management of the 21st century, it appeared that they had developed their forms of active learning differently which the format process on active learning of personnel in academic staff, Nakhon Sawan Rajabhat University based on the application of educational innovation in Thailand 4.0 2) to demonstrate how to use 3) pointing at the interesting highlight information system 4) individual practices and procedures in groups 5) group exchanging some knowledge and 6) clear conclusions. The effectiveness of using the format process on active learning, it was found that personnel were competent in the use of information technology systems, operating from training through the operation and could apply in the process of work or learning after the trial was higher significantly on statistic at .01 level.

Keyword: Active Learning, Nakhon Sawan Rajabhat University, Educational Innovation

บทนำ

ความท้าทายขององค์กรต่าง ๆ ในศตวรรษที่ 21 คือการเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรนั้น ๆ ซึ่งบุคลากรก็ต้องมีความกระตือรือร้นพร้อมกับชีวิตในศตวรรษที่ 21 ที่จะรับรู้ ใฝ่รู้ในเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะความก้าวหน้าของนวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นเรื่องสำคัญของกระแสการปรับเปลี่ยนทางสังคมที่เกิดขึ้นในศตวรรษที่ 21 ส่งผลต่อวิถีการดำรงชีพของสังคมอย่างทั่วถึง องค์กรต่าง ๆ จึงต้องมีความตื่นตัวและเตรียมพร้อมในการจัดการจัดรูปแบบกระบวนการจัดการเรียนเรียนรู้เพื่อเตรียมความพร้อมให้บุคลากรมีทักษะการทำงานให้มีประสิทธิภาพ นั่นคือ ทักษะการเรียนรู้ (Learning Skill) ที่ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงการจัดการเรียนรู้เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ และทักษะจำเป็น ซึ่งเป็นผลจากการปฏิรูปเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการเรียน ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การจัดการเรียนแบบใฝ่รู้

การเรียนรู้แบบใฝ่รู้ (Active Learning) เป็นการเรียนรู้ที่พัฒนาทักษะความคิดระดับสูงอย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้ผู้เรียนวิเคราะห์สังเคราะห์และประเมินข้อมูลในสถานการณ์ใหม่ได้ดีในที่สุดจะช่วยให้ผู้เรียนเกิดแรงจูงใจจนสามารถชี้นำตลอดชีวิตในฐานะผู้ฝึกใฝ่การเรียนรู้ ธรรมชาติของการเรียนรู้แบบ Active Learning ประกอบด้วยลักษณะสำคัญ (เยาเวศ ภัคจิตติ, 2557) ดังนี้

1. เป็นการเรียนรู้ที่มุ่งลดการถ่ายทอดความรู้จากผู้สอนสู่ผู้เรียนให้น้อยลงและพัฒนาทักษะให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน
2. ผู้เรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียนโดยลงมือกระทำมากกว่านั่งฟังเพียงอย่างเดียว
3. ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมเช่นอ่านอภิปรายและเขียน
4. เน้นการสำรวจเจตคติและคุณค่าที่มีอยู่ในผู้เรียน
5. ผู้เรียนได้พัฒนาการคิดระดับสูงในการวิเคราะห์สังเคราะห์และประเมินผลการนำไปใช้
6. ทั้งผู้เรียนและผู้สอนรับข้อมูลป้อนกลับจากการสะท้อนความคิดได้อย่างรวดเร็ว

การเรียนรู้แบบใฝ่รู้ ถือได้ว่าเป็นการเรียนรู้ที่ต้องการกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลายที่จะช่วยให้ผู้เรียนได้พัฒนาตนเองผ่านการจัดการตนเองให้ความรู้และช่วยพัฒนาเพื่อนร่วมชั้นซึ่งจะก่อให้เกิดการสร้างสรรคพัฒนาความรู้ความเข้าใจและทักษะที่หลากหลายเป็นกระบวนการที่ประณีตรัดกุมและผู้เรียนได้รับประโยชน์มากกว่าการเรียนรู้ที่ผู้เรียนเป็นฝ่ายรับความรู้ ซึ่งมีการใช้นวัตกรรมทางการศึกษา

ทักษะด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม จะเป็นตัวกำหนดความพร้อมของบุคลากรเข้าสู่โลกการทำงานที่มีความซับซ้อนมากขึ้นในปัจจุบัน ได้แก่ ความริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา การสื่อสารและการร่วมมือ และบุคลากรต้องมีความสามารถในการแสดงทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และ ปฏิบัติงานได้หลากหลาย โดยอาศัยความรู้ในหลายด้าน เช่น ความรู้ด้านสารสนเทศ ความรู้เกี่ยวกับสื่อและความรู้ด้านเทคโนโลยี เป็นต้น (วิจารณ์ พานิช, 2555)

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดศึกษารูปแบบกระบวนการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรคณะวิทยาการจัดการบริหารการประยุกตใ้ชนวัตกรรมทางการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ซึ่งจะเกิดความตื่นตัวของบุคลากรให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลง และเกิดการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพจากรูปแบบการจัดการเรียนรู้ในงานวิจัยนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการใช้รูปแบบกระบวนการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรคณะวิทยาการจัดการบริหารการประยุกตใ้ชนวัตกรรมทางการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ดังนี้
 - 1) ทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศในศตวรรษที่ 21
 - 2) ความสุขในเรียนรู้
2. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมสนับสนุนการจัดรูปแบบกระบวนการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรคณะวิทยาการจัดการบริหารการประยุกตใ้ชนวัตกรรมทางการศึกษาในศตวรรษที่ 21

งานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. กระบวนทัศน์ใหม่ของการเรียนรู้

แนวคิดแบบใหม่ๆ เริ่มเข้ามามีอิทธิพลต่อการจัดการศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการปฏิรูปการศึกษาในปัจจุบัน ด้วยมุมมองที่ว่า ผู้เรียนแต่ละคนมีความแตกต่างกันและต่างก็มีเอกลักษณ์ของตน ดังนั้น การจัดหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้อยู่ต้องมีการปรับเปลี่ยนให้คำนึงถึงลักษณะดังกล่าว

กิมพันธ์ เตชะคุปต์ และเพียว ยินดีสุข (2557) ได้อธิบายการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วสร้างความวิตกกังวลและความไม่มั่นคงในหมู่ครู ซึ่งถือเป็นความท้าทายที่จะเรียนรู้กลยุทธ์ใหม่ ในฐานะที่เป็นผู้ทางการศึกษา ครูอาจารย์ต้องยอมรับที่จะเรียนรู้และแก้ปัญหาที่อาจเกิดจากทฤษฎีใหม่ๆ ที่เข้ามาอย่างมีสติ ครูต้องเป็นตัวอย่างของผู้ที่มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต การศึกษาจะต้องเรียนรู้วิธีการคิดนอกกรอบและพัฒนามากขึ้น งานของครูไม่ได้เป็นเพียงแค่ปรับแต่งสภาพที่เป็นอยู่ ถ้าหากจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนในระบบโรงเรียน เราควรจะแสวงหาความจริงจากหลายมิติ ในฐานะที่เป็นมนุษย์เรามีความซับซ้อนหลายแง่มุมชีวิตที่ไม่สามารถจำกัดอยู่เพียงรูปแบบเดียว มนุษย์ชอบความจริงแต่ก็ต้องอาศัยอยู่บนหน้าฉากของการเรียนรู้จากความหลากหลายของแหล่งที่มา ขณะเดียวกัน ครูผู้สอนควรได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการจัดการเรียนรู้แบบใหม่ๆ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะนำไปสู่การพัฒนาทักษะของมนุษย์ของพวกเขา อีกทั้ง ครูต้องเรียนรู้ที่จะทำงานร่วมกับชุมชนที่หลากหลายมากขึ้น และเห็นพ่อแม่เป็นแหล่งของการเรียนรู้และการสนับสนุนมากกว่าการแทรกแซง
2. การถ่ายทอดความรู้สำหรับผู้เรียนยุคใหม่

Breiner, Carla, Harkness, and Koehler (2012) ได้อธิบายไว้ว่า ครูสามารถเรียนรู้สิ่งต่างๆ ได้โดยการลงมือปฏิบัติเช่นเดียวกับการเชิญชวนให้นักเรียนร่วมลงมือกับครูด้วย ครูจะอาศัยโอกาสดังกล่าวนี้ในการสังเกตการณ์การทำงานและร่วมแบ่งปันประสบการณ์ที่ค้นพบด้วยกัน การเรียนรู้ลักษณะนี้จะช่วยให้ครูผู้สอนที่จะทำให้อาจารย์ได้ตระหนักจากทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จ เพราะการเรียนการสอนในยุคใหม่ไม่เพียงแต่สอนนักเรียน แต่ยังต้องดูแลและสร้างความสัมพันธ์กับพวกเขาด้วยกระบวนการของการเรียนรู้ผ่านการแก้ปัญหาเป็นขั้นตอนสำคัญ ครูจะกระตุ้นให้ผู้เรียนตั้งคำถามและตรวจสอบคำถามของพวกเขา วิธีการเช่นนี้จะทำให้หลักสูตรมี

ความหมายมากขึ้น บทเรียนไม่จำเป็นต้องจบลงด้วยคำตอบที่ถูกต้อง แต่ควรจะเป็นคำตอบที่สามารถขยายผลไปสู่การตั้งคำถามของผู้เรียนต่อไป เพราะแนวคิดสมัยใหม่มองว่า ความคิดของนักเรียนมีคุณค่า นักเรียนจะใช้พัฒนาความหมายของตัวเองแทนการถ่ายโอนความรู้จากครู โดยจะเน้นการคิดเชิงวิพากษ์มากกว่าข้อมูลที่ป้อนให้จริง

กิจกรรมการเรียนรู้ควรมีความหมายและน่าสนใจให้กับนักเรียน พวกเขาควรได้รับอนุญาตในการสร้างพัฒนาและประยุกต์ใช้ความรู้หรือทักษะเพิ่มเติม พวกเขาควรมีทางเลือกและได้รับโอกาสที่จะเป็นนักวางแผนและผู้มีอำนาจตัดสินใจ กิจกรรมควรสร้างขึ้นที่ช่วยให้เด็กที่จะใช้ประโยชน์จากความรู้ในสถานการณ์ใหม่ เด็กควรจะเป็นการสนับสนุนในการหาคำตอบสำหรับคำถามของตัวเองโดยใช้การวิเคราะห์

3. การจัดการเรียนแบบใฝ่เรียนรู้

Silberman (1996) เสนอว่าการเรียนรู้ที่ Active ผู้เรียนจะเป็นผู้คิดและปฏิบัติเป็นส่วนใหญ่ ผู้เรียนใช้ความคิดของตน ศึกษาแนวความคิด แก้ปัญหา และประยุกต์ความรู้ที่ได้เรียนไปใช้ในการเรียนรู้แบบ Active จะรวดเร็ว สนุก ได้รับการสนับสนุน และแต่ละคนรู้สึกมีส่วนร่วม การเรียนรู้เรื่องอะไรให้เข้าใจเป็นอย่างดีได้นั้น สิ่งที่จะช่วยได้มาก คือ การให้ผู้เรียนได้ฟัง ได้เห็น ได้ซักถาม ได้อภิปราย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การให้ผู้เรียนได้ทำได้ดีด้วยตัวเอง คิดหาตัวอย่างออกมาเอง ทดสอบทักษะ และทำกิจกรรมที่ต้องอาศัยความรู้ที่เพิ่งเรียนมา

บัญญัติ ชำนาญกิจ (2551) ได้ระบุสาระสำคัญเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนแบบใฝ่เรียนรู้ Active Learning ไว้ว่า การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนแบบใฝ่เรียนรู้ Active Learning เป็นระบบการจัดการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมโดยตรงในกิจกรรมการเรียนรู้ได้พัฒนาการเรียนรู้ตามศักยภาพ ความต้องการ ความสนใจและความถนัดของแต่ละบุคคล โดยได้คิดเองทำเอง ลงมือปฏิบัติ ได้มีโอกาสสร้างความรู้ด้วยตนเองโดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อีกทั้งได้มีโอกาสประยุกต์ใช้ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์ประกอบการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนแบบใฝ่เรียนรู้ Active Learning ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ (ประสบการณ์)
2. การสร้างองค์ความรู้ร่วมกัน (สะท้อนความคิดและอภิปราย)
3. การนำเสนอความรู้ (ความคิดรวบยอด)
4. การลงมือปฏิบัติหรือประยุกต์ใช้ (ประยุกต์แนวคิด)

สรุปได้ว่า การจัดการเรียนแบบใฝ่เรียนรู้ หมายถึง การจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะการแสวงหาความรู้ ทักษะการคิด มีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ กระตือรือร้น และสามารถนำความรู้ไปใช้ได้จริงในการดำเนินชีวิต ภายใต้กิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย และการมีส่วนร่วมของผู้เรียน โดยได้ลงมือคิดเอง ทำเอง ลงมือปฏิบัติ และมีโอกาสสร้างข้อสรุป หรือองค์ความรู้ หรือผลิตชิ้นงานด้วยตนเองผ่านกระบวนการสนทนาแลกเปลี่ยน ผนึกความรู้ ความคิด ตลอดจนประสบการณ์กับ ผู้รู้เพื่อน ๆ และอาจารย์

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ทำการศึกษาได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ในประเด็นที่จะศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่วิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วยผู้บริหาร อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 60 คน

2. ด้านเนื้อหา ได้กำหนดการเรียนรู้ระดับบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้ร่วมกันภายในช่วงเวลา 6 เดือน หลังจากที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21 มาแล้วจาก 8 ระบบ ได้แก่

- 2.1 ระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร
- 2.2 ระบบห้องประชุม
- 2.3 ระบบการประชุมวิชาการ/วารสารวิชาการ

- 2.4 ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์
- 2.5 ระบบสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
- 2.6 ระบบประกันคุณภาพการศึกษา
- 2.7 ระบบฐานข้อมูลศิษย์เก่า
- 2.8 ระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา

โดยพิจารณาจากคุณลักษณะและพฤติกรรมของบุคลากรที่แสดงออกผ่านกระบวนการอบรม และการทำงาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ได้จากการสังเคราะห์เอกสาร งานวิจัย (ทิตินา แคมมณี, 2550: 221; Anderson, 1997: 521; Dick and Carey, 1996: 2-7)

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1.1 แบบวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีลักษณะเป็นแบบวิเคราะห์เอกสารเพื่อ วิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก คือประเภทของเอกสาร ชื่อเอกสาร ชื่อผู้แต่ง ปที่พิมพ์สถานที่พิมพ์ สาระสำคัญ และสรุปประเด็นสำคัญ

1.2 ประเด็นสนทนากลุ่ม (focus group discussion guideline) มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกระบวนการเรียนรู้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาแบบการเรียนรู้ (learning style) และความสุขในการเรียนรู้

2.1 แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านกระบวนการเรียนรู้โดยดำเนินการสัมภาษณ์ 4 ประเด็น ได้แก่ หลักการ วัตถุประสงค์ กระบวนการของรูปแบบ/วิธีการจัดการกระบวนการเรียนรู้ และแนวทางการวัดและประเมินผลของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

2.2 แบบทดสอบความสามารถในการใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 จำนวน 40 ข้อ

การสร้างเครื่องมือแบบทดสอบความสามารถในการใฝ่รู้

- 1. ศึกษาตำราเกี่ยวกับวิธีการสร้างแบบทดสอบความสามารถในการใฝ่รู้
- 2. ศึกษาการใช้งานระบบสารสนเทศ 8 ระบบของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
- 3. วิเคราะห์เนื้อหาและกำหนดจุดประสงค์การอบรมระบบสารสนเทศต่อการเรียนรู้ เพื่อวางโครงสร้าง และกำหนดพฤติกรรมที่ต้องการวัดของแบบทดสอบความสามารถ
- 4. สร้างแบบทดสอบความสามารถในการใฝ่รู้ ตามที่กำหนดไว้ในตารางวิเคราะห์ข้อสอบ โดยสร้างข้อสอบแบบชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 60 ข้อ ซึ่งใช้จริงจำนวน 40 ข้อ
- 5. นำแบบทดสอบความสามารถในการใฝ่รู้ ที่สร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมในส่วนของโครงสร้าง เนื้อหา ภาษาที่ใช้ ซึ่งเป็นอาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
- 6. ปรับปรุงแบบทดสอบความสามารถในการใฝ่รู้ ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำมาให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) แล้วเลือกข้อที่มีค่าดัชนี ตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด. 2554 : 61- 67) ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.80-1
- 7. นำแบบทดสอบความสามารถในการใฝ่รู้ ที่ผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองกับอาจารย์ และเจ้าหน้าที่ คณะวิทยาการจัดการ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 15 คน ที่เรียนผ่านการอบรมมาแล้ว
- 8. นำแบบทดสอบความสามารถในการใฝ่รู้ มาตรวจความสมบูรณ์ และคะแนนข้อที่ตอบถูกให้ 1 คะแนน ข้อที่ตอบผิดหรือข้อที่ไม่ได้ตอบให้ 0 คะแนน รวมคะแนนของนักเรียนแต่ละคนแล้วทำการวิเคราะห์คุณภาพข้อสอบ โดยหาค่าความยากง่ายและค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบแต่ละข้อ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อสอบ

อิงเกณฑ์ของ เบรินแนน (Brennan) คำนวณ แล้วทำการเลือกข้อสอบที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไปและค่าความยากรายข้อ ตั้งแต่ 0.20 - 0.80 จากแบบทดสอบ จำนวน 60 ข้อ ที่ครอบคลุมทุกจุดประสงค์ เพื่อไว้ใช้ในการทดสอบจริง ผลการวิเคราะห์คุณภาพแบบทดสอบที่มีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ได้ โดยแบบทดสอบมีค่าอำนาจจำแนก (r) มีค่าระหว่าง 0.20 - 0.60 และมีค่าความยากรายข้ออยู่ระหว่าง (P) 0.50-0.85 มีจำนวน 48 ข้อ และผู้ศึกษาได้คัดเลือกแบบทดสอบมาใช้ในการวัดผลสัมฤทธิ์ในครั้งนี้ จำนวน 40 ข้อ

9. คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบความสามารถในการใฝ่รู้ ทั้งฉบับแบบอิงเกณฑ์ โดยใช้สูตร KP.- 20 ของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน (Kuder Richardson) ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.903

10. นำแบบทดสอบไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

2.3 แบบสังเกตพฤติกรรมใฝ่เรียนรู้ด้านจิตพิสัย การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ตามทฤษฎีด้านจิตพิสัยของบลูม ซึ่งเป็นลักษณะของแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาเปรียบเทียบกับ เกณฑ์การแปลความหมายผู้วิจัยได้คัดแปลงมาจากแนวคิดของ มานิตย์ สิงห์ทองชัย (2558: 43)

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาประสิทธิผลการใช้รูปแบบกระบวนการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรคณะวิทยาการจัดการบนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในศตวรรษที่ 21 จากทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศในศตวรรษที่ 21 และความสุขใฝ่เรียนรู้ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดการเรียนรู้ระดับบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้ร่วมกันภายในช่วงเวลา 6 เดือน หลังจากที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรคณะวิทยาการจัดการในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21 มาแล้วจาก 8 ระบบ ได้แก่ 1) ระบบฐานข้อมูลบริหารงานบุคลากร 2) ระบบห้องประชุม 3) ระบบการประชุมวิชาการ/วารสารวิชาการ 4) ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ 5) ระบบสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 6) ระบบประกันคุณภาพการศึกษา 7) ระบบฐานข้อมูลศิษย์เก่า และ 8) ระบบสารสนเทศเพื่อการดูแลให้คำปรึกษาและช่วยเหลือนักศึกษา ผลการศึกษาหลังการอบรมการใช้งานระบบสารสนเทศทั้ง 8 ระบบของกลุ่มตัวอย่างพบว่าจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Guideline) และสัมภาษณ์เกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ 4 ประเด็น ได้แก่ หลักการ วัตถุประสงค์ กระบวนการของรูปแบบ/วิธีการจัดการกระบวนการเรียนรู้ และแนวทางการวัดและ ประเมินผลของรูปแบบการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 พบว่า จากคุณลักษณะและพฤติกรรมของบุคลากรที่แสดงออกผ่านกระบวนการทำงาน และการอบรมการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เพื่อนำการบริหารจัดการองค์กรในศตวรรษที่ 21 มีระดับการพัฒนาความใฝ่เรียนรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นการสร้างความเข้าใจในระบบสารสนเทศ 2) การหาวิธีใช้งาน 3) การชี้จุดเด่นที่น่าสนใจของระบบสารสนเทศ 4) การฝึกปฏิบัติเป็นรายบุคคลและกระบวนการกลุ่ม 5) การแลกเปลี่ยนความรู้ และ 6) การสรุปเนื้อหาให้มีความชัดเจน ประสิทธิผลจากการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากร พบว่า บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจากการอบรมผ่านการปฏิบัติการ

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบคะแนนความสามารถในการใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ก่อนและหลังการทดลอง (n = 60)

คะแนนความสามารถการใฝ่รู้จากการอบรมใช้ระบบสารสนเทศทั้ง 8 ระบบ	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย \bar{x}	S.D.	t	df	sig
ก่อนการอบรม	40	19	3.98	23.182	59	.000*
หลังการอบรม	40	32.4	3.68			

* p-value<.01

จากตารางที่ 1 พบว่าความสามารถในการใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ที่เข้าร่วมอบรมการใช้ระบบสารสนเทศของคณะวิทยาการจัดการทั้ง 8 ระบบมีคะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรม 19 คะแนน หลังการอบรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 32.4 คะแนน โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงาน หรือการจัดการเรียนการสอนหลังการทดลองสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 2 ระดับการพัฒนา รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การพัฒนาความใฝ่เรียนรู้ด้านจิตพิสัย	คะแนนเฉลี่ย \bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ด้านขั้นการสร้างความเข้าใจและรับรู้	4.30	.45	มาก
2. ด้านขั้นตอบสนอง	3.98	.66	มาก
3. ด้านขั้นเห็นคุณค่าของการใช้ระบบสารสนเทศ	4.03	.61	มาก
4. ด้านขั้นการใช้งานระบบสารสนเทศ	4.00	.75	มาก
5. ด้านขั้นการแลกเปลี่ยนความรู้	4.02	.51	มาก
โดยรวม	4.07	0.60.	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับการพัฒนา รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ตามทฤษฎีด้านจิตพิสัยของบลูม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} =4.07; S.D.=0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านขั้นการสร้างความเข้าใจและรับรู้ (\bar{x} =4.30) ด้านขั้นเห็นคุณค่าของการใช้ระบบสารสนเทศ (\bar{x} =4.03) และด้านขั้นการแลกเปลี่ยนความรู้ (\bar{x} =4.02)

2. ผลการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมสนับสนุนการจัดรูปแบบกระบวนการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรคณะวิทยาการจัดการบนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในศตวรรษที่ 21 พบว่าผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา ปรับปรุง และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในองค์กร และมีการสร้างความตระหนัก ความเข้าใจและการรับรู้ ตอบสนอง การเห็นคุณค่าของการใช้ระบบสารสนเทศ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความรู้ให้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยนี้พบว่า รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นการสร้างความรู้ความเข้าใจในระบบสารสนเทศ 2) การสาธิตวิธีการใช้งาน 3) การชี้จุดเด่นที่น่าสนใจของระบบสารสนเทศ 4) การฝึกปฏิบัติเป็นรายบุคคลและกระบวนการกลุ่ม 5) การแลกเปลี่ยนความรู้ และ 6) การสรุปเนื้อหาให้มีความชัดเจน ประสิทธิภาพจากการใช้รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากร พบว่า บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจากการอบรมผ่านการปฏิบัติการ ซึ่งความสามารถในการใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ที่เข้าร่วมอบรมการใช้ระบบสารสนเทศของคณะวิทยาการจัดการทั้ง 8 ระบบมีคะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรม 19 คะแนน หลังการอบรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 32.4 คะแนน โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงาน หรือการจัดการเรียนการสอนหลังการทดลองสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าแบบใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่นำมาใช้นั้นมีคุณภาพเชื่อถือได้มีความตรง มีความเหมาะสมกับบุคลากรสายวิชาการทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้หลังการอบรมใช้ระบบสารสนเทศเพิ่มขึ้น เปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมได้ศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับ วิจารณ์ พานิช (2555) ได้กล่าวว่าการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ต้องออกแบบการเรียนรู้ให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่แท้จริง เป็นความท้าทายต่อความสามารถในสภาพการเรียนรู้ที่มีข้อจำกัดด้านเวลาและทรัพยากรอื่นๆ ควรกระตุ้นให้ผู้เรียนอยากเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และในการจัดกิจกรรมต่างๆ ส่วนทักษะที่สำคัญของการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ต้องเรียนรู้แบบก้าวข้ามเทคโนโลยีไปสู่การเรียนรู้ทักษะเพื่อการดำรงชีวิตให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานประจำวัน และสอดคล้องกับ พิมพันธ์ เตชะคุปต์ และเพียว ยินดีสุข (2557) ได้กล่าวว่า การจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 เป็นการจัดการเรียนการสอนในยุคของการเปลี่ยนแปลงจะต้องปรับการเรียนเปลี่ยนการสอนโดยผู้สอนต้องมีหน้าที่ดูแลให้ผู้เรียนเป็นผู้แสดง หรือแสวงหาความรู้ด้วยตนเองเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่

ผลการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมสนับสนุนการจัดรูปแบบกระบวนการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรคณะวิทยาการจัดการบนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในศตวรรษที่ 21 พบว่าผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา ปรับปรุง และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในองค์กร และมีการสร้างความตระหนัก ความเข้าใจและการรับรู้ ตอบสนอง การเห็นคุณค่าของการใช้ระบบสารสนเทศ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความรู้ให้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

ผู้ที่จะนำรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ บนฐานการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ควรเน้นการการถ่ายทอดด้วยการเชื่อมโยงความรู้กับการปฏิบัติงานในชีวิตประจำวัน หรือประยุกต์กับการเรียนการสอนที่มีความสอดคล้องกันทั้งเนื้อหา กิจกรรม และการวัดผลการประเมินผล ซึ่งการจัดการเรียนการสอนด้วยรูปแบบการสอนนี้ควรมีการดำเนินการแต่ละทักษะการใช้เทคโนโลยีอย่างใช้เวลาที่แตกต่างกันแต่ละเนื้อหา กิจกรรม การเรียนรู้ การวัดผลประเมินผลสามารถยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสมกับบริบทขึ้นอยู่กับสถานการณ์ และการจัดกิจกรรมการอบรมหรือเรียนรู้แต่ละครั้งควรแทรกวิธีการสอนหรือกิจกรรมด้านความปลอดภัยจากการใช้เครื่องมือ เตรียมอุปกรณ์ให้ครบ วิทยากรหรือผู้สอนควรสาธิตการใช้เครื่องมือโดยอธิบายให้ผู้เรียนได้เข้าใจ รับรู้และฝึกปฏิบัติจริง และมีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรวิจัยรูปแบบการใฝ่รู้ของบุคลากรอื่น ๆ เช่นบุคลากรด้านปฏิบัติการสายสนับสนุน หรืออื่น ๆ โดยการใช้กิจกรรม PBL (Project-Based Learning) กิจกรรม หรือ 3R และ 4C เป็นการพัฒนาเทคนิคการจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับยุคปัจจุบัน และที่สำคัญควรมีการพัฒนาในด้านทักษะโดยการเพิ่ม

กิจกรรมการเรียนรู้จัดหาสื่อการเรียนรู้ด้านการออกแบบให้ครบถ้วน ซึ่งมีการนำเทคนิควิธีการสอนในศตวรรษที่ 21 รูปแบบอื่น ๆ เพื่อพัฒนาผู้เรียน

เอกสารอ้างอิง

- ทีศนา แชมณี. (2550). รูปแบบการเรียนการสอนทางเลือกที่หลากหลาย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บัญญัติ ชำนาญกิจ. (2551). ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการเรียนแบบร่วมมือและการใช้ผังกราฟิกที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความพึงพอใจในการเรียนรายวิชาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. รายงานการวิจัยในชั้นเรียน ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พิมพ์พันธ์ เตชะคุปต์ และเพยาว์ ยินดีสุข. (2557). การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มานิตย์ สิ่งทองชัย. (2558). ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจในรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. รายงานการวิจัย นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.
- Anderson, T. P. (1997). Using models of Instruction. In C. R. Dills and A.J. Romiszowski (eds.), *Instructional development paradigms*. Englewood Cliffs, NJ : Education Technology Publications.
- Breiner, J.M., Carla, C.J., Harkness, S.S., & Koehler, C.M., (2012). **What is STEM? A discussion about conception of STEM in education and Shelly Sheats Harkness Partnerships**. *School Science and Mathematics*, 112(1), 3-11.
- Dick, W. & Carey, L. (1996). *The systematic design of instruction (4th ed.)*. New York : Harper Collins.
- Silberman, M. (1996). *Active learning: 101 strategies to teach any subject*. Boston: Allyn and Bacon.

การพัฒนาระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มงานบริหารและธุรการสำหรับสำนักงาน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ELECTRONIC DOCUMENT SYSTEM DEVELOPMENT OF ADMINISTRATIVE GROUPS
FOR THE OFFICE OF THE DEAN OF THE FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE
NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY

จำเนียร เกิดสวัสดิ์¹

ลักษมี งามมีศรี²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบ พัฒนาระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ ประเมินประสิทธิภาพของระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหาร บุคลากร เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนในการใช้ระบบสารสนเทศของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 30 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ แบบประเมินประสิทธิภาพ และแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มงานบริหารและธุรการสำหรับสำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้นสามารถบริหารจัดการข้อมูลค้นหาและการจัดการข้อมูลเชิงลึกแบบอัตโนมัติเพื่อสนับสนุนการจัดการเอกสาร ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง งานหนังสือและงานสารบรรณอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถลดขั้นตอนปฏิบัติงาน เพิ่มความรวดเร็วในการติดตามค้นหาเอกสารให้มีประสิทธิภาพ ผลจากผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพระบบโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก และผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อระบบที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$)

คำสำคัญ : ระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์, กลุ่มงานบริหารและธุรการ, คณะวิทยาการจัดการ

Abstract

This research aimed to design and development the Electronic Document to evaluate the effectiveness of Electronic Document and satisfaction of users towards the Electronic Document System, Faculty of Management Science Nakhon Sawan Rajabhat University. The sampling group used in this study were divided into two groups: the administrators, the management personnel involved in the use of Information Systems Management, Nakhon Sawan Rajabhat University for 30 people who were selected by a specific (purposive sampling). Tool used in this research were

¹ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป กลุ่มงานบริหารและธุรการ สำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์และรองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

Electronic Document System, effectiveness evaluation form, and questionnaires asking for satisfaction of users towards the use of Electronic Document System. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results showed that the system of Electronic Document Management and Administration Office of the Dean for the Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University that has developed it could manage and search, the data to support automatically for document management, regulations, notifications, orders, correspondence, books, and related others. Associated the procedure could reduce performance, add a fast track to efficient document search. Experts' estimate of overall system performance is in the highest level. And users were satisfied with the system developed at the highest level ($\bar{x} = 4.62$).

Keyword: Electronic document system, administrative groups, Faculty of Management Science

บทนำ

สืบเนื่องจากการปฏิรูประบบราชการของประเทศไทยภายใต้การบริหารงานของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีคนที่ 29 ของประเทศไทย ที่ต้องการให้ทุกหน่วยงานของประเทศไทยก้าวไปในทิศทางพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งเป็นที่มาของ Thailand 4.0 ซึ่งจะนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยสนับสนุนการทำงาน เพื่อช่วยลดขั้นตอน ลดความซ้ำซ้อนและระยะเวลารวมทั้งช่วยลดค่าใช้จ่ายโดยรวมในระยะยาว รัฐบาลจึงมีนโยบายเร่งรัดการจัดทำ "รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์" (E-Government) อย่างจริงจัง ซึ่งในแนวคิดพื้นฐานดังกล่าวนี้เกิดขึ้นจากความต้องการในการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงการบริการของรัฐ และสถาบันอุดมศึกษาให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับการทำงานของรัฐแบบเดิม โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการดำเนินการ ซึ่งจะเกิดประโยชน์กับการบริการจัดการข้อมูล นอกจากนี้ กฤษฎี รักชาติ เจริญ (2557) ได้ศึกษาเรื่องรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่าปัจจัยต่าง ๆ เช่นคุณภาพระบบ คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีผลต่อความสำเร็จของการบริหารงานขององค์กรต่าง ๆ นอกจากนี้ยังพบว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างการบริการสามารถเพิ่มความสำเร็จขององค์กรผ่านสื่อเว็บไซต์อีกด้วย

จากความสำคัญข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยจึงมีความตระหนักและเล็งเห็นถึงการพัฒนากระบวนการบริหารงาน อีเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มงานบริหารและธุรการสำหรับสำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เพื่อพัฒนาระบบบริหารงานอีเล็กทรอนิกส์ อันจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของคณะวิทยาการจัดการด้านการปฏิบัติงานด้านการบริหารงานเอกสารให้ดำเนินไปอย่างสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา มีความถูกต้อง และประหยัดงบประมาณสำหรับการใช้กระดาษ เพื่อให้ข้อมูลมีความทันสมัยเป็นระบบและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น คณะผู้ทำวิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการพัฒนากระบวนการบริหารงานอีเล็กทรอนิกส์ สำหรับคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ และหน่วยงานอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบ และพัฒนาระบบบริหารงานอีเล็กทรอนิกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบบริหารงานอีเล็กทรอนิกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้น

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร บุคลากร เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีส่วนในการทดสอบ และใช้งานระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้น จำนวน 15 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ ที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ ผู้บริหาร บุคลากร เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนในการใช้ระบบสารสนเทศของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 30 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1) ระบบงานสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มงานบริหารและธุรการสำหรับสำนักงานคณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

2) แบบประเมินความสามารถของระบบงานสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มงานบริหารและธุรการสำหรับสำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

3) แบบประเมินความพึงพอใจผู้ใช้งานต่อระบบงานสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มงานบริหารและธุรการสำหรับสำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ในวันจันทร์-วันเสาร์ ในปีงบประมาณ 2561 โดยผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ วันที่ 10 มิถุนายน 2561 ถึง 10 สิงหาคม 2561 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาความต้องการและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ ที่ต้องการใช้ในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

2. วิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

3. พัฒนาระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ข้อ 2.

4. อัปเดตระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ระบบผ่านเครือข่ายของมหาวิทยาลัยฯ

5. ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพของระบบ พร้อมปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

6. ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 เพื่อประเมินประสิทธิภาพ และกลุ่มที่ 2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบฯ ที่พัฒนาขึ้น

7. ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จเรียบร้อยแล้ว และตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม

8. นำระบบที่พัฒนาขึ้นไปใช้งานจริง

9. วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา

ในงานวิจัยนี้ได้ออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เพื่อเป็นกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพงานการบริหารงานเอกสารให้ดำเนินไปอย่างสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา มีความถูกต้อง และประหยัดงบประมาณสำหรับการใช้กระดาษ เพื่อให้ข้อมูลมีความทันสมัย เป็นระบบและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และมีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ผลการวิจัยพบว่า การประเมินความสามารถของระบบติดตามเงินยืมตรงอัตโนมัติผ่านระบบเครือข่ายโดยผู้เชี่ยวชาญ มีผลประเมินในภาพรวมระดับดี ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการประเมินความสามารถของระบบ ด้านการประเมินความถูกต้อง ด้านการประเมินความง่ายในการใช้งาน ด้านการประเมินประสิทธิภาพของระบบ และด้านการรักษาความปลอดภัย ส่งผลให้การบันทึกข้อมูล การแก้ไข การลบ การค้นหา ตรวจสอบข้อมูลหนังสือรับ-ส่ง ทั้งภายนอกและภายใน การเวียนหนังสือ การติดตามหนังสือ ตลอดจนการร่างหนังสือมีความสะดวก รวดเร็ว ข้อมูลถูกต้อง แม่นยำ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพงานสำหรับเจ้าหน้าที่ บุคลากรในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของระบบงานสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มงานบริหารและธุรการสำหรับสำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความสามารถของระบบโดยรวม และเป็นรายด้าน

ความสามารถโดยรวมของระบบงานสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการประเมินความสามารถของระบบ (Functional requirement test)	4.67	0.34	ดีมาก
ด้านการประเมินความถูกต้องของระบบ (Functional test)	4.60	0.60	ดีมาก
ด้านการประเมินความง่ายในการใช้งาน (Usability test)	4.61	0.24	ดีมาก
ด้านการประเมินประสิทธิภาพของระบบ (Performance test)	4.73	0.42	ดีมาก
ด้านการประเมินด้านการรักษาความปลอดภัย (Security test)	4.57	0.43	ดีมาก
โดยรวม	4.62	0.14	ดีมาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถของระบบโดยรวม อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับดี จำนวน 5 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการประเมินประสิทธิภาพของระบบ ($\bar{X} = 4.73$) ด้านการประเมินความสามารถของระบบ ($\bar{X} = 4.67$) ด้านการประเมินความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.61$) ด้านการประเมินความถูกต้องของระบบ ($\bar{X} = 4.61$) และ ด้านการประเมินด้านการรักษาความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.57$)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวของผู้เชี่ยวชาญกับความสามารถของระบบด้านการประเมินความสามารถของระบบ เป็นรายข้อ

ด้านความสามารถของระบบงานสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความสามารถของการบันทึกข้อมูลการรับส่งหนังสือ	4.73	0.49	ดีมาก
2. ความสามารถของผลการค้นหารายละเอียดการรับส่งหนังสือ	4.67	0.64	ดีมาก
3. ระบบสามารถเข้าถึงรายละเอียดข้อมูลการรับส่งหนังสือ	4.60	0.68	ดีมาก

4. ระบบสามารถร่างหนังสือ บันทึกข้อความส่งได้ทั้งภายในและภายนอก	4.66	0.53	ดีมาก
โดยรวม	4.67	0.34	ดีมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถของระบบ ด้านการประเมินความสามารถของระบบอยู่ในระดับดีมาก 1 ทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสามารถในการบันทึกข้อมูลการรับส่งหนังสือ ($\bar{X} = 4.73$) ความสามารถของผลการค้นหารายละเอียดการรับส่งหนังสือ ($\bar{X} = 4.67$) ระบบสามารถร่างหนังสือ บันทึกข้อความส่งได้ทั้งภายในและภายนอก ($\bar{X} = 4.66$) และ ระบบสามารถเข้าถึงรายละเอียดข้อมูลการรับส่งหนังสือ ($\bar{X} = 4.60$)

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความสามารถของระบบด้านการประเมินความถูกต้องของระบบเป็นรายข้อ

ด้านความถูกต้องของระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความถูกต้องของการค้นหาข้อมูลการรับส่งหนังสือ	4.55	0.70	ดีมาก
2. ความถูกต้องของการค้นหารายละเอียดของการร่าง บันทึกข้อความการส่งหนังสือ	4.52	0.59	ดีมาก
3. ความถูกต้องของการค้นหารายละเอียดของข้อมูลบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	4.51	0.74	ดีมาก
4. ความถูกต้องของการส่งข้อมูลการรับส่งหนังสือ	4.55	0.65	ดีมาก
โดยรวม	4.53	0.60	ดีมาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถของระบบ ด้านการประเมินความถูกต้องอยู่ในระดับดีมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความถูกต้องของการค้นหาข้อมูลการรับส่งหนังสือ และความถูกต้องของการส่งข้อมูลการรับส่งหนังสือ ($\bar{X} = 4.55$) ความถูกต้องของการค้นหารายละเอียดของการร่าง บันทึกข้อความการส่งหนังสือ ($\bar{X} = 4.52$) และความถูกต้องของการค้นหารายละเอียดของข้อมูลบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 4.51$)

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการประเมินความง่ายในการใช้งานเป็นรายข้อ

ด้านการประเมินความง่ายในการใช้งานระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ขนาด สี รูปแบบตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.76	0.52	ดีมาก
2. การออกแบบภาพกราฟิก มีความชัดเจน เหมาะสม	3.93	0.59	ดี
3. การจัดวางองค์ประกอบของระบบดูเหมาะสม	4.69	0.63	ดีมาก
4. การเชื่อมโยงไปยังเอกสารความรู้ที่ค้นพบมีความเหมาะสม	4.84	0.70	ดีมาก
5. รูปแบบของการร่างหนังสือ บันทึกข้อความ ง่าย สะดวกรวดเร็ว	4.79	0.46	ดีมาก
6. ความเหมาะสมในการปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับผู้ใช้	4.66	0.64	ดีมาก
โดยรวม	4.61	0.24	ดีมาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถของระบบ ด้านการประเมินความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับดีมาก จำนวน 5 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การเชื่อมโยงไปยังเอกสารความรู้ที่ค้นพบมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.84$) รูปแบบของการร่างหนังสือ บันทึกข้อความ ง่าย สะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.79$) ขนาด สี รูปแบบตัวอักษรมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.76$) การจัดวางองค์ประกอบของระบบดูเหมาะสม ($\bar{X} = 4.69$) ความเหมาะสมในการปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับผู้ใช้ ($\bar{X} = 4.66$) และอยู่ในระดับดี 1 ข้อ คือ การออกแบบภาพกราฟิก มีความชัดเจน เหมาะสม ($\bar{X} = 3.39$)

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพของระบบเป็นรายข้อ

ด้านการประเมินประสิทธิภาพของระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ระบบสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับระบบสืบค้นและติดตามหนังสือได้อย่างรวดเร็ว	4.73	0.70	ดีมาก
2. ระบบสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการรับส่งหนังสือทั้งภายนอกและภายใน หนังสือเวียน และการรายงานได้อย่างรวดเร็ว	4.74	0.65	ดีมาก
3. ระบบมีความเสถียรภาพในการเข้าใช้งาน	4.71	0.70	ดีมาก
โดยรวม	4.73	0.42	ดีมาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถของระบบด้านการประเมินประสิทธิภาพของระบบอยู่ในระดับดีมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ระบบสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการรับส่งหนังสือทั้งภายนอกและภายใน หนังสือเวียน และการรายงานได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.74$) ระบบสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับระบบสืบค้นและติดตามหนังสือได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.73$) และระบบมีความเสถียรภาพในการเข้าใช้งาน ($\bar{X} = 4.71$)

ตารางที่ 6 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัย

ด้านการรักษาความปลอดภัยระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การกำหนดรหัสผู้ใช้ และรหัสผ่านในการตรวจสอบผู้ดูแลระบบ	4.59	0.52	ดีมาก
2. การตรวจสอบสิทธิ์ก่อนการใช้งานของผู้ดูแลระบบ	4.57	0.59	ดีมาก
3. การป้องกันการล้นไหลของข้อมูลในระบบ	4.55	0.56	ดีมาก
โดยรวม	4.57	0.43	ดีมาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถของระบบด้านการรักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับดีมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การกำหนดรหัสผู้ใช้ และรหัสผ่านในการตรวจสอบผู้ดูแลระบบ ($\bar{X} = 4.59$) การตรวจสอบสิทธิ์ก่อนการใช้งานของผู้ดูแลระบบ ($\bar{X} = 4.57$) การป้องกันการล้นไหลของข้อมูลในระบบ ($\bar{X} = 4.55$)

ผลการวิเคราะห์ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ
สารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ข้อความ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การกำหนดรูปแบบของระบบถูกต้องและครบถ้วนตามความต้องการ	4.77	.68	มาก
2. การใช้งานระบบไม่ยุ่งยาก	4.81	.78	มากที่สุด
3. การรายงานข้อมูลตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน	4.62	.64	มากที่สุด
4. สามารถลดขั้นตอนการทำงานจากระบบเดิมได้	4.68	.60	มากที่สุด
5. รายการข้อมูลแต่ละหน้าจอบรรจุครบถ้วนตามการใช้งาน	4.67	.84	มากที่สุด
6. ความสามารถของระบบรองรับการทำงานในปัจจุบันได้	4.64	.61	มากที่สุด
7. การจัดการข้อมูล (เพิ่ม ลบ แก้ไข พิมพ์รายงาน) ทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.73	.72	มากที่สุด
8. สามารถทำงานร่วมกับระบบอื่นๆ ได้	4.70	.60	มากที่สุด
9. การประมวลผลของระบบมีความรวดเร็ว	4.15	.63	มาก
10. การเข้ารหัสเพื่อใช้งานสะดวกและปลอดภัย	4.42	.65	มากที่สุด
รวม	4.62	.28	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ใช้งานมีความคิดเห็นต่อการใช้งานระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.62$) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับเป็นรายข้อตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ การใช้งานระบบไม่ยุ่งยาก ($\bar{X}=4.81$) การกำหนดรูปแบบของระบบถูกต้องและครบถ้วนตามความต้องการ ($\bar{X}=4.77$) และการจัดการข้อมูล (เพิ่ม ลบ แก้ไข พิมพ์รายงาน) ทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ($\bar{X}=4.73$)

อภิปรายผล

การประเมินความสามารถของระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มงานบริหารและธุรการสำหรับสำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยผู้เชี่ยวชาญ มีผลประเมินในภาพรวมระดับดี ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการประเมินความสามารถของระบบ ด้านการประเมินความถูกต้อง ด้านการประเมินความง่ายในการใช้งาน ด้านการประเมินประสิทธิภาพของระบบ และด้านการรักษาความปลอดภัย เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยระบบมีประสิทธิภาพมากที่สุด และผู้ใช้งานมีความพึงพอใจมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาระบบโดยศึกษาวิธีดำเนินการสร้างและหาประสิทธิภาพเครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัญหา และวิเคราะห์งานที่เกี่ยวกับวิเคราะห์ระบบเดิมที่เกี่ยวข้องกับงานสารบรรณ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งเป็นงานหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการบริหารงานบุคลากร หรืองานบุคคล ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อการบริหารงานของผู้บริหารองค์กร และงานสารบรรณ รวบรวมและศึกษาวิเคราะห์การรับหนังสือจากหน่วยงานภายนอก และหน่วยงานภายใน ซึ่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายสารบรรณสามารถลงทะเบียนรับหนังสือเข้าสู่ระบบ ซึ่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายสารบรรณสามารถทำการตรวจสอบ ค้นหา ติดตามและออกรายงานทะเบียนสรุบบนลักษณะต่าง ๆ เช่น รายงานสรุบบทเบียนรับหนังสือจากภายนอก ในแต่ละช่วงวัน เวลา โดยระบบต้องสามารถรับหนังสือจาก หน่วยราชการ/บุคคล/บริษัทฯ ภายนอกถึงคณะวิทยาการจัดการ ผ่านงานสารบรรณกลาง หรือหน่วยงานโดยตรง และต้องสามารถลงทะเบียนรับข้อมูลพื้นฐานของหนังสือภายนอก เพื่อใช้เป็นดัชนีการสืบค้น (Index) ออกเลขทะเบียนรับให้โดยอัตโนมัติ สามารถบันทึกวันที่ เวลา และชื่อเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน

เกี่ยวกับการรับหนังสือจากภายนอกให้โดยอัตโนมัติ ซึ่งผู้วิจัยได้นำปัญหาข้างต้นมาทำการวิเคราะห์และออกแบบ โดยมีการประยุกต์ขั้นตอนการวิจัย จากวงจรการพัฒนากระบวน (System Development Life Cycle: SDLC) เพื่อให้ การดำเนินการวิจัยมีระเบียบแบบแผนที่เหมาะสม ซึ่งระบบสามารถเก็บข้อมูลและสืบค้นรายละเอียดการรับส่ง หนังสือ การเวียนหนังสือ การค้นหาหนังสือ การร่างหนังสือ และการพิมพ์รายงานที่เกี่ยวข้องกับการรับ-ส่งหนังสือได้ อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ ตรงวัฒนาวุฒิ (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนา ระบบการจัดการเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าระบบนี้พัฒนาขึ้นสามารถเพิ่ม ประสิทธิภาพในการจัดการการรับส่งการจัดเก็บและการสืบค้นข้อมูลเอกสารภายในหน่วยงาน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาการสื่อสารการจัดเก็บการสืบค้นเอกสารสูญหายง่ายและการสิ้นเปลือง ทรัพยากรอย่างกระดาษ และที่สำคัญระบบสามารถช่วยจัดการเอกสารได้ตามความต้องการของผู้ใช้ระบบได้ดี (รัตนศิริ เจริญสุข, 2549). และงานวิจัยของ สุทธิศักดิ์ สลักคำ (2551) แนวคิดการนำระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์มา ใช้ในองค์กร ซึ่งระบบการจัดการเอกสารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้สามารถลดขั้นตอน สะดวก รวดเร็วในการดำเนินการ รับส่งหนังสือ เวียนหนังสือ และการร่างหนังสือต่าง ๆ เมื่อนำระบบการจัดการเอกสารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้จะต้องทำ ให้ประสิทธิภาพการทำงานเพิ่มขึ้น เช่นเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตเอกสารเพิ่มประสิทธิภาพในการ กระจายเอกสาร และระบบการจัดการเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ต้องมีความปลอดภัยจากภัยคุกคามต่าง ๆ และที่ สำคัญลดการใช้กระดาษ ที่เป็นเป้าหมายที่สำคัญขององค์กรที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายในลดค่าใช้จ่าย โดยรวมสร้างความสะดวกในการทำงานสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับสังคมและยังสร้างความก้าวหน้าให้กับประเทศชาติ ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ดูแลระบบควรมีการ Update ข้อมูล และสำรองข้อมูลทุกวัน เพื่อป้องกันข้อมูลสูญหายที่เกิดจากการโจรกรรมผ่านเครือข่าย

ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการวิจัยเพิ่มฟังก์ชันการใช้งานของระบบให้ครอบคลุมไปถึงการแจ้งเตือนการรับส่งหนังสือ ทั้งภายในและภายนอกในรูปแบบแจ้งเตือนไปยัง Line Application หรือ EMS ข้อความไปยังอุปกรณ์มือถือ
- 2) ควรมีการวิจัยออกแบบและพัฒนาระบบเกี่ยวกับการบริหารงานด้านอื่น ในงานด้านอื่น ๆ เช่น การจัดการเงินงบประมาณ การยืมเงิน และการคืนเงินตรงจ่ายของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณ์ รักษาติเจริญ. (2557). รัฐอิเล็กทรอนิกส์: วิวัฒนาการการบริหารงานสาธารณะ. วารสาร มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 33 ฉบับที่ 4 กรกฎาคม-สิงหาคม 2557.
- รัตนศิริ เจริญสุข (2549). การศึกษาการนำระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์มาทำงานร่วมกับระบบ รับเรื่องและติดตามงาน. สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศิริรัตน์ ตรงวัฒนาวุฒิ . (2550). การพัฒนาระบบการจัดการเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ของ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ .เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุทธิศักดิ์ สลักคำ (2551). แนวคิดการระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในองค์กร. แหล่งที่มา: <http://web.schq.mi th/suttisak/html/dm.html>. 31 สิงหาคม 2561

จินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน จังหวัดลพบุรี

IMAGERY OF PARENTS WITH PRIVATE SCHOOLS, LOPBURI PROVINCE

อุษา งามมีศรี*

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน จังหวัดลพบุรี ในด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านคุณลักษณะของนักเรียน จำแนกตามตัวแปรระดับการศึกษา อายุ อาชีพ และระดับชั้นของนักเรียนในปกครอง กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียน จำนวน 380 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ปกครองนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ร้อยละ 31.58 มีอายุตั้งแต่ 30 – 40 ปี ร้อยละ 68.43 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 27.64 และนักเรียนในปกครองอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษา ร้อยละ 57.90

2. จินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน โดยรวมอยู่ใน ระดับดี ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.75$) สำหรับด้านความเชื่อถือและด้านคุณลักษณะของนักเรียน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$, $\bar{X} = 3.41$ ตามลำดับ)

3. ผู้ปกครองนักเรียนมีข้อเสนอแนะ คือ ด้านความเชื่อถือผู้บริหาร ครูผู้สอน และเจ้าหน้าที่ของโรงเรียน ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ เชี่ยวชาญในวิชาการ มีความประพฤติและปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ด้านการยอมรับโรงเรียนต้องเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน และด้านคุณลักษณะของนักเรียนโรงเรียนต้องกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย นโยบาย และแผนการ ดำเนินการให้ชัดเจนว่ามีการพัฒนาคุณภาพนักเรียนให้เติบโตเต็มตามศักยภาพแห่งวัย

คำสำคัญ: จินตภาพ, โรงเรียนเอกชน

Abstract

The purposes of this study were to investigate and compare school imagery of private schools, Lopburi Province according to schools' credit, respect, and student characteristics, including parents' education level, age, occupation, resident area, and children's class level. The subjects comprised 377 students. questionnaire was administered and then data were analyzed and presented by percentage, mean, standard deviation. The results revealed as follows:

1. Parents, students who are sample groups Most graduated with a bachelor's degree or higher 31.58 percent, aged from 30 to 40 years, 68.43 percent, 27.64 percent of private business professionals and 57.90 percent of primary school students.

2. The imagery of parents with private schools as a whole was at a good level ($\bar{X} = 3.55$), considering each aspect, found that the acceptance at a good level ($\bar{X} = 3.75$), for the reliability and characteristics of students At a moderate level ($= 3.48, = 3.41$, respectively)

* พร.ต. ผู้อำนวยการโรงเรียนงามมีศรีพัฒนา อ.พัฒนานิคม จ.ลพบุรี

3. There were some suggestions as; according to school credit, administrator, teachers and staff should have empirical ability, academic expertise, good behaving and work performance, school respect, schools must be participated in community activity and student characteristic, schools should clearly have vision, goal, policy, and action plan for developing students grow of age.

Keywords: Imagery, Private Schools

บทนำ

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 ในหมวดที่ 1 มาตรา 6 ที่ได้กำหนดสาระสำคัญไว้ว่า การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทย ให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ คุณธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรม ในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ซึ่งถือว่าเป็นเป้าหมายที่สำคัญเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้เรียนให้มีภาพลักษณ์ที่สังคม ทุกฝ่ายปรารถนาจะเกิดขึ้นในตัวผู้เรียน ดังนั้นในการจัดการศึกษา ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบจากการจัดการศึกษาจำเป็นต้องจัดการศึกษาอย่างมีเป้าหมายโดยมุ่งไปที่การพัฒนาผู้เรียนและสถานศึกษาให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ซึ่งประกอบด้วย การจัดบรรยากาศสิ่งแวดล้อมให้เอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนการจัด สภาพแวดล้อม การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน การส่งเสริมภูมิปัญญา อาหารและสุขภาพ ความปลอดภัย ครูและพี่เลี้ยง และด้านการบริการอื่น ๆ เช่น การสอนภาษาต่างประเทศโดยชาวต่างชาติ การสอนนาฏศิลป์ไทยและพื้นบ้าน เป็นต้น ทั้งนี้องค์ประกอบดังกล่าว เป็นสิ่งที่ทำให้เด็กได้เกิดการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งยังเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ปกครอง รวมถึงสถานศึกษาต้องสร้างความน่าเชื่อถือ การยอมรับ และความเลื่อมใสศรัทธาให้เกิดขึ้นกับผู้ปกครอง (วัชรภรณ์ พยัคฆ์เมธี. 2546: 2) ซึ่งรัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการศึกษาให้แก่ผู้เรียน ให้บรรลุผลในการสร้างและพัฒนาพฤติกรรมความเป็นคนที่สมบูรณ์ทุกด้านให้แก่บุคคล หรือหากมองในขอบเขตของคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนจะหมายถึง การที่ผู้เรียนมีคุณลักษณะหรือคุณสมบัติตามที่หลักสูตรของการศึกษานั้น ๆ กำหนดไว้ รวมทั้งมีความสอดคล้องกับความต้องการของสังคมนั้น การพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาเป็นกระบวนการที่ละเอียดอ่อน โดยเฉพาะพื้นฐานทางด้านคุณธรรม จริยธรรม พื้นฐานแห่งการเรียนรู้ทั้งตนเองและสังคมจะถูกหล่อหลอมเป็นตัวเด็ก ดังนั้น บทบาทของ โรงเรียนระดับก่อนประถมศึกษาและประถมศึกษาจึงมีความสำคัญต่อการวางรากฐานที่ดีให้เกิดขึ้นกับเด็กที่จะได้รับการพัฒนาในทุกๆด้าน (กมลทิพย์ ทองกำแหง. 2547: 2) อย่างไรก็ตาม แม้ภาครัฐจะทุ่มเทงบประมาณต่อการจัดการศึกษาและถือว่าการศึกษาเป็นความสำคัญลำดับแรกของการจัดสรรงบประมาณตามแนวนโยบายรัฐ แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลง การปรับโครงสร้าง แผนงาน และความต้องการของประชาชน แนวทางหนึ่งที่รัฐบาลดำเนินการอยู่คือเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาร่วมจัดการศึกษามากขึ้น เพราะบทบาท และศักยภาพในการจัดการศึกษาของภาคเอกชนมีเพียงพอและสามารถที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นไปที่คุณภาพให้เป็นที่ยอมรับต่อสังคม (สมจิต อุดม. 2547: 3, สุเมธธา ไกรนรา และชุมศักดิ์ อินทร์รักษ์. 2558 : 188-190)

จากการที่รัฐมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้โรงเรียนเอกชนมีบทบาทต่อการศึกษามากขึ้น จึงได้เข้ามามีส่วนร่วมรับภาระจัดการศึกษาโดยเน้นการบริการที่ดีมีคุณภาพต่อผู้เรียนและผู้ปกครองมาโดยตลอด แต่เมื่อสภาพการณ์ต่าง ๆ ของสังคมไทยและสังคมโลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การศึกษาเอกชนก็จำเป็นต้องเร่งรัดพัฒนาในเชิงคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เป็นทางเลือกที่ดีอีก ทางหนึ่งของผู้รับบริการทางการศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2542: 3) แต่การจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนเท่าที่ผ่านมาปรากฏว่าประสบปัญหาเพิ่มมากขึ้น ทั้งปัญหาการบริหารจัดการ ปัญหาบุคลากร ปัญหาค่าใช้จ่ายและรายได้ที่ไม่สมดุลกับรายจ่าย ปัญหาการบริหารหลักสูตร ปัญหาคุณภาพผลผลิตและภาพลักษณ์ของโรงเรียน และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง

การแข่งขันที่เริ่มเข้มข้นมากขึ้นทั้งกับ โรงเรียนเอกชนด้วยกัน หรือโรงเรียนเอกชนกับโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนที่จะจัดตั้งใหม่ ๆ ใน รูปแบบของโรงเรียนนานาชาติ ซึ่งนับว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญที่โรงเรียนเอกชนต้องหันมาให้ความสนใจ รวมถึง การแข่งขันกับตนเอง ซึ่งปัญหาดังกล่าวอาจเกิดจากสาเหตุหลายประการทั้งที่เกิดจาก นโยบายและแนวปฏิบัติ ระเบียบ กฎเกณฑ์ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการศึกษาเอกชน จาก ระบบการศึกษาโดยรวมของประเทศและจากระเบียบการจัดการของโรงเรียนเอง ตลอดจนปัจจัย ภายนอกอื่น ๆ (กรณีศึกษา วิทยาลัยสงฆ์ 2538: 18, สมควร พักผ่อน และทีปพิพัฒน์ สันตะวัน. 2558 : 113)

จากปัญหาดังกล่าวส่งผลให้นักเรียนในโรงเรียนเอกชนมีจำนวนลดลงและนโยบายของรัฐในการจัดการศึกษาระดับประถมศึกษาส่งผลให้ผู้ปกครองมีทางเลือกเพิ่มขึ้นในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียน ดังนั้นโรงเรียนเอกชนทั้งหลายต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ในการบริหารงาน อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตร หลานเข้าเรียนโรงเรียนของตน ซึ่งจะทำให้โรงเรียนเอกชนอยู่รอด รวมถึงเป็นโรงเรียนที่มีประสิทธิภาพที่สามารถจัดการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมีคุณภาพ ดังนั้นโรงเรียนเอกชนจึงจำเป็นต้องพัฒนาและสร้างคุณภาพของสถานศึกษาให้เป็นที่ยอมรับ เป็นที่ไว้วางใจจากผู้ปกครองนักเรียน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างจินตภาพของผู้ปกครองในด้านของการสร้างความเชื่อถือ ความเลื่อมใสศรัทธา การยอมรับ รวมถึงคุณลักษณะนักเรียน ซึ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญ และเป็นดัชนีชี้วัดที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความร่วมมือ การสนับสนุนจากผู้ปกครองที่มีต่อสถานศึกษา โดยโรงเรียนเอกชนจะต้องพยายามวางแผนในด้านต่าง ๆ ที่จะแสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นในด้านต่าง ๆ ของโรงเรียนที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ปกครองให้ดีที่สุด ซึ่งเป็นผลทำให้โรงเรียนสามารถอยู่รอดได้

จินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชนจึงมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างจุดเน้นขององค์กร เป็นส่วนที่แสดงถึงสิ่งต่างๆ ขององค์กรออกไปสู่สายตาของผู้ใช้บริการ คือ ผู้ปกครอง ถ้าภาพขององค์กรไปในทางบวก ก็จะทำให้ผู้ปกครองมีโอกาสเลือกเข้ามาใช้บริการ แต่ถ้าภาพนั้นไปในทางลบ ก็ส่งผลให้ผู้ปกครองเลือกไปหาสิ่งที่รู้สึกดีกว่า ซึ่งอาจจะทำให้นักเรียนลดลง ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา เช่น รายจ่ายมากกว่ารายรับและทำให้การบริหารด้านอื่นล้มเหลวตามมา ดังนั้น โรงเรียนเอกชนต้องหันมาใส่ใจคุณภาพการจัดการเรียนรู้ให้มากขึ้น ขณะเดียวกันก็ต้องสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของตนเอง เพื่อสร้างจินตภาพของโรงเรียนให้กับผู้ปกครอง Boulding. (1975 : 91) ได้อธิบายว่า "จินตภาพ" เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ที่เราสร้างขึ้นมาจากเฉพาะตน ประกอบด้วย ข้อเท็จจริง คุณค่าที่เราเป็นผู้กำหนด โดยแต่ละบุคคลจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่ได้ประสบและมีความเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากคนเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะภาพ บางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจไม่ชัดเจนแน่นอนเพียงพอ แล้วจะตีความหมาย (Interpret) หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้น ๆ ด้วยตัวเอง อาจแยกองค์ประกอบของจินตภาพได้เป็น 4 ส่วน คือ 1) องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการสังเกต โดยตรง แล้วนำสิ่งนั้นไปสู่การรับรู้ สิ่งที่ถูกรับรู้นี้อาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือ สิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้โดยผ่านการรับรู้เป็นเบื้องต้น 2) องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับ ลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตและรับรู้ 3) องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่ง ต่าง ๆ อาจเป็นความรู้สึกผูกพันยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ 4) องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) เป็นความมุ่งหมายหรือเจตนาที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติตอบโต้สิ่งเรานั้น โดยเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิง ความรู้และเชิงความรู้สึก

ดังนั้น จินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน อันจะนำไปสู่การพัฒนาโรงเรียน โดยผู้ปกครองนักเรียนซึ่งเป็นบุคคลที่มีบทบาทต่อการตัดสินใจที่จะส่งบุตรหลานให้เข้ารับการศึกษาต่อในโรงเรียนเอกชน และเป็นผู้มีบทบาทอย่างยิ่งต่อความร่วมมือของสถานศึกษา ดังนั้น การสะท้อนจินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน จึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาจินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชนในจังหวัดลพบุรี เพื่อนำข้อค้นพบที่ได้

จากการวิจัย ไปปรับปรุง วางแผน พัฒนาคุณภาพผู้เรียนและสถานศึกษา ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครองและสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาจินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้ปกครองนักเรียนในการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตด้านเนื้อหา ประชากรและกลุ่มตัวอย่างพร้อมทั้งตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

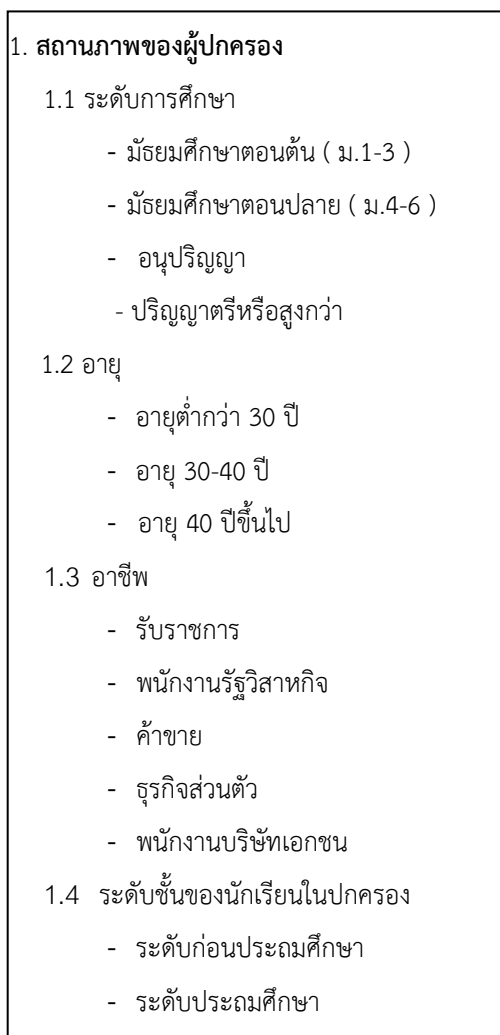
1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** มุ่งศึกษาจินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน ใน 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ ด้านคุณลักษณะของนักเรียน
2. **ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนเอกชน จังหวัดลพบุรี ระดับก่อนประถมศึกษา ถึง ระดับประถมศึกษา ในปี การศึกษา 2560 จำนวน 21,046 คน โดยกำหนดให้นักเรียน 1 คน ต่อผู้ปกครอง 1 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 380 คน
3. **ตัวแปรที่ศึกษา** ประกอบด้วย
 - 3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1) สถานภาพของผู้ปกครองนักเรียน จำแนกเป็นระดับการศึกษา แบ่งเป็น มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-3) มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-6) อนุปริญญา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า 2) อายุ แบ่งเป็น ต่ำกว่า 30 ปี 30 - 40 ปี 40 ปีขึ้นไป 3) อาชีพ แบ่งเป็น รับราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ อาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน และ 4) ระดับชั้นของนักเรียนในปกครอง แบ่งเป็น ก่อนประถมศึกษาและประถมศึกษา
 - 3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ จินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน ใน 3 ด้าน คือ 1) ด้านความเชื่อถือ พิจารณาจาก โรงเรียนมีบุคลากรที่เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ ประพฤติดี โรงเรียนมีชื่อเสียงทางด้านวิชาการ มีอาคารสถานที่และ สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมเอื้ออำนวยและส่งเสริมต่อการจัดการเรียนรู้ 2) ด้านการยอมรับ พิจารณาจาก โรงเรียนได้รับความร่วมมือจากผู้ปกครองและชุมชน และในการดำเนินกิจกรรมของชุมชน และ ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียน และ 3) ด้านคุณลักษณะของนักเรียน พิจารณาจาก คุณลักษณะทางกายภาพของนักเรียนที่สถานศึกษา กำหนด โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ มีความรับผิดชอบ มีระเบียบวินัย มี คุณธรรม จริยธรรมและอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ โดยการแสดงออกทางพฤติกรรม

กรอบแนวคิด

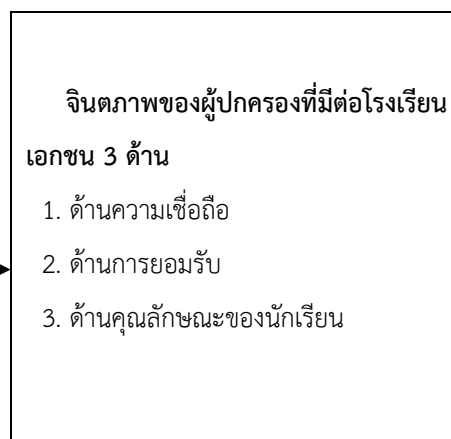
การพัฒนาให้โรงเรียนเอกชนสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลนั้นมีปัจจัยเกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ความสามารถในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร โดยเฉพาะการพัฒนาด้านคุณภาพในตัวผู้เรียน และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ในสถานศึกษา รวมถึงการสร้างจินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชนให้เกิดขึ้นในองค์กร เพราะหากผู้ปกครองเกิดจินตภาพที่ดีต่อ

องค์กร จะได้รับการยอมรับ มีความเชื่อถือ เกิดความไว้วางใจ ได้รับการสนับสนุน ส่งเสริม ย่อมส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จึงนำมาสู่กรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามาปรับและประยุกต์ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พร้อมทั้งนำมากำหนดเป็นตัวแปรตามในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ส่วนตัวแปรอิสระ ผู้วิจัยได้พิจารณาศึกษาคุณลักษณะของผู้ปกครองนักเรียนที่อาจจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดที่มีต่อโรงเรียนเอกชน ซึ่งประกอบด้วย ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง อายุของผู้ปกครอง อาชีพของผู้ปกครอง ที่อยู่อาศัยของผู้ปกครอง และระดับชั้นของนักเรียนในปกครอง ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์เป็นแผนภาพเพื่อแสดง ภาพรวมของกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งแจกแจงให้เห็นถึงตัวแปรอิสระและตัวแปรตามอย่างชัดเจน ดังกรอบแนวคิดการศึกษาดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ มีระเบียบวิธีการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดลพบุรี ในปีการศึกษา 2561 ระดับก่อนประถมศึกษา จำนวน 5,927 คน และระดับประถมศึกษา จำนวน 15,119 คน รวมทั้งหมดมีจำนวน 21,046 คน โดยกำหนดให้นักเรียน 1 คน ต่อผู้ปกครอง 1 คน

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดลพบุรี จำนวน 377 คน ได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970 : 607 - 610) และทำการสุ่มแบบแบ่งชั้นโดยใช้ระดับชั้นของนักเรียนในปกครองเป็นชั้นในการสุ่ม (Stratified Random Sampling) จากนั้นทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ได้ผู้ปกครองของนักเรียนในระดับอนุบาล 106 คน และผู้ปกครองนักเรียนในระดับประถมศึกษา 271 คน รวมผู้ปกครองของนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 377 คน ทั้งนี้เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 380 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการศึกษา อายุ อาชีพ และระดับชั้นของนักเรียนในปกครอง มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นจินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านคุณลักษณะของนักเรียน มีลักษณะเป็นแบบ มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) คือ มาก ที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด สัมภาษณ์ความรู้สึก/ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรงโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสมเที่ยงตรงของเนื้อหา ข้อ คำถามและภาษาที่ใช้ ต่อจากนั้นนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความ สอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามเชิงปฏิบัติการ (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) และคัดเลือกไว้เฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป ด้านละ 15 ข้อ รวม 45 ข้อ เมื่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบแบบสอบถาม แล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ปกครองนักเรียน ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นนำมาคำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (X- Coefficient) ของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งสิ้น เท่ากับ .9025

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

- 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยการหาค่าความถี่ และร้อยละ (Percentage)

- 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับจินตภาพของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อโรงเรียนเอกชนวิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- 3) นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมานำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง
- 4) นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เนื้อหาแล้วเรียบเรียงเป็นความเรียง

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาจินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน จังหวัดลพบุรี จำนวน 380 คน มีข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาวิจัยดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับผู้ปกครองนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีอายุตั้งแต่ 30 – 40 ปี จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 70.20 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 30.15 และนักเรียนในปกครองอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษา จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 67.20

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน โดยรวมอยู่ใน ระดับดี ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.75$) สำหรับด้านความเชื่อถือและด้านคุณลักษณะของนักเรียน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48, \bar{X} = 3.41$ ตามลำดับ)

3. ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะในการจัดการศึกษาเกี่ยวกับจินตภาพที่ดีของโรงเรียนเอกชน สรุปสาระสำคัญหลักในแต่ละด้านได้ดังนี้

3.1 ด้านความเชื่อถือผู้บริหาร ครูผู้สอน และเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนต้องเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ เชี่ยวชาญในวิชาการ เป็นที่ประจักษ์ มีความประพฤติ และปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ

3.2 ด้านการยอมรับโรงเรียนต้องเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน เช่น ส่งบุคลากรของโรงเรียนเป็นผู้นำและเข้าร่วมในกิจกรรมของชุมชน

3.3 ด้านคุณลักษณะของนักเรียนโรงเรียนต้องกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย นโยบาย และแผนการ ดำเนินการให้ชัดเจนว่ามีการพัฒนาคุณภาพนักเรียนให้เติบโตเต็มตามศักยภาพแห่งวัยอย่างไรบ้าง

อภิปรายผล

ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นสำคัญและอภิปราย ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาวิจัยดังนี้

จินตภาพของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อโรงเรียนเอกชน จังหวัดลพบุรี โดยรวมอยู่ในระดับดี และรายด้านอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับดี ทั้งนี้ เพราะว่าเป็นปัจจุบันโรงเรียนต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยเฉพาะตามจุดมุ่งหมายที่สำคัญของการพัฒนาการศึกษาไทย ตามพระราชบัญญัติ การศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2545 โรงเรียนจะต้องคำนึงถึงการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ของประเทศไทย ให้เป็นคนดี มีความรู้ และสามารถดำรงอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ใน หมวดที่ 1 มาตรา 6 ที่ได้กำหนดสาระสำคัญไว้ว่าการจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทย ให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ คุณธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ซึ่งถือเป็นเป้าหมายสำคัญ ที่ทุกโรงเรียนยึดเป็นหลักสำคัญหรือเป็นแนวทางในการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีภาพลักษณ์ที่สังคมทุกฝ่ายปรารถนา (บุญชิต ภิโญอนันตพงษ์. 2544: 195) ดังนั้น จาก สาระสำคัญข้างต้น โรงเรียนและบุคลากรของโรงเรียนร่วมสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน ซึ่งถือเป็นการสร้างจินตภาพให้ผู้ปกครองเกิดการยอมรับและเห็นด้วย ซึ่งจะส่งผลให้โรงเรียนเกิดความน่าเชื่อถือ ที่พิจารณาได้จากบุคลากร ผู้บริหาร ครูและเจ้าหน้าที่ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ประพฤติดี และปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ อีกทั้งมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองอย่าง ต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วสันต์ ปานทอง, อนุชา กอนพวง, ภาณุวัฒน์ รักดีวงศ์ และ ฉันทนา จันทร์บรรจง (2556 : 197-198) พบว่า

คุณลักษณะครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ประกอบด้วย คุณสมบัตินี้สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรม มีคุณลักษณะ 12 ประการ ด้านการจัดการเรียนรู้ มีคุณลักษณะ 15 ประการ ด้านความรู้และทักษะ มีคุณลักษณะ 12 ประการ ด้านเครือข่ายการจัดการเรียนรู้ มีคุณลักษณะ 5 ประการ และด้านการมีข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะและทักษะผู้เรียนมีคุณลักษณะ 4 ประการ และสอดคล้องกับการศึกษาของ จีระพันธ์ ยี่สารพัฒน์, คมสันที ขจรปัญญาไพศาล และธีระ ภูติ (2557 : 127-130) พบว่า ในด้านของครูผู้สอนมีความต้องการพัฒนาตนเอง ในการปฏิบัติงานวิชาการอยู่ในระดับมาก วิธีการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานวิชาการ พบว่า ด้านการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาและด้านการพัฒนาสื่อ นวัตกรรมและเทคโนโลยี ทางการศึกษา คือ การเข้ารับการฝึกอบรม ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ และ ด้านการวัดผลและประเมินผล คือ การศึกษาต่อ ส่วนด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา คือ การศึกษาคูงาน เป็นต้น กับผลการวิจัยของภาวิณี จิรกาลวสาน (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำศึกษารับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขึ้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน จำแนกตามวุฒิการศึกษา อาชีพ ระดับช่วงชั้น และระยะเวลา การก่อตั้งโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า 1) การรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อภาพลักษณ์ของ สถานศึกษาใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถาบัน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำหรือกิจกรรมต่างๆ ด้านศีลธรรมความดีงาม และด้านบุคลากร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ผลการสัมภาษณ์ผู้ปกครองนักเรียนเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน สรุปสาระสำคัญหลักในแต่ ละด้านได้ดังนี้ ด้านความเชื่อถือผู้บริหาร ครูผู้สอน และเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนต้องเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ เชี่ยวชาญในวิชาการเป็นที่ประจักษ์ มีความประพฤติ และปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถทั้งนี้อาจเนื่องจาก บุคลากรเปรียบเสมือนทูตองค์กร ที่จะเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ ความสัมพันธ์กับลูกค้า และสังคม บุคลากร เปรียบเสมือนกระบอกเสียง ที่สำคัญในการกระจายเสียงและจินตภาพของโรงเรียน (ชัยวัฒน์ ชยางกูร, 2546: 1) ด้าน การยอมรับโรงเรียนต้องเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน ทั้งนี้สถานศึกษาต้องดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ สร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่นต่อผู้ปกครอง ชุมชน และสังคม สอดคล้องกับ พิมชนก ไทยทองนุ่น (2558) พบว่า ครู ควรอุทิศตนในการทำงานร่วมกับส่วนรวม ควรให้ความสำคัญกับทุกกิจกรรมและเป็นต้นแบบที่ดีให้กับชุมชน และ สำหรับด้านคุณลักษณะของนักเรียนโรงเรียนต้องกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย นโยบาย และแผนการดำเนินการให้ ชัดเจนว่ามี การพัฒนาคุณภาพนักเรียนในด้านใดบ้าง ทั้งนี้โรงเรียนจะต้องมีการแข่งขันและปรับปรุงมาตรฐานการเรียน การสอนในทุก ๆ ด้าน และโรงเรียนต้องมีการพัฒนาการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพอยู่เสมอ ซึ่งคุณภาพการศึกษา จะต้องมีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการโรงเรียนเอกชน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน, 2552 : 3) และ ปัจจัยด้านความอยู่รอดของโรงเรียนเอกชน ควรประกอบด้วย คุณภาพวิชาการ ภาพลักษณ์ชื่อเสียง และความ ปลอดภัย (ยศรินทร์ ลิ้มไพบูลย์ ชัยณรงค์ สุวรรณสาร และ รวีวรรณ กลิ่นหอม, 2559)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า จินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน ด้านความเชื่อถือ อยู่ในระดับ ปานกลาง จึงต้องร่วมกันพัฒนาจินตภาพหรือภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือให้สูงขึ้นโดยผู้บริหารโรงเรียนควรมี นโยบายพัฒนาบุคลากร และพิจารณาปรับปรุงการจัดการศึกษาของโรงเรียนในทุก ๆ ด้าน ให้มีคุณภาพสูงขึ้น
2. จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า จินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน ด้านการยอมรับ อยู่ในระดับดี ดังนั้น บุคลากรของโรงเรียนต้องร่วมกันรักษาและพัฒนาจินตภาพด้านการยอมรับให้สูงยิ่งขึ้น โดยการเข้าร่วมกิจกรรม ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง โรงเรียนอาจมีโครงการที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม และเชิญกรรมการสถานศึกษา ผู้ปกครอง เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาโรงเรียน
3. จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า จินตภาพของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนเอกชน ด้านคุณลักษณะของนักเรียน

อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น บุคลากรของโรงเรียนต้องร่วมกันพัฒนาจินตภาพด้านคุณลักษณะของนักเรียนให้สูงขึ้น โดยจัดให้มีโครงการส่งเสริมความสามารถทางด้านวิชาการ และความสามารถเฉพาะด้าน เช่น ด้านกีฬา ด้านดนตรี เป็นต้น ซึ่งอาจจะเชิญบุคคลภายนอกที่มีชื่อเสียงในแต่ละด้านมาเป็นที่เป็นปรึกษาหรือวิทยากร

4. ควรใช้การประชาสัมพันธ์เป็นมาตรการสำคัญในการเผยแพร่การดำเนินงานของโรงเรียนควบคู่กับการบริหารและจัดการศึกษาโดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาทัศนคติของผู้บริหารและครูผู้สอนโรงเรียนเอกชนด้านความเชื่อถือ การยอมรับ และคุณลักษณะของนักเรียน เพื่อนำผลการวิจัยมา เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาจินตภาพที่มีต่อโรงเรียนเอกชนโดยศึกษาจากกลุ่มประชากรอื่น ร่วมกับ ได้แก่ ศิษย์เก่า ผู้นำชุมชน คณะกรรมการสถานศึกษา เพื่อให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับจินตภาพของโรงเรียนหลายแง่มุมมากขึ้นที่จะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างจินตภาพที่ดีของโรงเรียนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ ทองกำแหง. (2547). *ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปรินญาณิพนธ์ กศม.(ธุรกิจศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กรรณิการ์ ภิญญาคง. (2538, เมษายน). การจัดการศึกษาเอกชน. *วารสารกองทุนสงเคราะห์การจัดการศึกษาเอกชน*. 6(55): 18.
- จิระพันธ์ ยี่สารพัฒน์, คมสันท์ ขจรปัญญาไพศาล และธีระ ภูติ. (2557). ความต้องการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานวิชาการของครู ผู้สอนโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาภาคีสกลนคร เขต 1. *วารสารวิชาการแพรววาทลีนิษฐ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุฒินิษฐ์*. 1 (3) : 116-132.
- ชัยวัฒน์ ชยางกูร. (2545). *Image* ภาพลักษณ์องค์กร. บิสิเนสไทย. 28 มีนาคม.
- บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์ (2544). แนวคิดการประเมินผลการเรียนรู้เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ. ในหนังสืองานจันสมเด็จ พระเทพรัตนราชสุดาสยามบรมราชกุมารี 12 พฤศจิกายน 2544. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภาวินี จิรกาลวสาน. (2551). *การศึกษาการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนขั้นพื้นฐาน อำเภอดงขี้เหล็ก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิมชนก ไทยทองนุ้ม (2558). *แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์โรงเรียนอนุบาลหรือเสาะ อำเภอรือเสาะ จังหวัดนราธิวาส*. ปรินญาณิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยศรีนทร์ ลิ้มไพบูลย์ ชัยณรงค์ สุวรรณสาร และ รวีวรรณ กลิ่นหอม (2559) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของโรงเรียนเอกชน ประเภทสามัญศึกษาใน 14 จังหวัดภาคใต้. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*. 9(2) : 37-44.
- วัชรารณณ์ พยัคฆ์เมธี. (2546). การศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับลักษณะที่พึงประสงค์ ด้านการจัดการศึกษาปฐมวัย ในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย). บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- วสันต์ ปานทอง, อนุชา กอนพ่วง, ภาณุวัฒน์ ภัคดีวงศ์ และ ฉันทนา จันทร์บรรจง (2556). รูปแบบการพัฒนาครูเพื่อศิษย์ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. 15(5) : 193-205.
- วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์. (2555). ภาพลักษณ์ของโรงเรียน. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2560 จาก <http://www.moe.go.th/main2/article/SchoolImage.htm>
- สมควร พักผ่อน และทีปพิพัฒน์ สันตะวัน. (2558). แนวทางการดำเนินงานวิชาการของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชัยนาท. วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ. 2(2), 113-124.
- สมจิต อุดม. (2547). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษาในภาคใต้. วิทยานิพนธ์ ศษ.ด. (การบริหารการศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุมณฑา ไกรนรา และชุมศักดิ์ อินทร์รักษ์. (2558). องค์ประกอบความสำเร็จในการบริหารโรงเรียนเอกชน ในจังหวัดภาคใต้. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. 4(1), 185-191.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. (2552). แนวดำเนินการเพื่อการประกันคุณภาพและการรับรองมาตรฐานคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนเอกชน. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- Boulding, Kenneth E. (1975). *The Image : Knowledge in Life and Society*. Michigan. The University of Michigan.
- Krejcie, V.Robert; & Daryle, W.Morgan. (1970). Determinaning Sample Size for Research Activity. *Journal of Educational and Psychological Measurement*. 13(3): 607-610.

รูปแบบการบริหารงานวิชาการโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการ
ปฏิรูปการเรียนรู้ในเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการในยุคไทยแลนด์ 4.0
ACADEMIC ADMINISTRATION MODEL THROUGH THE USE OF INFORMATION AND
COMMUNICATIONS TECHNOLOGY TO PROMOTE REFORM IN THE LEARNING
NETWORK TECHNICAL COOPERATION IN THAILAND 4.0

ชนิดา อินภิชัย¹

ภิราข รัตนันต์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบ และพัฒนารูปแบบระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมของบุคลากรในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ 2) ประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมที่พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีส่วนในการทดสอบ และใช้งานระบบส่งบทความวิจัยงานประชุมวิชาการ ที่พัฒนาขึ้น จำนวน 15 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วม และแบบประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมที่พัฒนาขึ้นสามารถบริหารจัดการข้อมูลค้นหาและการจัดการข้อมูลส่งบทความวิจัย หรือบทความวิชาการสำหรับงานประชุมวิชาการได้ ติดตามสถานะบทความวิจัย หรือบทความวิชาการในงานประชุมวิชาการ ผลจากผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพระบบโดยรวมอยู่ในระดับดี

คำสำคัญ : รูปแบบการบริหารงานวิชาการ, เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, ยุคไทยแลนด์ 4.0

Abstract

This research aimed to 1) design and develop the information systems to manage the academic in participation administration of the personnel engaged in the Faculty of management science. Nakhon Sawan Rajabhat University, 2) to evaluate the effectiveness of information systems management in participation that have developed. Samples used in research include 15 information technology specialists who have taken part in the test, and submit the research article system conference developed. These people were selected as specific samples. Tools used include: information systems management in participation, and form of evaluation

¹ นักวิชาการศึกษา กลุ่มงานวิชาการและบริการการศึกษา สำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจำสาขาวิชาบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

information system for academic administration participation. The data analyzed by frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results of this research found that the information systems for academic administration could improve and manage for information searching and information managing research articles or scholarly articles for academic conferences. Results from the expert assessment has found that the effectiveness of the system in average was in good level.

Keyword: Academic Administration Model, Information and Communications Technology, Thailand 4.0

บทนำ

การบริการงานวิชาการ โดยเฉพาะงานวิจัยมีความสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้และเป็นภารกิจที่สำคัญของสถาบันอุดมศึกษา สถาบันต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญกับการผลิตงานวิจัย โดยให้อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา ได้มีโอกาสผลิตผลงานวิจัยควบคู่ไปพร้อมกับการจัดการเรียนการสอน หรืองานประจำ (พฤษ์คงบุญ วรปภาอารี ราชฤทธิ์ และเผด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร, 2558) งานวิจัยเป็นตัวชี้วัดถึงคุณภาพบุคลากรของสถาบัน หลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้จัดโครงการเพื่อเป็นเวทีในการเผยแพร่ผลงานวิชาการ หรือผลงานวิจัย ก่อเกิดประโยชน์หลายประการสำหรับนักวิชาการ นักวิจัย และผู้เข้าร่วมโครงการ เป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความเข้มแข็งขององค์กร หรือสถาบันการศึกษา และได้รับการยอมรับจากสถาบันการศึกษาอื่น ๆ (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2558 : เว็บไซต์)

การเผยแพร่ผลงานวิจัยโดยมากทำได้ 2 รูปแบบ คือ การเผยแพร่ในที่ประชุมวิชาการระดับชาติ หรือนานาชาติ (Conference) และการเผยแพร่ในวารสารวิชาการ (Academic Journal) ซึ่งเป็นการเผยแพร่ที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด การส่งต้นฉบับเผยแพร่ในวารสาร อาจต้องแก้ไขหลายรอบแต่จะมีโอกาสได้รับการตีพิมพ์มากกว่า 50% กรณีที่บทความไม่ได้รับการตอบรับนักวิจัยควรแก้ไขตามที่ผู้พิจารณาผลงานแนะนำและสามารถส่งไปวารสารอื่นได้

จากสภาพของการจัดการการประสานงานการประชุมวิชาการระหว่างผู้วิจัยและกองบรรณาธิการ ความสำคัญของระบบสารสนเทศ คณะผู้วิจัยจึงสนใจการพัฒนาระบบส่งบทความวิจัยงานประชุมวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ตามขั้นตอน SDLC โดยผ่านการประเมินระบบสารสนเทศ ซึ่งคณะผู้วิจัยคาดหวังว่าระบบที่พัฒนาขึ้นจะเป็นระบบในการติดต่อประสานงานระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในคณะวิทยาการจัดการ โดยช่วยให้การดำเนินงานมีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาออกแบบ และพัฒนารูปแบบระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมของบุคลากรในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมของบุคลากรในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร บุคลากร เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย สำหรับประเมินประสิทธิภาพระบบที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีส่วนในการทดสอบ และใช้งานระบบส่งบทความวิจัยงานประชุมวิชาการ ที่พัฒนาขึ้นจำนวน 15 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ประกอบด้วย

1) ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

2) แบบประเมินความสามารถของระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

3.4.1 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ในวันจันทร์-วันเสาร์ ในปีงบประมาณ 2561 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) รวบรวมเอกสารเกี่ยวกับงานสารบรรณ การพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC) การออกแบบแผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram) ระบบเครือข่ายและผลงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

2) วิเคราะห์และออกแบบนำมาทำการวิเคราะห์โดยใช้วงจร (System Development Life Cycle: SDLC) การออกแบบแผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram) พร้อมออกแบบส่วนติดต่อการใช้งานสำหรับระบบ

3) ทดสอบระบบ และปรับปรุงระบบ

4) ติดตั้งระบบ

5) เขียนคู่มือการใช้งานระบบ

7) ประเมินประสิทธิภาพของระบบผ่านเครือข่าย

8) วิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินความสามารถระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายระดับการศึกษาปริญญาโท โดยส่วนใหญ่มีผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการประเมินประสิทธิภาพของระบบโดยรวม

รายการประเมินประสิทธิภาพ	\bar{X}	S.D	ประสิทธิภาพ
ด้านความง่ายต่อการใช้งานระบบ	4.70	0.39	ดีมาก
ด้านผลลัพธ์ของระบบสารสนเทศ	4.30	0.49	ดี
ด้านความปลอดภัย	4.16	0.40	ดี
รวมทุกด้าน	4.39	0.38	ดี

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมโดยรวม อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ใน

ระดับดีมาก 1 ด้าน คือด้านความง่ายต่อการใช้งานระบบ ($\bar{X} = 4.70$) และอยู่ในระดับดี จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านผลลัพธ์ของระบบสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.30$) และด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.16$)

ตารางที่ 2 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการประเมินประสิทธิภาพของระบบ ด้านความง่ายต่อการใช้งานระบบสารสนเทศ

รายการประเมินประสิทธิภาพ	\bar{X}	S.D	ประสิทธิภาพ
1) เมนูแสดงผลแต่ละส่วนมีความชัดเจนตรงกับฟังก์ชันการทำงาน	4.43	0.61	ดี
2) ความเหมาะสมในการออกแบบหน้าจอการทำงาน	4.73	0.63	ดีมาก
3) ขนาดของสีและตัวอักษรมีความเหมาะสมในการนำเสนอ	4.80	0.59	ดีมาก
4) มีการแนะนำการใช้ระบบที่สามารถเข้าใจง่าย เหมาะสม	4.69	0.65	ดีมาก
5) การจัดตำแหน่งสำหรับกรอกข้อมูลมีความเหมาะสม	4.62	0.55	ดีมาก
6) การเข้าใช้งานระบบมีความสะดวก และง่ายต่อการใช้งานโปรแกรม	4.92	0.39	ดีมาก
รวม	4.70	0.39	ดีมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วม ด้านความง่ายต่อการใช้งานระบบสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ การเข้าใช้งานระบบมีความสะดวก และง่ายต่อการใช้งานโปรแกรม ($\bar{X} = 4.92$) ขนาดของสีและตัวอักษรมีความเหมาะสมในการนำเสนอ ($\bar{X} = 4.80$) และความเหมาะสมในการออกแบบหน้าจอการทำงาน ($\bar{X} = 4.73$)

ตารางที่ 3 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการประเมินประสิทธิภาพของระบบ ด้านผลลัพธ์ของระบบสารสนเทศ

รายการประเมินประสิทธิภาพ	\bar{X}	S.D	ประสิทธิภาพ
1) สามารถส่งบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ	4.01	0.69	ดี
2) สามารถบริหารจัดการข้อมูลประเภทบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ	4.31	0.68	ดี
3) สามารถบริหารจัดการข้อมูลติดตามสถานะบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ	4.72	0.60	ดีมาก
4) สามารถสร้างรายงานสรุปการส่ง บทความที่ผ่านการพิจารณา	4.17	0.57	ดี
รวม	4.30	0.49	ดี

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วม ด้านผลลัพธ์ของระบบสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ สามารถบริหารจัดการข้อมูลติดตามสถานะบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ ($\bar{X} = 4.72$) สามารถบริหารจัดการข้อมูลประเภทบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ ($\bar{X} = 4.31$) และสามารถสร้างรายงานสรุปการส่ง บทความที่ผ่านการพิจารณา ($\bar{X} = 4.17$)

ตารางที่ 4 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการประเมินประสิทธิภาพของระบบ
ด้านความปลอดภัยของระบบสารสนเทศ

รายการประเมินประสิทธิภาพ	\bar{X}	S.D	ประสิทธิภาพ
1) ความเหมาะสมของการกำหนดสิทธิ์ของผู้ส่งบทความ วิจัย หรือบทความวิชาการ และผู้ตรวจบทความ หรือผู้ดูแลระบบ	4.19	0.54	ดี
2) การป้องกันการแก้ไขข้อมูลสอดคล้องกับระบบทำงาน	4.17	0.73	ดี
3) มีระบบการติดตามการใช้งานของผู้ใช้งาน เช่น Log File	4.11	0.47	ดี
รวม	4.16	0.40	ดี

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วม ด้านความปลอดภัยของระบบสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของการกำหนดสิทธิ์ของผู้ส่งบทความ วิจัย หรือบทความวิชาการ และผู้ตรวจบทความ หรือผู้ดูแลระบบ ($\bar{X} = 4.19$) การป้องกันการแก้ไขข้อมูลสอดคล้องกับระบบทำงาน ($\bar{X} = 4.17$) และมีระบบการติดตามการใช้งานของผู้ใช้งาน เช่น Log File ($\bar{X} = 4.11$)

โดยสรุปผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วม ด้านความง่ายต่อการใช้งานระบบสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ดังนี้ การเข้าใช้งานระบบมีความสะดวก และง่ายต่อการใช้งานโปรแกรม ขนาดของสีและตัวอักษรมีความเหมาะสมในการนำเสนอ และความเหมาะสมในการออกแบบหน้าจอการทำงาน 2) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วม ด้านผลลัพธ์ของระบบสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับดี ดังนี้ สามารถบริหารจัดการข้อมูลติดตามสถานะบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ สามารถบริหารจัดการข้อมูลประเภทบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ และสามารถสร้างรายงานสรุปการส่ง บทความที่ผ่านการพิจารณา และ 3) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วม ด้านความปลอดภัยของระบบสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับดี ดังนี้ ความเหมาะสมของการกำหนดสิทธิ์ของผู้ส่งบทความ วิจัย หรือบทความวิชาการ และผู้ตรวจบทความ หรือผู้ดูแลระบบการป้องกันการแก้ไขข้อมูลสอดคล้องกับระบบทำงาน และมีระบบการติดตามการใช้งานของผู้ใช้งาน เช่น Log File

อภิปรายผล

ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมที่พัฒนาขึ้นสามารถบริหารจัดการข้อมูลค้นหา และการจัดการข้อมูลส่งบทความวิจัย หรือบทความวิชาการสำหรับงานประชุมวิชาการได้ติดตามสถานะบทความวิจัย หรือบทความวิชาการในงานประชุมวิชาการ ผลจากผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพระบบโดยรวมอยู่ในระดับดี เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาระบบโดยศึกษาวิธีดำเนินการสร้างและหาประสิทธิภาพเครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัญหา และวิเคราะห์งานที่เกี่ยวข้องกับวิเคราะห์ระบบเดิมที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมของบุคลากรในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งเป็นงานหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการบริการวิชาการ ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อการบริหารงานของผู้บริหารองค์กร โดยผู้วิจัยได้นำปัญหาข้างต้นมาทำการวิเคราะห์และออกแบบโดยมีการประยุกต์ขั้นตอนการวิจัย จากวงจรการพัฒนาแบบ (System Development Life Cycle: SDLC) เพื่อให้การดำเนินการวิจัยมีระเบียบแบบแผนที่เหมาะสม ซึ่งระบบสามารถเก็บข้อมูลและสืบค้นรายละเอียดการสมัครสมาชิกและแก้ไขข้อมูลส่วนตัว การส่งบทความวิจัย หรือบทความวิชาการสำหรับงานประชุมวิชาการ การติดตามสถานะบทความวิจัย หรือบทความวิชาการในงานประชุมวิชาการ ซึ่งอาจารย์หรือผู้เชี่ยวชาญ

สามารถพิจารณาบทความ ให้ข้อเสนอแนะการแก้ไขบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ และสามารถแจ้งผลการพิจารณาบทความวิจัย หรือบทความวิชาการในการประชุมวิชาการแต่ละครั้งได้ ตลอดจนการ รายงานสรุปบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ นอกจากนี้ผู้ดูแลระบบยังสามารถประมวลข้อมูลข่าวสารสำหรับการจัดงานประชุมวิชาการในแต่ละครั้ง แก้ไขข้อมูลสมาชิก สามารถกำหนดวัน เวลา การส่งบทความ แก้ไขบทความ ปิดรับบทความ สามารถจัดการสิทธิ์การเข้าถึงระบบในแต่ละระดับได้ เช่น ผู้เชี่ยวชาญอ่านบทความ สามารถสร้างแบนเนอร์ เมนูระบบ และอัลบั้มรูปภาพเกี่ยวกับงานประชุมวิชาการ และสามารถรายงานสรุปลงเล่มสมมุติฐานของบทความวิจัย หรือบทความวิชาการสำหรับการประชุมวิชาการได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ญัฐยา จอมพุดรา (2547 : 81) ได้ทำการศึกษาพัฒนาระบบสารสนเทศงานวิจัยฝ่ายวิจัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ใช้หลักการวิจัยปฏิบัติการ โดยใช้กรอบวิธีการพัฒนาระบบ SDLC (System Development Life Cycle) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ร่วมศึกษาค้นคว้า และผู้ใช้ข้อมูล มีความรู้ความเข้าใจ สามารถสืบค้นสารสนเทศวิจัยได้อย่างรวดเร็ว การบริหารและการจัดการข้อมูล สามารถประมวลผลได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง ตอบสนองต่อการบริหารจัดการของฝ่ายวิจัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และหน่วยงานภายในมหาสารคาม และสอดคล้องกับการศึกษาของ สมศักดิ์ บุตรสีทา (2547 : บทความย่อ) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาระบบสารสนเทศงานวิจัยในคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยใช้โปรแกรม พีเอชพี (PHP) และใช้โปรแกรม มาย เอส คิว แอล (MySQL) เป็นเครื่องมือจัดการฐานข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ระบบสารสนเทศงานวิจัยที่พัฒนาขึ้นเป็นระบบสารสนเทศงานวิจัยที่สืบค้นได้ง่าย มีความสะดวก และรวดเร็วในการทำงาน ข้อมูลมีความถูกต้องและสามารถผลิตสารสนเทศได้ครบถ้วนตามที่ใช้ต้องการ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาสารสนเทศดังกล่าวให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นด้วย

แต่อย่างไรก็ตามระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมของบุคลากรในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้นได้มีการศึกษา วิเคราะห์กระบวนการและขั้นตอนการดำเนินงานสำหรับการบริหารจัดการข้อมูลการส่ง และพิจารณาบทความวิจัย และบทความทางวิชาการเท่านั้น อาจทำให้ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นยังขาดโมดูลการทำงานไม่ครบถ้วนในด้านกรรายงานผล หรือแจ้งผลการอนุมัติผ่าน Mobile เช่น Line Application, SMS แจ้งให้ผู้เสนอบทความวิจัย หรือบทความวิชาการรับทราบข่าวสาร ผลการพิจารณา และการแก้ไขบทความ เป็นต้น ซึ่งต้องมีการการศึกษาและวิเคราะห์ถึงผลกระทบของค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นตามมาต่อไป

ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะด้านการนำไปใช้

ผู้ดูแลระบบควรมีการ Update ข้อมูลข่าวสารการจัดงานประชุมวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ให้เป็นปัจจุบัน

5.4.2 ข้อเสนอแนะด้านการศึกษาค้างต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมของบุคลากรที่ดำเนินการไปแล้วของแต่ละหน่วยงาน
- 2) ควรมีการศึกษาพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิชาการแบบมีส่วนร่วมของบุคลากรเพิ่มเติมในส่วนของการรายงาน เช่น รายงานแยกประเภทโครงการ รายงานสรุปบทความวิจัย หรือบทความวิชาการที่พิจารณาอนุมัติ เป็นรายปี รายงานสรุปงบประมาณการจัดงานประชุมวิชาการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากแหล่งทุนภายในและภายนอกแยกตามปี เป็นต้น
- 3) ควรมีศึกษาพัฒนาเทคนิคที่ส่งผลการสืบค้นข้อมูลการส่งบทความวิจัย หรือบทความวิชาการจากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอกโดยใช้เทคโนโลยี

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐยา จอมพุทรา. (2547). **การพัฒนาระบบสารสนเทศงานวิจัย ฝ่ายวิจัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. การค้นคว้าอิสระ ศศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.**
- พฤกษ์ คงบัญ , วรภา อารีราษฎร์, เผด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2558). **การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานประชุมวิชาการ. การประชุมวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรมระดับชาติ ครั้งที่ 8 : คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2558). แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการword. แบบฟอร์มบรรณานุกรมผลงานทางวิชาการ**
- สมศักดิ์ บุตรสีทา.(2547). **การพัฒนาระบบสารสนเทศงานวิจัยในคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ วท.ม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**

การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการงานการเงินและพัสดุเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของ
ผู้รับบริการในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
DEVELOPMENT OF EFFECTIVE SERVICES FOR THE FINANCIAL AND MATERIALS TO
ENHANCE THE SATISFACTION OF THE CLIENTS IN THE AGENCY OF NAKHON
SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY

ลักขณา ยิ้มจำรัส¹
เฉลิมเกียรติ ปรัชญาพันธ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาของการให้บริการของกลุ่มงานการเงินและพัสดุ 2) พัฒนาแนวทางการให้บริการกลุ่มงานการเงินและพัสดุ 3) ตรวจสอบประสิทธิภาพการให้บริการกลุ่มงานการเงินและพัสดุ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ และ 4) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังการพัฒนาการให้บริการกลุ่มงานการเงินและพัสดุ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มเจ้าหน้าที่การงานการเงินและบัญชี งานพัสดุ และกลุ่มผู้รับบริการ ใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเกณฑ์ ร้อยละ 50 ของกลุ่มประชากรทั้งหมด ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามความพึงพอใจวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า

1. จากการศึกษาสภาพปัจจุบัน และปัญหาของการให้บริการงานการเงินและบัญชี เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จัดลำดับความสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) เอกสารการเบิกจ่ายเงินไม่ถูกต้อง ครบถ้วน 2) เบิกจ่ายเงินล่าช้า ไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด 3) ขอลข้อมูลทางการเงิน และหลักฐานการเบิกจ่ายเงินใช้เวลานาน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลน้อย ทราบข้อมูลช้า 4) บุคลากรให้ข้อเสนอแนะ และตอบคำถามในเรื่องกฎหมาย ระเบียบต่างๆ และแนวทางการปฏิบัติงานไม่ชัดเจน

2. แนวทางการพัฒนาการให้บริการงานการเงินและบัญชี เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ คือ 1) ทบทวนวิธีการดำเนินงานในปัจจุบัน 2) เพิ่มเดิมช่องทางการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์งานการเงินและบัญชี ผ่านเว็บไซต์ และสังคมเครือข่ายของ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ 3) การพัฒนาบุคลากร

3. ประสิทธิภาพการให้บริการงานการเงินและบัญชี จากความคิดเห็นของผู้รับบริการหลังการพัฒนาประสิทธิภาพ พบว่า ดีขึ้นใน 4 ด้าน คือ ด้านระยะเวลา, ด้านกระบวนการ, ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านบุคลากร

4. ความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังพัฒนาด้านบริการงานการเงินและบัญชี ผู้รับบริการในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านเอกสาร เบิกจ่ายเงิน ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน, ด้านข้อมูลทางการเงิน และด้านบุคลากร

คำสำคัญ : การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ, การเงินและพัสดุ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

¹ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป กลุ่มงานการคลังและพัสดุ สำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

Abstract

This research aimed 1) to study the present problems of providing the services of the Department of Finance and Material, 2) to develop the guidelines for serving of Finance and Materials Department, 3) to monitor into the service performance of Finance and Materials Department, Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University, and 4) to study the level of satisfaction of the clients after developing its Finance and Materials Department. Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University. The sampling group used in this study were the staffs working for capital and inventory accounting and client groups. The method for determining the sampling size for 50 percent of the entire population. The sampling group consisted of 60 people selected by using simple random sampling. The instruments used were interviews and questionnaires asking for satisfaction. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results showed that:

1. From the study of current conditions and the problems of providing finance and accounting to enhance the satisfaction of the clients in the agency of Nakhon Sawan Rajabhat University for 4 priority areas: 1) The disbursement was not completely accurate, 2) disbursement delayed and did not meet the standards set 3) requested for financial information and the proof of disbursement took longer. The few data released information were slower 4) personnel recommendations and answered questions about the legal regulations and guidelines with unclearness.

2. Guidelines for serving the development of Financial Services in order to enhance the satisfaction of the clients of the agencies in Nakhon Sawan Rajabhat University were 1) reviewed the current operations 2) additional channels of communication / public relations of finance and accounting department through websites and social of networks. Nakhon Sawan Rajabhat University 3) human resource development.

3. Effectiveness of the services on financial and accounting from performance was developed, it found in four aspects: time, processes, and information and the personnel.

4. Satisfaction of patients after the development of financial and accounting services within the agencies in Nakhon Sawan Rajabhat University. In average was at high level, when considered into each accept, it appeared that at high level for all such as documents, disbursement procedures, steps of operations, financial information and human resources.

Keyword: Development of effective services financial and materials, Nakhon Sawan Rajabhat University

บทนำ

คณะวิชาวิทยาการจัดการ วิทยาลัยครูนครสวรรค์ ตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2537 หลังจากมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติวิทยาลัยครู พ.ศ. 2527 ต่อมาในปี พ.ศ. 2547 เมื่อมีการปรับปรุงระบบบริหารราชการแผ่นดินใหม่ และให้สถาบันราชภัฏที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ. 2538 มีฐานะเป็นมหาวิทยาลัยราช

ภักดีตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2547 เมื่อเริ่มเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ คณะวิทยาการจัดการ ดำเนินการบริหารงานในรูปแบบมีภาควิชา โดยจัดเป็น 2 ภาควิชา 1 สำนักงานตั้งนี้ คือ 1) ภาควิชาบริหารธุรกิจ 2) ภาควิชาวิทยาศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ และ 3) สำนักงานคณบดี ซึ่งต่อมาปี 2552 ได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารใหม่ โดยยกเลิกภาควิชาและกลับไปดำเนินการในรูปแบบสาขาวิชา โดยแบ่งออกเป็น 7 สาขาวิชา กับ 1 สำนักงานคณบดี และมีกลุ่มงานหลาย ๆ กลุ่มงานที่จัดตั้งขึ้นตามโครงสร้างของคณะวิทยาการจัดการ เช่น กลุ่มงานการเงินและพัสดุ ซึ่งพันธกิจของคณะวิทยาการจัดการ คือผลิตบัณฑิตให้มีความเป็นผู้นำด้านการจัดการเชิงบูรณาการที่มีคุณภาพ โดยยึดมั่นหลักคุณธรรมและจริยธรรม และจัดการศึกษาวิชาการและวิชาชีพด้านการจัดการเชิงบูรณาการที่ทันสมัยตอบสนองความต้องการและพัฒนาท้องถิ่น

งานการเงินและพัสดุ เป็นกลุ่มงานหนึ่งในคณะวิทยาการจัดการซึ่งมีการแบ่งกลุ่มงานตามโครงสร้างภายในคณะวิทยาการจัดการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการรับ-เบิกจ่ายเงินทุกประเภท การจัดทำบัญชี การรายงานข้อมูลทางการเงิน การจัดทำและควบคุมงบประมาณ ดำเนินงานด้านการบริหารวางแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ซึ่งมีการให้บริการบุคลากรทั้งภายในและนอกคณะฯ

การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานด้านต่าง ๆ เพราะ บริการคือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใด ๆ ที่ปราศจากการบริการทั้ง ในภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ ยิ่งเป็นธุรกิจบริการ ตัวบริการนั่นเองคือ สินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีบริการที่ดี ธุรกิจการค้าจะอยู่ได้ต้องทำให้เกิดการ ขายซ้ำ คือ ต้องรักษาลูกค้าเดิม และเพิ่มลูกค้าใหม่ การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ทำให้เกิดการขายซ้ำแล้วซ้ำอีก และชักนำให้มีลูกค้าใหม่ๆ ตามมา เป็นความจริงที่เราสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าที่ละตัวได้ แต่การพัฒนาคุณภาพบริการต้องทำพร้อมกันทั้งองค์การ การพัฒนาคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกคนในองค์การจะต้องถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน มิฉะนั้นจะเสียโอกาสแก่คู่แข่ง หรือสูญเสียลูกค้าไป (ทัศนภรณ์ จิราธิกษ์, สุเทพ การุณย์ ลัญจกร และเกษร ขาวสีจาง, 2556 อ้างถึงใน สมิต สัจฉกร. 2546 : 14)

ผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มงานการเงินและพัสดุ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ได้รวบรวม และสรุปปัญหาของกลุ่มงานการเงินและพัสดุของหน่วยงาน พบว่า 1) เอกสารการเบิกจ่ายเงินไม่ถูกต้อง ครบถ้วน 2) การประชาสัมพันธ์ แจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ น้อย ทราบข้อมูลล่าช้า 3) เบิกจ่ายเงินล่าช้า ไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด 4) การขอข้อมูลทางการเงิน และหลักฐานทางการเงินใช้เวลานาน ไม่ทันตามความต้องการ และ 5) บุคลากรตอบคำถามในเรื่องกฎหมาย ระเบียบต่างๆ และแนวทางการปฏิบัติงานไม่ชัดเจน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการกลุ่มงานการเงินและพัสดุ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในสำนักงานคณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งในการสนับสนุน ผลักดันให้องค์กรขับเคลื่อนไปสู่วิสัยทัศน์และพันธกิจของคณะวิทยาการจัดการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาของการให้บริการของกลุ่มงานการเงินและพัสดุ และเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
2. เพื่อพัฒนาแนวทางการให้บริการกลุ่มงานการเงินและพัสดุ และเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการใน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
3. เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพการให้บริการกลุ่มงานการเงินและพัสดุ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
4. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังการพัฒนาการให้บริการกลุ่มงานการเงินและพัสดุ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 100 คน

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ผลการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของกลุ่มงานการเงินและพัสดุ โดยสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านการเงินและบัญชี ละ 2 คน และงานพัสดุ จำนวน 2 คน รวม 4 คน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการ ใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเกณฑ์ร้อยละ 50 ของกลุ่มประชากรทั้งหมด ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มอย่างง่าย โดยการจับฉลากประชากร ได้แก่ บุคลากรในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ผลการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของกลุ่มงานการเงินและพัสดุ และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการ รายละเอียดดังนี้

1) แบบสัมภาษณ์ผลการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของกลุ่มงานการเงินและพัสดุ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สัมภาษณ์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการ

ตอนที่ 2 สัมภาษณ์ถึงความรู้สึกของผู้รับบริการที่มีต่อ ผลการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการกลุ่มงานการเงินและพัสดุใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านระยะเวลา ด้านกระบวนการ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านบุคลากร

ตอนที่ 3 สัมภาษณ์เพื่อขอข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่างๆ

2) แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการ

ตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มาติดต่อขอรับบริการกลุ่มงานการเงินและพัสดุ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเอกสารเบิกจ่าย ด้านกระบวนการ ดำเนินงาน ด้านข้อมูลทางการเงิน ด้านบุคลากร

ตอนที่ 3 สอบถามปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ

ตอนที่ 4 สอบถามข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่าง ๆ

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วน

1) แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน

2) แบบสัมภาษณ์ผลการพัฒนาประสิทธิภาพ โดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา สังเคราะห์สรุปเขียนพรรณนาเป็นความเรียงเกี่ยวกับการพัฒนาประสิทธิภาพของการให้บริการหลังการพัฒนา

ผลการศึกษา

สภาพปัจจุบัน และปัญหาของการให้บริการงานการเงินและบัญชี เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของการให้บริการงานการเงินและพัสดุเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มีพันธกิจดังนี้

- 1.1 ผลิตบัณฑิตให้มีความเป็นผู้นำด้านการจัดการเชิงบูรณาการที่มีคุณภาพ โดยยึดมั่นหลักคุณธรรมและจริยธรรม
- 1.2 จัดการศึกษาวิชาการและวิชาชีพด้านการจัดการเชิงบูรณาการที่ทันสมัยตอบสนองความต้องการและพัฒนาท้องถิ่น
- 1.3 สร้างสรรค์และพัฒนางานวิจัย การให้บริการวิชาการด้านการจัดการเชิงบูรณาการให้มีการบูรณาการองค์ความรู้ที่หลากหลายสู่การถ่ายทอดและพัฒนาท้องถิ่น
- 1.4 สนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมที่ธำรงไว้ซึ่งการอนุรักษ์ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม
- 1.5 ศึกษาวิจัยสหวิทยาการ และแสวงหาองค์ความรู้ใหม่เพื่อการพัฒนาสู่การยอมรับในระดับที่กว้างมากยิ่งขึ้น
- 1.6 บริหารจัดการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วม โดยยึดหลักธรรมาภิบาล เพื่อยกระดับมาตรฐานการศึกษาสู่การยอมรับในระดับที่กว้างมากยิ่งขึ้น

2. แนวทางการพัฒนาการให้บริการงานการเงินและบัญชี เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ แนวทางการพัฒนาการให้บริการงานการเงินและบัญชี เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ประกอบด้วย

- | | |
|-----------------------|--|
| 1. เอกสารการเบิกจ่าย | <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำรายละเอียดเอกสารการเบิกจ่ายเงิน 2. เตรียมแบบฟอร์ม ทั้งที่เป็นเอกสาร และ File ให้กับผู้รับบริการ 3. ประชาสัมพันธ์กฎหมาย ระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง |
| 2. กระบวนการดำเนินงาน | <ol style="list-style-type: none"> 1. ทบทวนวิธีการดำเนินงานในปัจจุบัน (ยกเล็ก ปรับเปลี่ยนและลดขั้นตอน) 2. กำหนดเวลามาตรฐานในการเบิกจ่าย |
| 3. ข้อมูลทางการเงิน | <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำฐานข้อมูลทางการเงิน 2. จัดเก็บหลักฐานการเบิกจ่ายอย่างเป็นระบบ คั่นทางาย 3. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางการเงิน |
| 4. บุคลากร | <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มทักษะในการปฏิบัติงาน 2. พัฒนาพฤติกรรมกรให้บริการ |

3. ผลการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการงานการเงินและพัสดุเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผู้สอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 - 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวนครั้งของการได้รับบริการ/เดือน 1 - 3 ครั้ง โดยผลการตรวจสอบประสิทธิภาพการให้บริการงานการเงินและพัสดุ แบ่งเป็นรายได้ 4 ด้านได้ดังนี้

3.1 ด้านระยะเวลา มีการกำหนดระยะเวลาในการให้บริการที่ชัดเจนขึ้นทำให้สามารถวางแผนการปฏิบัติงานด้านการจ่าย เงินง่ายขึ้น เบิกจ่ายเงินได้รวดเร็วมากขึ้นตรงตามเวลามาตรฐานที่กำหนดไว้ ระยะเวลาในการเบิกจ่ายเงินมีความเหมาะสมกับขั้นตอนการเบิกจ่ายเงินหากสามารถ พัฒนาลดระยะเวลาในการเบิกจ่ายเงินได้อีกจะทำให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.2 ด้านกระบวนการ มีขั้นตอนลดลงผู้รับบริการทราบขั้นตอนกระบวนการตั้งแต่ต้นจนจบ ได้รับเงินรวดเร็วขึ้นตรงตามเวลามาตรฐานที่กำหนด เจ้าหน้าที่การเงินสามารถอธิบายขั้นตอนกระบวนการให้กับผู้รับบริการได้อย่างชัดเจน

3.3 ด้านข้อมูลข่าวสาร มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง ทราบข้อมูลข่าวสารได้รู้ รวดเร็ว ถูกต้องชัดเจนและทันตามความต้องการเป็นการประหยัดค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าโทรศัพท์สำนักงานและ ผู้ปฏิบัติงาน การพัฒนาด้านนี้เป็นการเอื้อให้การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการการเงินและบัญชีดีขึ้นเห็นผล การดำเนินงานชัดเจนเป็นสิ่งที่น่าสนใจและใช้ประโยชน์สูงสุด

3.4 ด้านบุคลากร บุคลากรมีการบริหารจัดการได้อย่างลงตัวส่งผลให้มีระบบการทำงานที่ดี บุคลากรมีความคล่องตัวประสบการณ์ในการทำงานนานทำให้มีทักษะและความเชี่ยวชาญ บุคลากรมีพฤติกรรมบริการที่ดีอยู่แล้วอย่าเสียดีพูดจาไพเราะเป็นกันเอง

3.5 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาให้บริการงานการเงินและบัญชีที่ได้จากข้อคิดเห็นของผู้รับบริการโดยได้รับข้อมูลจากผู้รับบริการเป็นผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละรายละเอียดดังนี้

3.5.1 บริการด้วยความรวดเร็วมีอัตราด้วยจิตไมตรี

3.5.2 ควรมีการติดตามให้ข้อเสนอแนะการดำเนินงานด้านการเงินอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

3.5.3 ควรมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานอ่านแล้วเข้าใจง่ายผู้ปฏิบัติสามารถดำเนินการตามคู่มือได้

3.5.4 มีตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์มการเบิกจ่ายเงินต่าง ๆ ที่ถูกต้อง

3.5.5 มีการพัฒนางานอย่างต่อเนื่องและมีนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการทำงาน

3.5.6 การกำหนดมาตรฐานหรือขั้นตอนการดำเนินงานควรคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญไม่ควรยึดเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเป็นหลัก

4. ผลความพึงพอใจของผู้รับบริการในการบริการงานการเงินและพัสดุ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจของผู้รับบริการต่องานการเงินและพัสดุ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 4.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านเอกสารเบิกจ่ายเงิน (คิดเป็นร้อยละ 4.63) ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน (คิดเป็นร้อยละ 4.49) ด้านข้อมูลทางการเงิน (คิดเป็นร้อยละ 4.38) และด้านบุคลากร (คิดเป็นร้อยละ 4.35) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการต่องานการเงินและพัสดุ

หัวข้อประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ผล
1.ด้านเอกสารเบิกจ่ายเงิน			
1.1 หน่วยงานมีหนังสือ/ระเบียบข้อบังคับด้านการเงินและบัญชีที่จะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี ได้ดำเนินงานเป็นไปตามระเบียบและง่ายขึ้น	4.25	0.56	มาก
1.2 หน่วยงานมีระบบที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี	4.77	0.63	มากที่สุด
1.3 รายละเอียดของเอกสารที่นำมาเป็นหลักฐานขอเบิกจ่าย จะช่วยลดข้อผิดพลาดในการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน	4.64	0.52	มากที่สุด
1.4 แบบฟอร์มเกี่ยวกับการเบิกจ่ายเงินครบถ้วน ถูกต้องและชัดเจน	4.63	0.74	มากที่สุด
1.5 เอกสารเบิกจ่ายมีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ปลอดภัย	4.84	0.68	มากที่สุด
รวม	4.63	0.63	มากที่สุด
2.ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน			

2.1 มีขั้นตอนการดำเนินงานที่ชัดเจน ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	4.33	0.64	มาก
2.2 มีการจัดระบบ ขั้นตอนการดำเนินงานที่สะดวก รวดเร็ว	4.62	0.52	มากที่สุด
2.3 ระยะเวลาในการดำเนินการเบิก จ่ายเงินมีความเหมาะสม	4.64	0.52	มากที่สุด
2.4 มีการดำเนินการตามลำดับก่อนหลัง	4.20	0.62	มาก
2.5 มีระบบการเบิกจ่ายที่มาตรฐานสำหรับการให้บริการ	4.66	0.78	มากที่สุด
รวม	4.49	0.62	มาก
3. ด้านข้อมูลทางการเงิน			
3.1 ข้อมูลทางการเงินที่ได้รับมีความถูกต้อง ครบถ้วน	4.22	0.64	มาก
3.2 มีการรายงานทางการเงิน	4.35	0.63	มาก
3.3 ข้อมูลทางการเงินมีส่วนช่วยในการจัดทำแผนปฏิบัติงานของหน่วยงาน	4.75	0.51	มากที่สุด
3.4 มีช่องทางในการแจ้งข้อมูลทางการเงินที่เข้าถึงได้สะดวก และมีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	4.21	0.51	มาก
รวม	4.38	0.57	มาก
4. ด้านบุคลากร			
4.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยท่าทีสุภาพเป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใสพูดจาด้วยน้ำเสียงที่ไพเราะสุภาพ	4.35	0.51	มาก
4.2 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการ	4.22	0.49	มาก
4.3 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว	4.20	0.68	มาก
4.4 เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและไว้วางใจได้	4.61	0.64	มากที่สุด
4.5 เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติ สามารถให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจนมีทักษะในการตอบคำถาม รวมถึงให้คำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้มารับบริการ	4.38	0.52	มาก
รวม	4.35	0.57	มาก
รวมทุกด้าน	4.46	0.60	มาก

อภิปรายผล

การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการงานการเงินและพัสดุเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. สภาพปัจจุบัน และปัญหาของการให้บริการงานการเงินและบัญชี เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของการให้บริการงานการเงินและพัสดุเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มีพันธกิจผลิตบัณฑิตให้มีความเป็นผู้นำด้านการจัดการเชิงบูรณาการที่มีคุณภาพ โดยยึดมั่นหลักคุณธรรมและจริยธรรม จัดการศึกษาวิชาการและวิชาชีพด้านการจัดการเชิงบูรณาการที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการและพัฒนาท้องถิ่น สร้างสรรค์และพัฒนางานวิจัย การให้บริการวิชาการด้านการจัดการเชิงบูรณาการให้มีการบูรณาการองค์ความรู้ที่หลากหลายสู่การถ่ายทอดและพัฒนาท้องถิ่น สนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมที่อ้ารับไว้ซึ่งการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม ศึกษาวิจัยสหวิทยาการ และแสวงหาองค์ความรู้ใหม่เพื่อการพัฒนาสู่การยอมรับในระดับที่กว้างมากยิ่งขึ้น และบริหารจัดการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วม โดยยึดหลักธรรมาภิบาล เพื่อยกระดับมาตรฐาน การศึกษาสู่การยอมรับในระดับที่กว้างมากยิ่งขึ้น

จากการให้บริการงานการเงินและบัญชี ผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ได้รวบรวม และสรุปปัญหาของการให้บริการงานการเงินและ บัญชีของหน่วยงาน พบว่า 1) เอกสารการเบิกจ่ายเงินไม่ถูกต้องครบถ้วน 2) การประชาสัมพันธ์แจ้งข้อมูลข่าวสาร ต่าง ๆ น้อย ทราบข้อมูลล่าช้า 3) เบิกจ่ายเงินล่าช้าไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด 4) การขอข้อมูลทางการเงิน และหลักฐานทางการเงินใช้เวลานาน ไม่ทันตามความต้องการ หรือเงื่อนไขที่กำหนดและ 5) ระเบียบมีการ ปรับเปลี่ยน บุคลากรได้รับข้อมูลช้า ทำให้บุคลากรตอบคำถามในเรื่องกฎหมาย ระเบียบต่าง ๆ และแนวทาง ปฏิบัติงานไม่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงอยากทราบความคิดเห็นของบุคลากรในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์ ที่มีต่อสภาพการให้บริการของงานการเงินและบัญชีที่อาจจะไม่เพียงพอ เพราะการให้บริการของงาน การเงินและบัญชียังมีปัญหาเนื่องจากบุคลากรในงานด้านการเงินและบัญชีมีเพียงหนึ่งคนเมื่อเทียบกับงานที่ รับผิดชอบ เพื่อที่จะได้ปรับปรุงแก้ไข และปรับเปลี่ยนการบริหารงานให้สอดคล้องตามระบบการบริหารราชการ และโครงสร้างใหม่ของมหาวิทยาลัยให้สามารถบริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง และประทับใจกับผู้ใช้บริการ ซึ่งจะเกิด ความพอใจสูงสุด การให้บริการจึงเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งผู้วิจัยมีความต้องการที่จะนำผลการวิจัยไปปรับปรุงแก้ไข ใน ส่วนที่บกพร่อง และพัฒนาในส่วนที่อยู่แล้วให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ตามความเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างของ เศรษฐกิจไทยในปัจจุบันซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jeffrey P. Dotson (200: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการ วัดผลกระทบของความพึงพอใจโดยมีความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าพนักงานและความก้าวหน้าทางการเงินขององค์กร ผลการวิจัยพบว่าองค์กรที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดพวกเขาจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่าง มีประสิทธิภาพและมีความปรารถนาที่จะเข้าใจลูกค้า ซึ่งจะมีผลกระทบกับความ พึงพอใจของลูกค้าและ ความก้าวหน้าทางการเงินขององค์กร

2. แนวทางการพัฒนาการให้บริการงานการเงินและบัญชี เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการ ในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ แนวทางการพัฒนาการให้บริการงานการเงินและบัญชี เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ประกอบด้วย แนวทางการพัฒนาเกี่ยวกับ 1) เอกสารการเบิกจ่าย คือ (1) จัดทำรายละเอียดเอกสารการเบิกจ่ายเงิน (2) เตรียม แบบฟอร์ม ทั้งที่เป็นเอกสาร และ File ให้กับผู้ใช้บริการ (3) ประชาสัมพันธ์กฎหมาย ระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 2) กระบวนการดำเนินงาน คือ (1) ทบทวนวิธีการดำเนินงานในปัจจุบัน (ยกเลิก ปรับเปลี่ยนและลดขั้นตอน) (2) กำหนดเวลามาตรฐานในการเบิกจ่าย 3) ข้อมูลทางการเงิน (1) จัดทำฐานข้อมูลทางการเงิน (2) จัดเก็บหลักฐานการ เบิกจ่ายอย่างเป็นระบบ คั่นหาง่าย (3) ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางการเงิน 4) บุคลากร (1) เพิ่มทักษะในการ ปฏิบัติงาน (2) พัฒนาพฤติกรรมบริการ สอดคล้องกับทฤษฎีของปรมาจารย์ด้านคุณภาพ ดร.ดับเบิลยู เอ็ดเวิร์ด เดมมิ่ง บริษัท บริดจ์ คอม มิวเนชั่นจำกัด (2547 : 123 - 130) วงจร (P-D-C-A) กระบวนการในการทำให้ มาตรฐานคุณภาพ ด้านการบริการเป็นมาตรการที่สัมฤทธิ์ผลโดยในแต่ละขั้นตอนล้วนมีความจำเป็นต่อความสำเร็จ โดยรวมประกอบด้วย แผนงาน(Plan) คือให้กำหนดว่าคุณต้องการให้อะไรสัมฤทธิ์ผลแล้วรวบรวม ข้อมูลที่ จำเป็นต้องมีในการทำให้สัมฤทธิ์ผล ปฏิบัติตามแผน (Do) คือทำตามแผนเพื่อให้บรรลุผล ตรวจสอบ (Check) คือ ตรวจสอบให้แน่ใจว่าแผนงานบรรลุผลตามเจตนารมณ์และปฏิบัติตาม

3. ผลการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการงานการเงินและพัสดุเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของ ผู้รับบริการในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผู้สอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 - 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวนครั้งของการได้รับบริการ/เดือน 1 - 3 ครั้ง โดยผลการตรวจสอบ ประสิทธิภาพการให้บริการงานการเงินและพัสดุ แบ่งเป็นรายได้ 4 ด้าน 1) ด้านระยะเวลา มีการกำหนดระยะเวลา ในการให้บริการที่ชัดเจนขึ้นทำให้สามารถวางแผนการปฏิบัติงานด้านการจ่าย เงินง่ายขึ้น เบิกจ่ายเงินได้รวดเร็วมากขึ้นตรงตามเวลามาตรฐานที่กำหนดไว้ ระยะเวลาในการเบิกจ่ายเงินมีความเหมาะสมกับขั้นตอนการเบิกจ่ายเงินหาก สามารถ พัฒนาลดระยะเวลาในการเบิกจ่ายเงินได้อีกจะทำให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 2) ด้านกระบวนการ มี ขั้นตอนลดลงผู้รับบริการทราบขั้นตอนกระบวนการตั้งแต่ต้นจนจบ ได้รับเงินรวดเร็วขึ้นตรงตามเวลามาตรฐานที่ กำหนด เจ้าหน้าที่การเงินสามารถอธิบายขั้นตอนกระบวนการให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างชัดเจน 3) ด้านข้อมูลข่าวสาร

มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง ทราบข้อมูลข่าวสารได้รู้ รวดเร็วถูกต้องชัดเจนและทันตามความต้องการ เป็นการประหยัดค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าโทรศัพท์สำนักงานและผู้ปฏิบัติงาน การพัฒนาด้านนี้เป็นการเอื้อให้การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการการเงินและบัญชีดีขึ้นเห็นผลการดำเนินงานชัดเจนเป็นสิ่งที่น่าสนใจและใช้ประโยชน์สูงสุด 4) ด้านบุคลากร บุคลากรมีการบริหารจัดการได้อย่างลงตัวส่งผลให้มีระบบการทำงานที่ดี บุคลากรมีความคล่องตัวประสบการณ์ในการทำงานนานทำให้มีทักษะและความเชี่ยวชาญ บุคลากรมีพฤติกรรมการให้บริการที่ดีอยู่แล้วอาศัยดีพุดจาไเพราะเป็นกันเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล พันธุ์เดช (2561) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการงานการเงินและบัญชี เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการ ในคณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี พบว่า ขวัญอิสรา นัยวินิจ (2554) ศึกษาและเปรียบเทียบแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมโรงแรม เขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนใน 7 ด้าน พบว่า ยังมีข้อจำกัดด้านการตอบสนองแรงจูงใจทางด้านความต้องการทางกาย และการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตในปัจจุบันอย่างสมบูรณ์ เช่น บ้าน รถยนต์ และเงินออมสำหรับการวางแผนในอนาคต ให้แก่บุคลากร และเมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์พบว่า ทั้งระดับตำแหน่ง ระดับรายได้ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาและอายุงาน ล้วนมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมโรงแรม จึงให้เสนอแนะไว้ว่า ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายในการทำงานให้มีความมั่นคงเป็นการสร้างความมั่นใจให้ผู้ปฏิบัติงาน ควรจัดสวัสดิการสำหรับพนักงานใหม่เพื่อเสริมสร้างให้เกิดแรงกระตุ้นในการทำงาน และหัวหน้างานควรให้คำติชมในการทำงานของผู้ปฏิบัติงานให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้งาน
 - การมีส่วนร่วมของบุคลากรในหน่วยงานเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ มีประสิทธิภาพและเกิดผลสัมฤทธิ์
2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการให้ครบถ้วนทุกกลุ่ม
 - 2.2 การค้นหาแนวทางการพัฒนาให้บริการใหม่ ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์บ่งชี้ถึงความเป็นหน่วยงานและเกินความคาดหมายของผู้รับบริการเพื่อที่จะทำให้ผู้รับบริการประทับใจและเกิดความพอใจสูงสุด
 - 2.3 การพัฒนางานบริการและการประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางต่างๆ ควรคำนึงหรือกลุ่มผู้รับบริการเป็นหลัก โดยต้องมีความเหมาะสมเข้าถึงง่ายและสะดวก
 - 2.4 การรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อวิจัยควรมีทักษะที่เหมาะสมโดยศึกษาแนวทางการดำเนินงานอย่างชัดเจนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญอิสรา นัยวินิจ. (2554). แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมโรงแรม: เขตจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พรพิมล พันธุ์เดช. (2561). การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการงานการเงินและบัญชี เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการ ในคณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. รายงานวิจัย. อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- สมบุรณ์ ศิริสรธริรัญ. (2553). สัมมนาทฤษฎีองค์การและการจัดการ [เอกสารคำสอน]. นครปฐม: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

สมิต สัจฉกร. (2546). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สารธาร.

สมิต สัจฉกร. (2542). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

Weber, M. (1966). **The Theory of Social and Economic Organization**. Trans. By A.M. Henderson and Talcott Person. (4th ed.). New York: The Free Press.

Yamane, T. (1973). **Statistics: An introduction analysis**. (3rd ed.). New York: Harper and Row.

แนวทางการจัดระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

GUIDELINES FOR ORGANIZING INFORMATION SYSTEMS FOR ADMINISTRATION OF INTERNAL EDUCATIONAL QUALITY ASSURANCE IN NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY

สุกัญญา กลัดเขยตี¹

จิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทาง การออกแบบ การพัฒนา และประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษา และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบประกันคุณภาพการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับประเมินประสิทธิภาพระบบที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีส่วนในการทดสอบ และกลุ่มที่ 2 ใช้งานระบบประกันคุณภาพการศึกษาในระดับหลักสูตร ที่พัฒนาขึ้น จำนวน 15 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ ระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษา แบบประเมินประสิทธิภาพ และแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาที่พัฒนาขึ้นสามารถบริหารจัดการข้อมูลประกันคุณภาพโดยสามารถประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรได้ถูกต้อง มีความรวดเร็ว และสะดวกต่อการใช้งาน จากผลการประเมินประสิทธิภาพระบบจากผู้เชี่ยวชาญโดยรวมอยู่ในระดับดี และผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อระบบที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.29$; S.D. 0.18)

คำสำคัญ : ระบบสารสนเทศ, ประกันคุณภาพภายใน, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

Abstract

This research aimed to study the guidelines, the design, development, and evaluate the effectiveness of management information systems of internal educational quality assurance and evaluate the satisfaction of users towards the quality assurance system of education of Nakhon Sawan Rajabhat University the Faculty of Management Sciences that has developed. The sampling groups used in the research were 2 groups. The first group was measure the effectiveness of the system that has developed as 15 information technology specialists who participated in the testing and quality assurance system educational courses developed.

¹ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป กลุ่มงานการคลังและพัสดุ สำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

These people were selected as a group of specific samples. Tools used include: management information systems, quality assurance and performance evaluation studies of satisfaction questionnaires. Analyzing the data was made frequency through percentage, mean and standard deviation.

The study found that the information system for educational quality assurance management that has developed it could manage the quality assurance and information management and also could evaluate the performance of the personnel properly. It was fast and easy to use. The system performance evaluation by experts was in good level and the user satisfaction towards the system was in the high level ($\bar{x} = 4.29$; S.D. = 0.18).

Keyword: information systems, internal quality assurance, Nakhon Sawan Rajabhat University

บทนำ

โลกในยุคปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นที่แต่ละประเทศต้องเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาและเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับการท้าทายจากกระแสโลก โดยปัจจัยที่จะเผชิญการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายดังกล่าว คือคุณภาพของคน

การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคนให้มีคุณภาพจึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยจะต้องเป็นการศึกษาที่มีคุณภาพ เพื่อทำให้เกิดศักยภาพที่มีอยู่ในตัวคนที่ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ ให้คนที่รู้จักคิดวิเคราะห์ รู้จักแก้ปัญหา มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รู้จักเรียนรู้ด้วยตนเอง สามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว มีจริยธรรม คุณธรรม รู้จักพึ่งตนเองและสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างเป็นสุข

ในระบบการศึกษาไทยตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 กำหนดให้กระทรวงการศึกษาศาสนาและวัฒนธรรม เป็นผู้กำหนดมาตรฐานการศึกษา (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 : มาตรา 31) โดยมีสภาการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐานและคณะกรรมการอุดมศึกษาเป็นผู้พิจารณาเสนอตามลำดับสายงาน (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 : มาตรา 34)

กระบวนการตรวจสอบและปริมาณการดำเนินการจัดการศึกษาว่าเป็นไปตามมาตรฐาน คุณภาพการศึกษามากน้อยเพียงไร พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กำหนดให้หน่วยงานต้นสังกัดและสถานศึกษาจัดให้มีระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาและให้ถือว่าการประกันคุณภาพในเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารการศึกษาที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 : มาตรา 48) และให้มีการประเมินคุณภาพภายนอกของสถานศึกษาทุกแห่งอย่างน้อยหนึ่งครั้งในทุก 5 ปี โดยสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษาเป็นผู้ดำเนินการ (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 : มาตรา 49)

เข้มทอง ศิริแสงเลิศ (2540 :33) มีแนวคิดว่าการประกันคุณภาพการศึกษา หมายถึงการประกันคุณภาพของการบริหารโรงเรียน ว่าได้มีการวางแผนการทำงานและดำเนินกิจกรรมต่างๆ อย่างมีระเบียบ เพื่อให้ผลผลิตของโรงเรียนมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานทางการศึกษาและตรงกับความต้องการของผู้รับบริการได้ตลอดเวลา

ทบวงมหาวิทยาลัย (2541 : 1) ให้ความหมาย การประกันคุณภาพ คือ กิจกรรมหรือแนวปฏิบัติ ที่จำเป็นต้องดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาได้รับการรักษาไว้ และส่งเสริมเพิ่มพูน

สงบ ลักษณะ (2542 : 2) ให้ความเห็นว่า การประกันคุณภาพทางการศึกษาเป็นกระบวนการวางแผนและกระบวนการจัดการของผู้ที่รับผิดชอบจัดการศึกษา ที่จะรับประกันให้สังคม เชื่อมั่นว่าจะพัฒนา ให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ให้ครบถ้วนตามมาตรฐานคุณภาพ ที่ระบุไว้ในหลักสูตรและตรงกับความมุ่งหมายของสังคม

สรุปได้ว่า การประกันคุณภาพเป็นกระบวนการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้เป็นที่ไปตามมาตรฐานคุณภาพของการศึกษาเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับสังคมว่าการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยมีคุณภาพตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตรการศึกษาทุกประการ

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะแนวทางการจัดระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เพื่อให้การพัฒนามุ่งสู่วิสัยทัศน์ และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยระบบดังกล่าวจะเป็นไปตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติและเป็นไปตามกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว มาตรฐานระดับชาติและนานาชาติ ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานตั้งแต่ระดับหลักสูตร คณะวิชาหรือหน่วยงานเทียบเท่า และสถาบันอุดมศึกษาในภาพรวม ตามระบบคุณภาพและกลไกที่สถาบันนั้นๆ กำหนดขึ้น โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ในองค์ประกอบคุณภาพต่างๆ ว่าเป็นที่ไปตามกฎเกณฑ์และได้มาตรฐาน ให้หลักสูตร คณะวิชาหรือหน่วยงานเทียบเท่าและสถาบันอุดมศึกษาทราบสถานภาพของตนเองอันจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพไปสู่เป้าหมาย (Targets) และเป้าประสงค์ (Goals) ที่ตั้งไว้ตามจุดเน้นของตนเอง ให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนจุดแข็ง จุดที่ควรปรับปรุง ตลอดจนข้อเสนอแนะในการพัฒนาการดำเนินงานเพื่อไปปรับปรุงผลการดำเนินการในแต่ละระดับอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับขีดความสามารถของสถาบันให้ข้อมูลสาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้มั่นใจว่าสถาบันอุดมศึกษาสามารถสร้างผลผลิตทางการศึกษาที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามที่กำหนด หน่วยงานต้นสังกัดของสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีข้อมูลพื้นฐานจำเป็นสำหรับการส่งเสริมสนับสนุนการจัดการอุดมศึกษาในแนวทางที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในคณะวิทยาการจัดการ
2. เพื่อออกแบบ และพัฒนาระบบประกันคุณภาพการศึกษาในระดับหลักสูตร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบประกันคุณภาพการศึกษาในระดับหลักสูตร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

กลุ่มตัวอย่างสำหรับประเมินความสามารถระบบ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ จำนวน 3 คน (Nielsen and Mack, 1994) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ระบบประกันคุณภาพการศึกษา ประกอบไปด้วย

1. ระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษา
 2. แบบประเมินประสิทธิภาพ ระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษา
 3. แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษา
- การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

1. ศึกษาสภาพปัญหาและความเป็นไปได้ของการพัฒนาและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา
2. ออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
3. ระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษา ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสามารถระบบ
4. ติดตั้งและทดสอบระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษา
5. ระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างสำหรับประเมินความพึงพอใจ

6. ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จเรียบร้อยแล้ว และตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม

7. วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผลการทดลอง

ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการดังนี้

1) การตรวจสอบข้อมูล โดยตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและนำแบบสอบถามมาตรวจความถี่ และให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยจำแนกข้อมูลตามลักษณะของคำถามดังนี้

1.1) แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การแจกแจงความถี่และร้อยละ

1.2) ข้อมูลความสามารถระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษา ลักษณะแบบสัมภาษณ์เป็นแบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาเปรียบเทียบกับ เกณฑ์การแปลความหมายผู้วิจัยได้คัดแปลงมาจากแนวคิดมานิตย์ สิงห์ทองชัย (2558 ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน (ค่าเฉลี่ย)	การแปลผล
4.50-5.00	ดีมาก
3.50-4.49	ดี
2.50-3.49	ปานกลาง
1.50-2.49	พอใช้
1.00-1.49	ต้องปรับปรุงดังนี้

2) แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษา

1) ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

2) แบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษา ซึ่งเป็นลักษณะของแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ โดยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาเปรียบเทียบกับ เกณฑ์การแปลความหมายผู้วิจัยได้คัดแปลงมาจากแนวคิดของมานิตย์ สิงห์ทองชัย(2558) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00	หมายถึง มีระดับความพึงพอใจ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50	หมายถึง มีระดับความพึงพอใจ มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50	หมายถึง มีระดับความพึงพอใจ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50	หมายถึง มีระดับความพึงพอใจ น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50	หมายถึง มีระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด

ผลการศึกษา

การออกแบบระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราชสามารถจัดการข้อมูลการประกันคุณภาพ โดย 1) ผู้ประเมินสามารถ (1) จัดการข้อมูลการประกันคุณภาพในแต่ละองค์ประกอบได้ ได้แก่ เพิ่ม ลบ แก้ไข และค้นหา (2) สามารถแนบหลักฐานข้อมูลแต่ละองค์ประกอบสำหรับการประเมินคุณภาพการศึกษา ระดับหลักสูตรได้ (3) แนบไฟล์ดาวโหลดแบบฟอร์ม และหลักฐานต่างๆ เกี่ยวกับการประเมินคุณภาพหลักสูตร (4) ระบุค่าคะแนนแต่ละองค์ประกอบ และคำนวณสรุปคะแนนแต่ละองค์ประกอบในการประเมินคุณภาพหลักสูตร 2) ผู้ตรวจประเมิน สามารถ (1) ดูรายละเอียดและ

หลักฐานแต่ละองค์ประกอบสำหรับการประเมินคุณภาพหลักสูตร (2) ประเมินให้คะแนนแต่ละองค์ประกอบสำหรับการประเมินคุณภาพการศึกษา (3) สรุปคะแนนประเมินพร้อมให้คำแนะนำแต่ละองค์ประกอบ (4) ดาวน์โหลดเอกสารหลักฐานแต่ละองค์ประกอบสำหรับการประเมินคุณภาพการศึกษา และ (5) รายงานรายละเอียดเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพหลักสูตร จากความสามารถดังกล่าวระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาที่พัฒนาขึ้นสามารถบริหารจัดการข้อมูลประกันคุณภาพโดยสามารถประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรได้ถูกต้อง มีความรวดเร็ว และสะดวกต่อการใช้งาน จากผลการประเมินประสิทธิภาพระบบจากผู้เชี่ยวชาญโดยรวมอยู่ในระดับดี และผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อระบบที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.29$; S.D. 0.18) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความสามารถของระบบ

หัวข้อประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ผล
1.ด้านการประเมินความสามารถของระบบ (Function requirement test)			
1.1. มีการแสดงผลรายงาน	4.20	0.56	ดี
1.2 มีการแจ้งเตือนการทำงาน เมื่อมีการกด Submit	4.60	0.63	ดีมาก
1.3 มีการ เพิ่ม ค้นหา แก้ไขข้อมูลได้	4.53	0.52	ดีมาก
1.4 ระบบมีตอบสนองที่รวดเร็ว	4.47	0.74	ดี
รวม	4.45	0.61	ดี
2.ด้านการประเมินความถูกต้องของระบบ (Functional test)			
2.1 การแสดงผลมีความถูกต้องและแม่นยำ	4.47	0.64	ดี
2.2 ข้อมูลมีความถูกต้องและครอบคลุม	4.53	0.52	ดีมาก
2.3 การอัปเดตรูปภาพมีความถูกต้อง แม่นยำ	4.53	0.52	ดีมาก
2.4 การค้นหาข้อมูลมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.33	0.62	ดี
รวม	4.47	0.58	ดี
3. ด้านการประเมินความง่ายในการใช้งาน (Usability test)			
3.1 การออกแบบภาพกราฟิก มีความชัดเจน เหมาะสม	4.47	0.64	ดี
3.2 การจัดวางองค์ประกอบของระบบมีความเหมาะสม	4.40	0.63	ดี
3.3 การจัดวางรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่าน	4.60	0.51	ดีมาก
3.4 การจัดเมนูหรือหมวดหมู่สามารถใช้งานง่าย	4.40	0.51	ดี
รวม	4.47	0.58	ดี
4. ด้านการประเมินประสิทธิภาพของระบบ (Performance test)			
4.1 ระบบมีความเสถียรภาพในการเข้าใช้งาน	4.40	0.51	ดี
4.2 ระบบมีความแม่นยำในการค้นหา	4.33	0.49	ดี
4.3 การจัดการข้อมูลไม่ซับซ้อน	4.20	0.68	ดี
4.4 การอัปเดตรูปภาพมีความรวดเร็วและแม่นยำ	4.47	0.64	ดี
4.5 มีความปลอดภัยสูง	4.47	0.52	ดี

หัวข้อประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ผล
รวม	4.37	0.57	ดี
5. ด้านการประเมินด้านการรักษาความปลอดภัย (Security test)			
5.1 การกำหนดรหัสผู้ใช้ และรหัสผ่านในการตรวจสอบผู้ดูแลระบบ	4.53	0.52	ดีมาก
5.2 การตรวจสอบสิทธิ์ก่อนการใช้งานของผู้ดูแลระบบ	4.33	0.62	ดี
5.3 มีการป้องกันการผิดพลาดของระบบในการทำงาน	4.27	0.70	ดี
5.4 การควบคุมให้ใช้งานตามสิทธิ์ผู้ใช้ได้อย่างถูกต้อง	4.27	0.59	ดี
5.5 การป้องกันรหัสผ่านอย่างง่าย	4.33	0.49	ดี
รวม	4.34	0.58	ดี
รวมทุกด้าน	4.42	0.58	ดี

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ อยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.42$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการประเมินความถูกต้องของระบบ และด้านการประเมินความง่ายในการทำงาน ($\bar{X}=4.47$) ด้านการประเมินประสิทธิภาพของระบบ ($\bar{X}=4.37$) ด้านการประเมินความสามารถของระบบ ($\bar{X}=4.45$) และด้านการประเมินด้านการรักษาความปลอดภัย ($\bar{X}=4.34$)

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบประกันคุณภาพ

หัวข้อประเมิน	\bar{X}	S.D	แปลผล
1. การเชื่อมโยงเมนูสู่เมนู	4.00	.84	มาก
2. การใช้สีและภาพกราฟิกมีความเหมาะสม	4.44	.74	มาก
3. การจัดการรูปแบบของการออกแบบ ระบบ มีความเหมาะสม	4.60	.76	มากที่สุด
4. การจัดการข้อมูล เช่น เพิ่ม ลบ แก้ไข มีความแม่นยำถูกต้อง	4.32	.68	มาก
5. การใช้ขนาดตัวอักษรในหน้าระบบมีความเหมาะสม	4.13	.73	มาก
6. การค้นหาข้อมูลสถานประกอบการมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.28	.69	มาก
7. การค้นหาข้อมูลผลการประเมินถูกต้อง รวดเร็ว	4.40	.62	มาก
8. การอัปโหลดไฟล์มีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.27	.83	มาก
9. การอัปโหลดภาพมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.21	.79	มาก

หัวข้อประเมิน	\bar{X}	S.D	แปลผล
10. การแสดงผลข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็ว	4.20	.56	มาก
รวม	4.29	0.18	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ใช้งานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.29$) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ การจัดการรูปแบบของการออกแบบ ระบบ มีความเหมาะสม ($\bar{X}=4.60$) การค้นหาข้อมูลผลการประเมินถูกต้อง รวดเร็ว ($\bar{X}=4.40$) และการใช้สีและภาพกราฟิกมีความเหมาะสม ($\bar{X}=4.44$)

อภิปรายผล

จากการทำวิจัยเรื่องระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ สามารถอภิปรายผลการวิจัยของระบบจากการประเมินความพึงพอใจ ดังนี้

1) ผลการประเมินความสามารถระบบประกันคุณภาพที่พัฒนาขึ้นจากการประเมินผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ อยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.42$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการประเมินความถูกต้องของระบบ และด้านการประเมินความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X}=4.47$) ด้านการประเมินประสิทธิภาพของระบบ ($\bar{X}=4.37$) ด้านการประเมินความสามารถของระบบ ($\bar{X}=4.45$) และด้านการประเมินด้านการรักษาความปลอดภัย ($\bar{X}=4.34$) ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และออกแบบระบบตามวงจรการพัฒนา ระบบ (SDLC) และมีการรวบรวมข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงจากเจ้าหน้าที่คณาจารย์ที่รับผิดชอบการประเมินคุณภาพ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ สอดคล้องกับการศึกษาของธนาชัย บุรณะวัฒนากุล และประสงค์ ปราณีตพลกรัง (2558) ได้พัฒนาระบบสารสนเทศในการประกันคุณภาพการศึกษา การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเว็บเทคโนโลยีและพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการประกันคุณภาพการศึกษา โดยใช้ระบบเครือข่าย MCUNet และข้อมูลระบบประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย ในการพัฒนาระบบจะใช้หลักออกแบบเชิงวัตถุตามวิธี UML (Unified Modeling Language) โดยพัฒนาด้วยซอฟต์แวร์โอเพ่นซอร์ส ทำงานบนระบบปฏิบัติการ Unix FreeBSD โดยใช้ apache ทำหน้าที่เป็น Web Server มี MySQL เป็นฐานข้อมูลและใช้ PHP ในการเชื่อมต่อระหว่าง Web Sever กับฐานข้อมูล ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยทดลองบันทึกข้อมูลการประกันคุณภาพการศึกษาของสำนักงานหอสมุดและเทคโนโลยีสารสนเทศ และทำการประมวลผลข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปเปรียบเทียบกับรายงานการศึกษาตนเองของสำนักหอสมุดและเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งสรุปได้ว่า ระบบที่พัฒนาขึ้นสามารถแสดงผลในรูปแบบสถิติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) ผู้ใช้งานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=4.29$) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ การจัดการรูปแบบของการออกแบบ ระบบ มีความเหมาะสม ($\bar{X}=4.60$) การค้นหาข้อมูลผลการประเมินถูกต้อง รวดเร็ว ($\bar{X}=4.40$) และการใช้สีและภาพกราฟิกมีความเหมาะสม ($\bar{X}=4.44$) จากการที่นำระบบออฟไลน์ขึ้นเว็บไซต์ของคณะวิทยาการจัดการ และได้มีการทดลองจากการรวบรวมข้อมูลที่ถูกต้องส่งผลให้นักวิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล การบริหารจัดการข้อมูลการประเมินส่งผล และตรงต่อความต้องการของผู้ใช้ และที่สำคัญ

ผู้วิจัยได้อบรมถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบแต่ละสาขาวิชาที่เปิดสอนในคณะวิทยาการจัดการ เพื่อความเข้าใจต่อระบบ และใช้วิธีการปรับปรุงวิธีบริหารจัดการงานที่ทำให้ผู้ร่วมงานมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพที่มีหลายเกณฑ์มาตรฐานไม่เกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับการศึกษาของพรรณสุกิตต์ ทาทอง และลานนา หมื่นจันทร์ (2556) ได้พัฒนาระบบประกันคุณภาพการศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาระบบการดำเนินงานด้านการประกันคุณภาพการศึกษาของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ผลการวิจัย พบว่าแนวทางการพัฒนาระบบการดำเนินงานด้านการประกันคุณภาพการศึกษาของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา ประกอบด้วยขั้นตอนที่ 1 การสร้างความตระหนักให้แก่บุคลากรเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษา โดยการอบรมให้ความรู้ แก่บุคลากรที่ยังไม่มีความรู้ด้านการประกันคุณภาพการศึกษา โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการการให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจงานด้านการประกันคุณภาพการศึกษา ขั้นตอนที่ 2 การอบรมเชิงปฏิบัติการ และ KM ขั้นตอนที่ 3 การกำกับ ติดตาม ตรวจสอบ และขั้นตอนที่ 4 การเตรียมความพร้อมเพื่อรับการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน และสอดคล้องกับการศึกษาของ ลักขณา จาตกานนท์ และคณะ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการบริหารงานประกันคุณภาพคณะเทคโนโลยี-คหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการประกันคุณภาพ คือ ต้องการให้มีการพัฒนาบริหารงานประกันคุณภาพโดย ปรับปรุงวิธีบริหารจัดการงานที่ทำให้ผู้ร่วมงานมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพที่มีหลายเกณฑ์มาตรฐานไม่เกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน ลดภาระงานเอกสารด้วยระบบสารสนเทศ หากเกิดปัญหาการเปลี่ยนบุคลากรก็สามารถจัดเก็บข้อมูลการรายงาน ผลการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และจากผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญพบว่าปัญหาที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาการบริหารงานประกันคุณภาพ คือ ต้องสร้างความเข้าใจความเข้าใจแก่บุคลากรทุกระดับให้เห็นความสำคัญ เกิดความร่วมมือ ประสานการทำงานด้วยระบบ PDCA การจัดการความรู้ การเสริมแรงจูงใจและการยกย่องชมเชยจะช่วยให้เพิ่มสมรรถนะในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการทำงานของระบบ โดยควรมีการพัฒนาฟังก์ชันการทำงานเพิ่ม คือ

- 1) ปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยให้มากยิ่งขึ้น โดยกำหนดให้มีการล็อกผู้ใช้ที่ทำการกรอกรหัสผ่านผิดพลาดเกิน 3 ครั้ง
- 2) ควรศึกษาการเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบต่างๆ และตัวบ่งชี้ในแต่ละปีการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- ธนาชัย บุรณะวัฒนากุล และประสงค์ ปราณีตพลกรัง. (2558). การพัฒนาระบบสารสนเทศในการประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พรรณสุกิตต์ ทาทอง และ ลานนา หมื่นจันทร์. (2556). รายงานการวิจัย การพัฒนาระบบประกันคุณภาพการศึกษา คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา. ศึกษาศาสตร์. (2542).
- รมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครชาติ ค.สมบุญ. (2551).
- พงษ์พิศ พงษ์อินทร์ธรรม. (2554). การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่องน้ำและอากาศ โดยการสืบเสาะหาความรู้ เพื่อเสริมสร้างการคิดวิเคราะห์ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 . วิทยานิพนธ์ ค.ม. สกลนคร : มหาวิทยาลัย ราชภัฏสกลนคร.

- มานิตย์ สิงห์ทองชัย. (2558). ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความพึงพอใจในรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. รายงานการวิจัย นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2546). การออกแบบและจัดการฐานข้อมูล. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ลักขณา จาตกานนท์, ดวงรัตน์ แซ่ตั้ง, เนนิสา ไชยปุระ และธนพรรณ บุญยรัตกลิน. 2554. การพัฒนาการบริหารงานประกัน คุณภาพการศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. รายงานการวิจัย เสนอต่อดคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
- Nielsen, J., and Mack, R. L. (Eds.). (1994). *Usability Inspection Methods*, John Wiley & Sons, NewYork, 173-202.

รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังเหนือ อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง

HEALTH PROMOTION ACTIVITY MODEL OF ELDERLY IN WANG NUEA MUNICIPALITY, WANG NUEA DISTRICT, LAMPANG PROVINCE.

กนกพร เอกกะลินสกุล¹ สยมภู อุริยะพันธ์² ธวัชชัย ทำทอง³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตความรับผิดชอบของเทศบาลตำบลวังเหนือ และเพื่อสร้างรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุในเขตความรับผิดชอบของเทศบาลตำบลวังเหนือ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มาเป็นกลไกหลักในการดำเนินการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสหวิธีการ ประกอบด้วย การสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่มจากผู้สูงอายุในเขตความรับผิดชอบของเทศบาลตำบลวังเหนือ จำนวน 100 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพครบทุกด้านแต่ยังไม่ถูกต้องครบถ้วน นอกจากนี้ยังไม่มีการจัดรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุอย่างเป็นรูปธรรม และขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน ข้อเสนอแนะคือ หน่วยงานราชการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุทั้งในและนอกพื้นที่ควรกำหนดแนวทางการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ชัดเจน อาจทำในรูปแบบแผนงานประจำปี ที่มีการกำหนดโครงการ กิจกรรม รายละเอียดต่าง ๆ เช่น ชื่อโครงการ วัตถุประสงค์ เวลา รูปแบบกิจกรรม วิทยากร งบประมาณ สถานที่ และหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน

คำสำคัญ: พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ, ผู้สูงอายุ, เทศบาลตำบลวังเหนือ

Abstract

The purpose of this research were to study the health-promoting behaviors of the elderly in the responsibility area of the Wang Nuea District Municipality and to develop a model of appropriate promoting activities for the elderly in the responsibility area of the Wang Nuea District Municipality. Use qualitative research methodology and participatory action research. This is the main mechanism for conducting research. Data Collection is a holistic approach, consists of both participatory and non-participatory observation. Semi-structured interviews and group discussion of elderly people in the responsibility area of the Wang Nuea District Municipality for 100 persons. The research found that the elderly have health promotion behavior in all aspects, but not completely accurate. In addition, there are no concrete forms of health promotion

¹ ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา อาจารย์สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

² ศศ.ม.การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อาจารย์สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

³ ศศ.ม.การจัดการศิลปะและวัฒนธรรม อาจารย์สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

activities for the elderly, and there is no clearly defined agency. The suggestion is government agencies or agencies related to the elderly, both in and out of the area, should establish a clear way to promote health promotion. May be done in the form of annual plans. Project details such as project name, purpose, time, form, activity, lecturer, budget, place, and agency are clearly defined.

Keyword: health-promoting behaviors, elderly people, Wang Nuea district municipality

บทนำ

ข้อมูลด้านสุขภาพจากเว็บไซต์เทศบาลตำบลวังเหนือ จังหวัดลำปาง พบว่า เทศบาลตำบลวังเหนือมีจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด 428 คน (www.wangnuea.go.th/populations/) แบ่งเป็นชาย 211 คนและหญิง 217 คน เป็นผู้สูงอายุติดบ้าน 20 คน และติดเตียง 2 คน ประชากรของเทศบาลตำบลวังเหนือมีปัญหาสุขภาพมากที่สุดคือโรคความดันโลหิตสูง จำนวน 120 คน เบาหวาน จำนวน 120 คน รองลงมา ปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ จำนวน 87 คน ปัญหาโรคระบาดในพื้นที่ พบว่าประชากรของเทศบาลตำบลวังเหนือมีปัญหาโรคระบาดในพื้นที่ มีโรคมือเท้าปากเปื่อย จำนวน 2 คน ไข้เลือดออก จำนวน 1 คน ปัญหาโรคเรื้อรังในพื้นที่พบว่าประชากรของเทศบาลตำบลวังเหนือ มีปัญหาโรคเรื้อรังในพื้นที่ มีเบาหวาน จำนวน 50 คน ความดันโลหิต จำนวน 120 คน สถานที่ / แหล่งบริการสุขภาพที่มีในพื้นที่ของประชากรเทศบาลตำบล วังเหนือมีโรงพยาบาลรัฐ 1 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลวังเหนือ คลินิกแพทย์ 1 แห่ง ร้านยา 1 แห่งและบ้านอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) โดยประชากรมีการใช้แหล่งบริการสุขภาพที่มากที่สุด คือ บ้าน อสม. จำนวน 69 แห่ง ที่ การดูแลรักษาสุขภาพในพื้นที่ ของประชากรเทศบาลตำบลวังเหนือ มีการใช้ อสม. 1 คนต่อการดูแล 10 คริวเรือน

ดังนั้น มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางและเทศบาลตำบลวังเหนือ จึงตระหนักถึงความสำคัญของภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุ เพราะถ้าผู้สูงอายุได้รับการส่งเสริมให้มีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมจะช่วยชะลอความเสื่อมถอยของร่างกาย และเป็นการป้องกันภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้นจากความสูงวัย ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการปฏิรูประบบสุขภาพซึ่งเน้นการให้บริการเชิงรุกมากกว่าการรับ คือเน้นให้ประชาชนสามารถดูแลตนเองได้ สนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพในด้านต่าง ๆ เช่น การรับประทานอาหาร การออกกำลังกาย การตรวจคัดกรองในกลุ่มเสี่ยง เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเรื่อง “รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังเหนือ อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง” โดยใช้รูปแบบการส่งเสริมสุขภาพของเพนเดอร์ (Pender’s Health Promotion Model) เพื่อนำข้อมูลพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ ดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาารูปแบบการดูแลและส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ ได้ตรงกับปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุ ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี สุขภาพดีและมีความสุข ตลอดจนเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการทำแผนงาน/โครงการหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังเหนือได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากแหล่งทุนมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)โครงการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่นน่าอยู่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

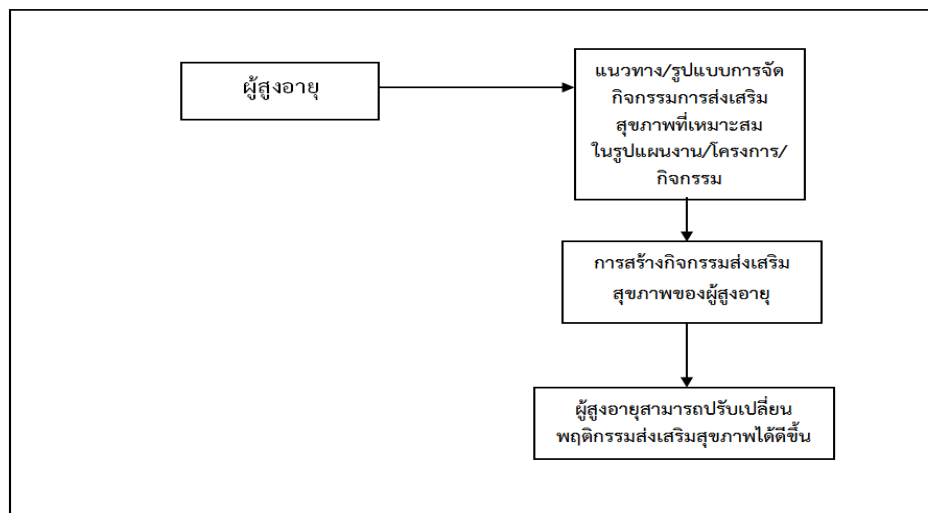
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตความรับผิดชอบของเทศบาลตำบลวังเหนือ

2. เพื่อสร้างรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุในเขตความรับผิดชอบของเทศบาลตำบลวังเหนือ

กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดการวิจัย



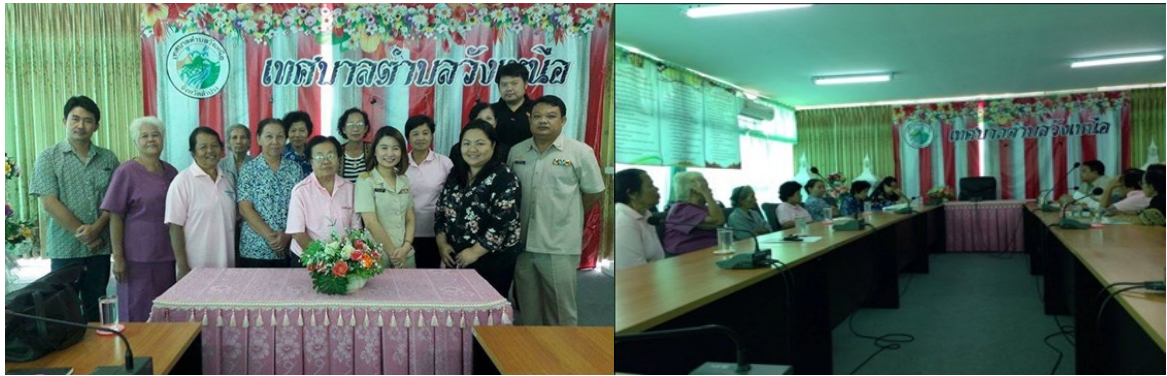
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ผู้วิจัยจึงใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสหวิธีการ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เอกสาร การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึกจากการประชุมกลุ่มผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังเหนือ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในเวทีต่าง ๆ ที่จัดขึ้น และการทำเวทีคืนความรู้ ใช้เวลาในการศึกษานาน 12 เดือน คือระหว่างวันที่ 2 ตุลาคม 2560-1 ตุลาคม 2561

ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลวังเหนือ จำนวน 428 คน กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้เจาะจงเฉพาะผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังเหนือที่มีศักยภาพและเต็มใจเข้าร่วมโครงการ จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกดัดแปลงมาจากแบบสัมภาษณ์พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ ของ วิภาพร สิทธิศาสตร์ และสุชาติดา สนวนุ่ม ใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participation Observation) เช่น จากการประชุมหมู่บ้าน เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม



ภาพที่ 2 การประชุมตัวแทนเทศบาลตำบลวังเหนือและแกนนำผู้สูงอายุ



ภาพที่ 3 การลงพื้นที่จัดเวทีระดมความคิดกับตัวแทนผู้สูงอายุ หมู่ 2 บ้านใหม่พัฒนา



ภาพที่ 4 การลงพื้นที่จัดเวทีระดมความคิดกับตัวแทนผู้สูงอายุ หมู่ 7 บ้านแม่เหี้ยว

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเรื่องพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ 6 ด้าน ตามกรอบคิดการส่งเสริมสุขภาพของเพนเตอร์ จากตัวแทนผู้สูงอายุที่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลวังเหนือ และในโฮงเฮียนป้ออ้อยแม่อ้อย ชมรมผู้สูงอายุเทศบาลตำบลวังเหนือ ได้ข้อค้นพบ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตความรับผิดชอบของเทศบาลตำบลวังเหนือ

ด้านที่ 1 ความรับผิดชอบด้านสุขภาพ พบว่า เมื่อมีปัญหาสุขภาพผู้สูงอายุมักปรึกษากับแพทย์ พยาบาล อสม. และบอกเล่าญาติเมื่อมีอาการ ผู้สูงอายุมักหาความรู้หรือสิ่งใหม่ ๆ ที่จะนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการดูแลสุขภาพของตนเอง เช่น อ่านหนังสือ ฟังวิทยุ ดูรายการโทรทัศน์หรือการเข้าร่วมอบรมความรู้ทางสุขภาพ

ด้านที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า ผู้สูงอายุยังคงติดต่อพูดคุยกับญาติและเพื่อนบ้าน มีการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน เช่น งานวัด งานสงกรานต์

ด้านที่ 3 การออกกำลังกาย พบว่า ผู้สูงอายุ ไม่มีการออกกำลังกายที่มีรูปแบบชัดเจน ส่วนใหญ่จะยืดเส้นยืดสายอยู่กับบ้าน เช่น แกว่งแขน ยืดขา โดยให้เหตุผลว่าการที่ไม่มีกิจกรรมกลุ่มออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอเพราะไม่มีคนสอน ไม่มีเวลา แต่ก็มีความต้องการรวมตัวกันเพื่อออกกำลังกายในรูปแบบนันทนาการที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายและศักยภาพผู้สูงอายุ

ด้านที่ 4 โภชนาการ พบว่า ผู้สูงอายุมีการรับประทานอาหารครบทั้ง 5 หมู่ และดื่มน้ำสะอาดอย่างเพียงพอ ส่วนใหญ่มักจะบริโภคผักปลอดสารพิษที่ปลูกเองในชุมชน นอกจากนี้เกือบทั้งหมดยังรับประทานอาหารรสเค็มและใส่ผงปรุงรส ทั้ง ๆ ที่รู้ว่าไม่ดีต่อสุขภาพซึ่งมักให้เหตุผลว่าถ้าไม่ใส่ผงปรุงรสอาหารจะไม่อร่อย

ด้านที่ 5 การพัฒนาด้านจิตวิญญาณ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่พอใจและมีความสุขกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ ได้ทำในสิ่งที่ชอบในแต่ละวัน ได้ทำตัวให้เป็นประโยชน์แก่ลูกหลาน เช่น ทำอาหาร เลี้ยงหลาน ดูแลบ้าน และเน้นเรื่องการทำความดีเข้าวัดทำบุญในบั้นปลายชีวิต

ด้านที่ 6 การจัดการกับความเครียด พบว่า เมื่อมีปัญหาจะค่อย ๆ หาทางออกอย่างมีสติ มีการปรึกษาญาติและเพื่อนบ้าน รู้สึกปล่อยวางได้ง่ายเมื่อได้เข้าวัดทำบุญนั่งสมาธิ ไม่เอาความเครียดมาใส่ใจ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อสร้างรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุในเขตความรับผิดชอบของเทศบาลตำบลวังเหนือ

จากการจัดเวทีระดมความคิดเห็นจากผู้สูงอายุ ตัวแทนจากเทศบาลตำบลวังเหนือ โรงพยาบาลตำบลวังเหนือ อสม. ตัวแทนจากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) ในพื้นที่ ผู้นำชุมชน สามารถสังเคราะห์ข้อมูลแนวทางการสร้างรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุในเขตความรับผิดชอบของเทศบาลตำบลวังเหนือ พบว่า ควรจัดทำโปรแกรมการกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ตามข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ด้านที่ 1 ความรับผิดชอบด้านสุขภาพ รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม ได้แก่ การตรวจสุขภาพประจำปี การจัดอบรมให้ความรู้เรื่องสุขภาพจากวิทยากรของโรงพยาบาลวังเหนือหรือโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล และการผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพเพื่อผู้สูงอายุได้เข้าถึงสื่อได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ ผู้สูงอายุควรแสวงหาความรู้ด้านสุขภาพ โดยสนใจฟังวิทยุ อ่านหนังสือ ดูโทรทัศน์ อ่านวารสาร แผ่นพับเกี่ยวกับสุขภาพ หรือคอร์สหมั่นพูดคุยปรึกษากับบุคลากรจากสาธารณสุข อาสาสมัครชุมชน เพื่อสุขภาพที่ดีของตนเอง

ด้านที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม ได้แก่ การจัดกิจกรรมนันทนาการ เช่น รำวงสงกรานต์ แข่งกีฬาพื้นบ้าน การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม งานพิเศษและงานอดิเรก เช่น ทำดอกไม้ประดิษฐ์ จักรสาน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์กับคนในครอบครัวดูแลช่วยเหลืออย่างใกล้ชิด และพึ่งพาเพื่อนบ้าน ใกล้เคียงช่วยดูแลกัน

ด้านที่ 3 การออกกำลังกาย เนื่องจากผู้สูงอายุมีการออกกำลังกายน้อย ไม่มีเวลา เจ็บป่วย จึงอยากออกกำลังกายน้อย เน้นรูปแบบที่ไม่ทำให้กล้ามเนื้อเจ็บปวด หัวใจเต้นเร็ว รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม จึงได้แก่ การเดิน การวิ่งเหยาะ ๆ การทำงานบ้าน กวาดเก็บทำความสะอาดสถานที่สาธารณะประโยชน์ เช่น วัด ศาลาเอนกประสงค์ ควรออกกำลังกายครั้งละ 20-40 นาที สม่ำเสมอสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง

ด้านที่ 4 โภชนาการ รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม ได้แก่ การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับอาหาร 5 หมู่ การสอนสาธิตเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ แข่งขันทำอาหาร การรับประทานอาหารร่วมกัน รับประทานผัก น้ำพริก ปลา เลี้ยงเนื้อสัตว์ อาหารที่ไม่เค็ม มัน ไม่รับประทานอาหารที่มีรสหวาน อาหารที่ใส่ผงชูรส ผงปรุงรสรับประทานอาหารที่มี กากใย เช่น ข้าวซ้อมมือ ธัญพืช ถั่วต่าง ๆ ดื่มน้ำให้เพียงพอและส่งเสริมให้ปลูกผักปลอดสารพิษทานเอง

ด้านที่ 5 การพัฒนาด้านจิตวิญญาณ รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม ได้แก่ อบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาจิตวิญญาณ เล่านิทานพื้นบ้าน ชมภาพยนตร์ รดน้ำดำหัว ขอพรผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุเห็นคุณค่าในตัวเอง

ด้านที่ 6 การจัดการกับความเครียด รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม ได้แก่ การเข้าวัดฟังเทศน์ทุกวันพระ กิจกรรมเรื่องเล่าแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ฟังละครวิทยุ ดูละครโทรทัศน์ ชมภาพยนตร์ กิจกรรมทำดอกไม้ประดิษฐ์ กิจกรรมจักรสาน เช่น จัดทำกล้วยสลาก เพื่อเป็นการคลายเครียดและสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับป้ออัยแม่อยู่

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังเหนือ นั้น มีครบทุกด้าน ใน 6 ด้าน ตามรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพของเพนเดอร์ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่เป็นรูปธรรม ด้านความรับผิดชอบด้านสุขภาพ ผู้สูงอายุจะรู้ว่าเมื่อเจ็บป่วยต้องบอกคนในครอบครัวหรือเพื่อนบ้าน แต่ยังละเลยการตรวจสุขภาพประจำปี สอดคล้องกับงานวิจัยพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ของวันดี แยมจันทร์ฉาย (2538) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพด้านความรับผิดชอบต่อสุขภาพอยู่ในระดับต่ำ มีผู้สูงอายุส่วนน้อยที่จะตรวจร่างกาย หรือสังเกตอาการผิดปกติของตนเอง เช่นเดียวกับการศึกษาของปาลิรัตน์ พรทวีกันหา (2541) ที่ศึกษาแบบแผนชีวิตที่ส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดลำปาง พบว่า ผู้สูงอายุทั้งในเขตเมืองและเขตชนบทส่วนใหญ่ไม่เคยตรวจสุขภาพประจำปี แต่ผู้สูงอายุมีการหาความรู้เรื่องสุขภาพผ่านสื่อ โดยเฉพาะ

โทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง ทั้งนี้จะเลือกรับฟังรายการที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพหรือปัญหาสุขภาพที่ตนเผชิญอยู่ สอดคล้องกับแนวคิดของเพนเดอร์ (Pender, 1996) เรื่องความคิดและอารมณ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงต่อพฤติกรรม การรับรู้ประโยชน์ของการกระทำ ว่าการที่บุคคลรับรู้ว่าการกระทำนั้นจะมีประโยชน์ต่อตนเองอย่างไร จะเป็นแรงจูงใจต่อการปฏิบัติพฤติกรรมสุขภาพ รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมต่อความรับผิดชอบด้านสุขภาพ ได้แก่ การตรวจสุขภาพประจำปี การจัดอบรมให้ความรู้เรื่องสุขภาพจากวิทยากรของโรงพยาบาลวังเหนือหรือโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล และการผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพเพื่อผู้สูงอายุได้เข้าถึงสื่อได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ ผู้สูงอายุควรแสวงหาความรู้ด้านสุขภาพ โดยสนใจฟังวิทยุ อ่านหนังสือ ดูโทรทัศน์ อ่านวารสาร แฝมพับเกี่ยวกับสุขภาพ หรือควรมั่นพูดคุยปรึกษากับบุคลากรจากสาธารณสุข อาสาสมัครชุมชนเพื่อสุขภาพที่ดีของตนเอง สอดคล้องกับผลลัพธ์ด้านพฤติกรรม ความตั้งใจที่จะปฏิบัติพฤติกรรมตามแผนที่กำหนดไว้ มโนทัศน์ผลลัพธ์ด้านพฤติกรรมค้ำประกันสัญญาต่อแผนการกระทำ เป็นกระบวนการคิดที่ประกอบด้วยการให้ค้ำประกันสัญญาว่าจะกระทำหรือปฏิบัติพฤติกรรมนั้นให้สำเร็จลุล่วงและการกำหนดกลวิธีในการกระทำ ให้การเสริมแรงต่อการปฏิบัติตามพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม ได้แก่ การจัดกิจกรรมนันทนาการ เช่น รำวงสงกรานต์ แข่งกีฬาพื้นบ้าน การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม งานพิเศษและงานอดิเรก เช่น ทำดอกไม้ประดิษฐ์ จักรสาน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์กับคนในครอบครัวดูแลช่วยเหลืออย่างใกล้ชิด และพึ่งพาเพื่อนบ้านใกล้เคียงช่วยเหลือกัน สอดคล้องกับทฤษฎีเชิงจิตสังคม ที่ว่าการดำรงสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างบุคคลในครอบครัวและเพื่อนบ้านจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสร้างความมั่นคงทางสังคมให้แก่ผู้สูงอายุ การพูดคุยและพบปะกับครอบครัวและเพื่อน ๆ อย่างสม่ำเสมอ จะทำให้ผู้สูงอายุเกิดความรู้สึกอบอุ่นและใกล้ชิดกับบุคคลรอบข้าง อีกทั้งยังได้รับความช่วยเหลือเมื่อยามจำเป็น และยังสอดคล้องกับการศึกษาของมิลเลอร์ (Miller, 1995) เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมความผาสุกในผู้สูงอายุ ที่พบว่าการมีสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่น เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความผาสุกของผู้สูงอายุ ด้านการออกกำลังกาย เนื่องจากผู้สูงอายุมีการออกกำลังกายน้อย ไม่มีเวลา เจ็บป่วย จึงอยากออกกำลังกายน้อย รูปแบบการออกกำลังกายจึงเน้นที่ไม่ทำให้กล้ามเนื้อเจ็บปวด

ดังนั้น การกำหนดให้มีกิจกรรมทางกายที่ถูกต้องและเหมาะสมกับวัยสูงอายุ จึงเป็นกิจกรรมของการรักษาสุขภาพที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งอันก่อให้เกิดประโยชน์กับร่างกาย จิตใจและสังคมของผู้สูงอายุ ด้านโภชนาการ รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม ได้แก่ การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับอาหาร 5 หมู่ การสอนสาธิตเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ แข่งขันทำอาหาร การรับประทานอาหารร่วมกัน รับประทานอาหาร น้ำพริก ปลา เลี้ยงเนื้อสัตว์ อาหารที่ไม่เค็ม ไม่มัน ไม่รับประทานอาหารที่มีรสหวาน อาหารที่ใส่ผงชูรส ผงปรุงรสและส่งเสริมให้ปลูกผักปลอดสารพิษทานเอง ด้านการพัฒนาจิตวิญญาณ รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม ได้แก่ อบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาจิตวิญญาณ ความรัก ความหวัง การให้อภัยและชีวิตหลังการตาย การเล่านิทานพื้นบ้าน ชมภาพยนตร์ รดน้ำดำหัว ขอพรผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุเห็นคุณค่าในตัวเอง สอดคล้องกับแนวคิดของ Berggren-Thomas & Griggs, 1995 ที่ว่า ผู้สูงอายุที่มีการเจริญทางจิตวิญญาณ จะเป็นผู้ที่ไม่ยึดติดกับตัวตนของตนเอง สามารถยอมรับความเป็นตัวตนในปัจจุบัน และยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น รวมถึงสามารถใช้ชีวิตที่เหลืออยู่อย่างกระฉับกระเฉง มีความคิดสร้างสรรค์ในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น และเปิดโอกาสให้กับตนเองได้พบกับสิ่งที่แปลกใหม่และท้าทายในชีวิต ซึ่งจะก่อให้เกิดความสุขทางจิตใจ และสุดท้ายด้านการจัดการกับความเครียด รูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม ได้แก่ การเข้าวัดฟังเทศน์ทุกวันพระ กิจกรรมเรื่องเล่าแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ฟังเพลง/ละครวิทยุ ดูละครโทรทัศน์ ชมภาพยนตร์ การพักผ่อน นอนหลับ กิจกรรมทำดอกไม้ประดิษฐ์ กิจกรรมจักรสาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Walker,

1988 ที่ว่าพฤติกรรมที่แสดงถึงการจัดการกับความเครียดของบุคคล เช่น การแสดงออกที่เหมาะสม การพักผ่อน การนอนหลับ การผ่อนคลาย การทำกิจกรรมที่คลายเครียด หรือการทำกิจกรรมที่ป้องกันการอ่อนล้าของร่างกาย และสอดคล้องกับแนวคิดของ Pender, 1996 ที่พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการออกกำลังกายทำให้จิตใจแจ่มใส กระปรี้กระเปร่าและมีความเครียดลดลง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากข้อค้นพบดังกล่าวพบว่า ผู้สูงอายุต้องการรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ชัดเจน โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่ เช่น เทศบาล โรงพยาบาล รพสต. ศูนย์บรรเทาสาธารณภัย วัด โรงเรียน ฯลฯ มาเป็นวิทยากร และอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรม ทั้งนี้กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพทั้ง 6 ด้าน ควรเชื่อมโยงกับ ภูมิปัญญาผู้สูงอายุ เพื่อเสริมสร้างความภาคภูมิใจ ให้เกิดการเห็นคุณค่าในตัวเอง และเกิดความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ
2. หน่วยงานราชการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุทั้งในและนอกพื้นที่ควรกำหนดแนวทางการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ชัดเจน อาจทำในรูปแบบแผนงานประจำปี ที่มีการกำหนดโครงการ กิจกรรม รายละเอียดต่าง ๆ เช่น ชื่อโครงการ วัตถุประสงค์ เวลา รูปแบบกิจกรรม วิทยากร บประมาณ สถานที่ และหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ทั้ง 6 ด้านในภาพกว้าง อันได้แก่ ด้านที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสุขภาพ ด้านที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านที่ 3 การออกกำลังกาย ด้านที่ 4 โภชนาการ ด้านที่ 5 การพัฒนาด้านจิตวิญญาณ และด้านที่ 6 การจัดการกับความเครียด ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษารูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในแต่ละประเด็นในเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลและรายละเอียดที่มากพอในการออกแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุอย่างเหมาะสมและชัดเจน
2. ผู้วิจัยต่อยอดควรทำการวิจัยโดยแยกพื้นที่ หรือแบ่งโซนแต่ละหมู่บ้าน เพราะบางหมู่บ้านมีพื้นที่ห่างไกลกัน การเดินทางมาร่วมกิจกรรมของผู้สูงอายุเป็นไปด้วยความลำบาก และแต่ละชุมชนก็มีความแตกต่างกัน เช่น วิถีชีวิต เวลา อาชีพ ซึ่งส่งผลต่อการจัดทำเวทีวิจัยใหญ่แบบพร้อมเพรียงกันทุกหมู่บ้าน
3. อาจทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ในภาพรวมของทั้งอำเภอวังเหนือ เพื่อให้ได้ข้อมูลองค์ความรู้มากำหนดเป็นนโยบายส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุทั้งอำเภอ
4. ควรจัดทำโปรแกรมเพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนมากขึ้น และควรสนับสนุนให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญของผู้สูงอายุ เน้นการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอและการกำจัดความเครียด

เอกสารอ้างอิง

เทศบาลตำบลวังเหนือ. (5 กรกฎาคม 2560). ประชากร. สืบค้นจาก <http://www.wangnuea.go.th/populations/>

ปาลีรัตน์ พรทวีภักธา. (2541). แบบแผนชีวิตที่ส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์
พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลผู้สูงอายุ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วันดี แยมจันทร์ฉาย. (2538). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สมรรถนะของตนเอง การรับรู้ภาวะสุขภาพ
ของผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการพยาบาลผู้ใหญ่, บัณฑิต
วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.

Berggren-Thomas, P., & Griggs, M. J. (1995). Spirituality in aging: Spiritual need or spiritual journey?
Journal of Gerontological Nursing, 21(3), 5-10.

Miller, C.A. (1995). *Nursing Care of Elder Adult Theory and practice*. 2nd ed. Philadelphia : J.B.
Lippincott.

Pender, N.J. (1996). *Health Promotion in nursing practice*. 2nd ed. Connecticut :
Appleton & Lange

Walker, S. N., Volkan, K., Sechrist, K. R., & Pender, N. J. (1988). Health-promoting life styles of
older adults : comparisons with young and middle-aged adults, correlates and patterns.
Advance in Nursing Science, 11(1) : 76-90.

รูปแบบการกำจัดขยะอินทรีย์ในครัวเรือนอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน ตำบลวังทอง
อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง

MODLE OF ORGANIC WASTE IN HOUSEHOLD PARTICIPATION OF
THE COMMUNITY TUMBON WANGTHONG AMPHOR WANG-NUA
LAMPANG PROVINCE.

สนธิญา สุวรรณราช*
กาญจนา คุมา**
พิรภพ จันทร์แสนต่อ***
เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร****

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการกำจัดขยะอินทรีย์ในครัวเรือนอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์นายกองคการบริหารส่วน ตำบลตำบลวังทอง ผู้นำชุมชน และจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับครัวเรือนต้นแบบแต่ละหมู่บ้านจำนวน 18 ครัวเรือน ผลการศึกษามีดังนี้

พบว่ารูปแบบการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของตำบลวังทองที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน คือ “วังทองสะอาด = Model = 5” โดยได้ทำความร่วมมือเพื่อแสดงเจตนารมณ์ร่วมกันระหว่างชาวบ้านตำบลวังทองจำนวน 9 หมู่บ้าน วัดในแต่ละหมู่บ้านจำนวน 6 วัด โรงเรียนในเขตตำบลวังทอง 4 โรงเรียนและ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพสต.) จำนวน 2 แห่ง ซึ่งเป็นวิธีการกำจัดขยะอินทรีย์ของชุมชนตำบลวังทองมีจำนวน 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) ขยะอินทรีย์ทั่วไปกำจัดด้วยการทำน้ำหมักหัวเชื้อจุลินทรีย์ 2) ขยะอินทรีย์จากพืชผลทางการเกษตรกำจัดด้วยการนำไปหมักเป็นอาหารสัตว์ 3) ขยะอินทรีย์จากเศษอาหารและน้ำแกงกำจัดด้วยการนำไปทิ้งในถังขยะเปียก และ 4) ขยะอินทรีย์ที่เหลือจากรูปแบบที่ 1-3 กำจัดด้วยการนำไปเลี้ยงไส้เดือน นอกจากนี้ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่าย “บ้านไส้เดือนรักโลก” เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้การกำจัดขยะอินทรีย์ได้ด้วยไส้เดือนภายในชุมชนและภายนอกชุมชน ดังนั้นจากการศึกษาทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบถึงแนวทางในส่งเสริมและพัฒนาการจัดการขยะและเผยแพร่ เป็นประโยชน์ต่อชุมชนอื่น ๆ ที่มีบริบทพื้นที่ใกล้เคียงกันหรือนำไปพัฒนาต่อยอดแต่ละพื้นที่เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาให้กับท้องถิ่นของตนเอง

คำสำคัญ รูปแบบ, การกำจัดขยะอินทรีย์, ชุมชนตำบลวังทอง

ปริญญาโท (บขม.) สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

**ปริญญาโท(บขม.) สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยโยนก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

***ปริญญาเอก (บขม.) สาขา มหาวิทยาลัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

****ปริญญาโท(ศตม) สาขาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

Abstract

The objective of this paper is to explore the way for organic waste removing with community participation at Wang Thong district, Wang Nua, Lamphang. Data used is collected from in-depth interview of eighteen village leaders and focus group discussion from eighteen prototype households which are selected from nine villages.

The result showed that the current model of solid waste management, called "Wang thong Clean = Model = S". This model obtained from participating among villager of nine villages, six temples, four schools and two sub-district health promoting hospitals. There are four ways to eliminate solid waste. Firstly, the general organic waste is created fermented microbial water. Secondly, the agricultural garbage is made an animal feed. Thirdly, organic waste from food is disposed in wet trash. Finally, the other organic waste is eliminated by feedings to earthworms. In addition, all participants are joined to the network member of "Earthworms Care for the Earth" for exchanging knowledge on the removal of organic waste by earthworms both inside and outside communities.

In this study, the stakeholders are aware of the way to promote and develop the waste removal management. Moreover, they can publicize this information to other communities which has contextual neighborhood in order to solve their own problem.

Keywords : Innovation, Organic waste Treatment, Participation

บทนำ

ตามแผนปฏิบัติการ "ประเทศไทย ไร้ขยะ" ตามแนวทาง "ประชารัฐ" ระยะ 1 ปี (พ.ศ. 2559 - 2560) ภายใต้แผนแม่บทการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ พ.ศ. 2559 - 2564 นั้น เป็นแนวทาง เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นสังคมปลอดขยะ (Zero Waste Society) ซึ่งกรมควบคุมมลพิษ สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2560) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของแนวคิดตามหลัก 3Rs อันได้แก่ การลดการเกิดขยะมูลฝอย(Reduce) การนำกลับมาใช้ซ้ำ(Reuse) การหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่(Recycle) ทั้งนี้ให้ดำเนินการ 3Rs โดยใช้หลักการคัดแยกองค์ประกอบของขยะมูลฝอยเป็นกลุ่ม ๆ ตามประเภทของขยะ อาทิ กระดาษ พลาสติก โลหะ แก้ว หรือเศษอาหาร เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรพงษ์ เล็กสมบูรณ์(2557) พบว่ากลยุทธ์ในการจัดการขยะแบบครบวงจร ประกอบด้วย การคัดแยกขยะมูลฝอย โครงการทำปุ๋ยหมักจากขยะอินทรีย์ โครงการทำความสะอาดชุมชน และโครงการตลาดนัดขยะ เป็นต้น โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณขยะจากครัวเรือน ส่งเสริมการคัดแยกขยะจากต้นทางเป็นการเพิ่มมูลค่าหรือแปรรูปขยะซึ่งต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งปารีชาติ วลัยเสถียร และคณะ(2543) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมเป็นการเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญในการที่จะพัฒนาชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งนั้นจะต้องเสริมสร้างพลังอำนาจให้กับชุมชนจนในที่สุดกลุ่มมีความเชื่อว่าชุมชนสามารถทำได้ด้วยตนเองและเกิดความตระหนักที่จะพัฒนาชุมชนของตนเองให้ประสบความสำเร็จ

ตำบลวังทองเป็นชุมชนที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง ได้จัดทำแผนปฏิบัติการบริหารจัดการขยะมูลฝอย โดยมีการจัดกิจกรรมคืนถังขยะให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลวังทอง และประกาศยกเลิกการเก็บค่าธรรมเนียมการเก็บขยะหมู่บ้าน และเพื่อให้ประชาชนทุกหมู่บ้านมีการบริหารจัดการขยะมูลฝอยในครัวเรือนแบบยั่งยืน กำหนดให้มีกิจกรรมร่วมกัน ได้แก่ การแต่งตั้งคณะกรรมการในระดับตำบล อบรมให้ความรู้การคัดแยกขยะมูลฝอยในครัวเรือน จัดระบบคัดแยกโดยนำไปจัดเก็บในพื้นที่ที่กำหนดของแต่ละหมู่บ้านหมู่บ้านละ 1 แห่ง และคัดเลือกชุมชนต้นแบบเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ภายในชุมชน และดำเนินการปิดบ่อขยะ หมู่ที่ 1 หมู่ที่ 4 และหมู่ที่ 7 เพื่อปรับปรุงบ่อขยะสู่ธรรมชาติทำการปลูกป่าทดแทน ซึ่งจากการคัดแยกขยะของครัวเรือน พบว่าปัญหาขยะในครัวเรือนยังเป็นปัญหาที่ชุมชนพยายามแก้ไขอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะขยะอินทรีย์หรือขยะเปียกซึ่งได้กำจัดโดยการทำน้ำหมัก ฝังกลบ เลี้ยงสัตว์แต่ก็ยังมีขยะเหลือตกค้างอยู่ในชุมชน ชาวบ้านมักนำไปทิ้งในพื้นที่ว่างภายในหมู่บ้านและริมถนนส่งผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมของชุมชนเป็นอย่างยิ่ง

ดังนั้นสอบทวนข้อมูลสถานการณ์ปัญหาและความต้องการของพื้นที่พบว่าชุมชนตำบลวังทองต้องการกำจัดขยะอินทรีย์ในครัวเรือน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิธีการกำจัดขยะอินทรีย์ในครัวเรือนอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการกำจัดขยะอินทรีย์ในครัวเรือนอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง

วิธีดำเนินการวิจัย

4.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ครัวเรือนชุมชนตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการขยะในชุมชน ได้แก่ นายกององค์การบริหารส่วนตำบลและผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน รวมถึงครัวเรือนต้นแบบของหมู่บ้านจำนวน 2 ครัวเรือน จำนวน 9 หมู่บ้าน เพื่อเป็นต้นแบบการเลี้ยงไส้เดือนดินเพื่อกำจัดขยะอินทรีย์

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการขยะในชุมชน
- 2) การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้นำชุมชน และจากตัวแทนสมาชิกของชุมชนเกี่ยวกับการจัดการขยะในชุมชนตำบลวังทอง
- 3) การสังเกต (Observation) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่เพื่อติดตามการกำจัดขยะด้วยไส้เดือนจากครัวเรือนต้นแบบ

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้จากการสัมภาษณ์และการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการสังเกต นำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) นำเสนอเป็นคำบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ในการศึกษารูปแบบการกำจัดขยะอินทรีย์ในครัวเรือนอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน ตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง ได้ทำการศึกษา

1. ระบบการบริหารจัดการขยะมูลฝอยในปัจจุบัน

ปัจจุบันรูปแบบการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของตำบลวังทอง คือ “วังทองสะอาด = Model = S” ซึ่งเป็นการบริหารจัดการขยะในกลุ่มพื้นที่ขนาดเล็ก โดยแสดงเจตนารมณ์ร่วมกันระหว่างชาวบ้านตำบลวังทองจำนวน 9 หมู่บ้าน วัดในแต่ละหมู่บ้านจำนวน 6 วัด โรงเรียนในเขตตำบลวังทอง 4 โรงเรียนและ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล(รพสต.) จำนวน 2 แห่ง ซึ่งได้แบ่งจัดการขยะแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ขยะแห้ง ขยะที่ย่อยสลายได้ยาก เช่น ถุงพลาสติก กระดาษ เศษพลาสติก แก้ว โลหะ เศษเสื้อผ้า รองเท้า ถุงปุ๋ย ไม้ ยาง ฯลฯ องค์การบริหารส่วนตำบลวังทองรับซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป

ส่วนที่ 2 ขยะเปียก ที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติใช้วิธีการฝังกลบและทำเสวียนไม้ไผ่ทำเป็นปุ๋ยบำรุงต้นไม้

ส่วนที่ 3 ขยะอันตรายนำไปจัดเก็บยังองค์การบริหารส่วนตำบลวังทอง เพื่อรวบรวมจัดส่งไปยังสถานที่เก็บของจังหวัดต่อไป

2. การจัดการขยะอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลวังทอง

พบว่าชาวบ้านชุมชนตำบลวังทองมีส่วนร่วมในการรับรู้สภาพปัญหา ผลกระทบจากขยะและมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการกำจัดขยะในครัวเรือนและชุมชน ซึ่งแต่ละชุมชนเต็มใจในการนำแนวทางต่าง ๆ มาใช้ และจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการขยะมูลฝอยของชุมชนตำบลวังทอง พบว่า ชาวบ้านมีองค์ความรู้เรื่องปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมจากการกำจัดขยะมูลฝอยการคัดแยกขยะ การกำจัดขยะในแต่ละวิธี และการนำขยะมูลฝอยกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งชาวบ้านไม่เชื่อว่าระบบการคัดแยกขยะจากครัวเรือนจะทำให้ขยะภายในชุมชนลดลง เพราะยังมีนักท่องเที่ยวหรือคนภายนอกชุมชนที่เข้ามาท่องเที่ยวหรือเข้ามาอาศัยภายในชุมชน ไม่ให้ความร่วมมือต่อการดำเนินการด้านการจัดการขยะของชุมชน ซึ่งชุมชนยังไม่มีมาตรการในการดำเนินการแก้ไข และพบว่าขยะเปียกในครัวเรือน เช่น น้ำแกง กระดุก เปลือกไข่ ข้าว เศษผัก ผลไม้ เป็นต้น และขยะจากผลผลิตทางการเกษตร เช่น พืชผัก เปลือกข้าวโพด เปลือกผลไม้ เปลือกหน่อไม้ เป็นต้น มีจำนวนเพิ่มขึ้นซึ่งโดยปกติขยะประเภทนี้ครัวเรือนจะกำจัดโดยการนำไปทิ้งในเสวียนไม้ไผ่ รอกการย่อยสลายเพื่อเป็นปุ๋ย และบางส่วนนำไปเลี้ยงสัตว์แต่ด้วยปริมาณขยะที่เพิ่มมากขึ้นจากทุกครัวเรือน ทำให้เสวียนไม้ไผ่ที่จัดทำขึ้นส่งกลิ่นเน่าเหม็น ส่งผลกระทบต่ออารมณ์ สังคม จิตใจของคนในครัวเรือนและชุมชน

ดังนั้นจึงได้ร่วมกันเสนอให้มีมาตรการการส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อให้เกิดการจัดการขยะในชุมชนตำบลวังทอง ดังนี้

1. กำหนดเขตพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวให้เป็นพื้นที่สะอาดปลอดขยะ
2. กำหนดบทลงโทษร่วมกัน หากผู้ทิ้งขยะทำไม่ถูกวิธี
3. กำหนดให้สถานประกอบการในเขตพื้นที่ปลอดขยะและยกเลิกการใช้ถุงพลาสติก
4. ส่งเสริมกิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะแต่ละประเภทกับผู้นำชุมชนอย่างต่อเนื่อง
5. สนับสนุนและประชาสัมพันธ์กิจกรรมการจัดการขยะอย่างต่อเนื่อง

จึงเป็นจุดเริ่มต้นในการค้นหาารูปแบบการจัดการขยะในชุมชนวังทอง เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการการบริหารจัดการขยะที่ดีให้กับชุมชนตำบลวังทอง

3. วิธีการกำจัดขยะอินทรีย์ในครัวเรือนอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลวังทอง

ในการศึกษารูปแบบการกำจัดอินทรีย์ในครัวเรือนอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลวังทอง โดยใช้กระบวนการเรียนรู้และแก้ปัญหาาร่วมกันของครัวเรือนต้นแบบและองค์การบริหารส่วนตำบล ในเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การระดมสมอง เวทีเรียนรู้สู่การปฏิบัติ และการติดตามและประเมินผล พบรูปแบบที่เหมาะสมจำนวน 4 รูปแบบ ดังนี้

1. ขยะอินทรีย์ทั่วไป ครัวเรือนกำจัดด้วยการทำน้ำหมักหัวเชื้อจุลินทรีย์
2. ขยะอินทรีย์จากพืชผลทางการเกษตร ครัวเรือนกำจัดด้วยการนำไปหมักเป็นอาหารสัตว์
3. ขยะอินทรีย์เศษอาหารและน้ำแกง ครัวเรือนกำจัดด้วยการนำไปทิ้งในขยะเปียกที่ออกแบบโดยคนในชุมชน
4. ขยะอินทรีย์ที่ตกค้างในครัวเรือน ครัวเรือนกำจัดด้วยการด้วยไส้เดือน

นอกจากนี้ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่าย “บ้านไส้เดือนรักษ์โลก” ของชุมชนตำบลร่องเคาะ อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้การกำจัดขยะอินทรีย์ได้ด้วยไส้เดือนภายในชุมชนและภายนอกชุมชน อย่างไรก็ตามในการบริหารจัดการขยะในแต่ละพื้นที่ควรมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการขยะที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ต่อไป

อภิปรายผล

จากงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาเรื่องศึกษารูปแบบการกำจัดขยะอินทรีย์ในครัวเรือนอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลวังทอง อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง พบว่าปัจจุบันตำบลวังทองมีจำนวนหมู่บ้านภายใต้การปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 9 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านตึงใต้ หมู่ที่ 2 บ้านตึงเหนือ หมู่ที่ 3 บ้านปางถ้ำ หมู่ที่ 4 บ้านแม่เย็น หมู่ที่ 5 บ้านป่าลั่น หมู่ที่ 6 บ้านสารภี หมู่ที่ 7 บ้านปางทอง หมู่ที่ 8 บ้านเมืองทอง หมู่ที่ 9 บ้านร่มโพธิ์ทอง ซึ่งหมู่ที่ 3 และหมู่ที่ 7 เป็นหมู่บ้านที่มีแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้สภาพชุมชนเริ่มมีลักษณะเป็นชุมชนเมือง มีปริมาณขยะจากการบริโภคอุปโภคมากขึ้นซึ่งส่งผลกระทบต่อชุมชนในการบริหารจัดการ ชุมชนได้นำแนวทางการคัดแยกขยะมาใช้ในชุมชนเพื่อกำจัดขยะแต่ละประเภทให้ถูกวิธี สอดคล้องกับงานวิจัยของไพบุลย์ แจ่มพงษ์ (2553) ศึกษาการจัดการขยะโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าการคัดแยกขยะในแหล่งท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาเป็นขยะเปียกมากที่สุด รองลงมาเป็น ขยะทั่วไป และขยะรีไซเคิล ในด้านการจัดการขยะของครัวเรือนพบว่าร้อยละ 90 มีภาชนะรองรับขยะประจำบ้าน ในส่วนการทิ้งขยะของนักท่องเที่ยวพบว่าประมาณร้อยละ 40 ทิ้งขยะในภาชนะรองรับของร้านค้าต่าง ๆ รองลงมา ทิ้งขยะในภาชนะที่เทศบาลจัดเตรียมไว้ โดยนักท่องเที่ยวกว่า ร้อยละ 85 มีความเห็นว่าการทิ้งขยะสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการขยะของชุมชนได้

ชุมชนตำบลวังทองมีกระบวนการบริหารจัดการขยะ ที่เรียกว่า “วังทองสะอาด = Model = S” ซึ่งเป็นการบริหารจัดการขยะในกลุ่มพื้นที่ขนาดเล็ก โดยกำหนดให้มีกิจกรรมร่วมกัน ได้แก่ การแต่งตั้งคณะกรรมการในระดับตำบล อบรมให้ความรู้การคัดแยกขยะมูลฝอยในครัวเรือน จัดระบบคัดแยกโดยนำไปจัดเก็บในพื้นที่ที่กำหนดของแต่ละหมู่บ้านหมู่บ้านละ 1 แห่ง ซึ่งชาวบ้านชุมชนตำบลวังทองมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการขยะ ตั้งแต่การรับรู้สภาพปัญหา ผลกระทบจากขยะและมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการกำจัดขยะในครัวเรือนและชุมชน ซึ่งแต่ละชุมชนเต็มใจในการนำแนวทางต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของกมลรัตน์ อานแดงและคณะ(2556) ศึกษาถึงวิธีการมีส่วน

ร่วมของประชาชนในการจัดขยะขององค์การบริหารส่วนตำบลชุมแพ จังหวัดขอนแก่น พบว่าชุมชนไม่มีถังขยะและไม่มีสถานที่ในการทิ้งขยะ ต้องนำขยะใส่ถุงดำและนำไปทิ้งถังขยะในตำบลชุมแพเอง ซึ่งชุมชนไม่มีวิธีการกำจัดขยะถูกสุขลักษณะ ภาครัฐต้องกระตุ้นและเน้นย้ำให้ชาวบ้านเห็นประโยชน์เข้ามารับรู้และร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อแก้ปัญหา เพราะปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

วิธีการกำจัดขยะอินทรีย์ของชุมชนตำบลวังทองมีจำนวน 4 รูปแบบ ได้แก่ การกำจัดขยะเปียกทั่วไปด้วยการทำน้ำหมักหัวเชื้อจุลินทรีย์ การกำจัดขยะจากพืชผลทางการเกษตรด้วยการหมักเปลี่ยนน้ำโปกเพื่อเป็นอาหารสัตว์ การกำจัดขยะอินทรีย์ในครัวเรือนด้วยการด้วยไส้เดือน การกำจัดขยะเศษเศษน้ำแกงด้วยการทำถังขยะเปียก สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐชนันท์ เขียงพุกษและคณะ(2555) ศึกษาสภาพการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนชนบทบ้านโคกม่วง อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า ปริมาณขยะมูลฝอยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ขยะมูลฝอยชุมชนและขยะมูลฝอยทางการเกษตรโดย ขยะมูลฝอยชุมชนแบ่งได้ 2 ประเภทย่อย คือ ขยะเปียกและขยะแห้ง สุรพงษ์ เล็กสมบูรณ์(2557) ศึกษากลยุทธ์การจัดการขยะแบบครบวงจร ประกอบด้วย การคัดแยกขยะมูลฝอย โครงการการทำปุ๋ยหมักจากขยะอินทรีย์ โครงการทำความสะอาดชุมชน และโครงการตลาดนัดขยะ

นอกจากนี้โดยชุมชนตำบลวังทองได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่าย “บ้านไส้เดือนรักษ์โลก” เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้การจัดการขยะอินทรีย์ได้ด้วยไส้เดือนภายในชุมชนและภายนอกชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยดวงใจ บุญรอดชู (2555) การศึกษารูปแบบการจัดการขยะในตลาด กรณีศึกษา : ตลาดสดบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าผู้ประกอบการค้าในตลาดก็มี การรวมตัวกันเป็นชมรมและมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการจัดการขยะ โดยการสร้างเครือข่าย นวัตกรรม “ตลาดสะอาด สวย ด้วยมือเรา” ในการคัดแยกขยะและจัดการขยะให้ถูกสุขลักษณะ ซึ่งทำให้ได้รูปแบบการจัดการขยะที่เป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลงานวิจัย

ในการบริหารจัดการขยะของชุมชนตำบลวังทอง ควรให้ความสำคัญในการสร้างความตระหนักและการให้ความร่วมมือในการดำเนินงานอย่างแท้จริง โดยการปรับเปลี่ยนทัศนคติตนเองหรือครัวเรือน ในการลดและคัดแยกขยะจากต้นทางหรือจากครัวเรือน นำไปสู่การบริหารจัดการขยะของชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

7.2 ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

ควรประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลายรูปแบบเพื่อรณรงค์ในการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง

7.3 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

เผยแพร่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนอื่น ๆ ที่มีบริบทพื้นที่ใกล้เคียงกันหรือนำไปพัฒนาต่อยอดแต่ละพื้นที่เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาให้กับท้องถิ่นของตนเอง

7.4 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาหาแนวทางการบริหารจัดการการแปรสภาพขยะที่ใช้แล้วให้นำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่อีกครั้ง

รายการอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. สำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย. (2551). คู่มือแนวทางการลด
คัดแยกและใช้ประโยชน์ขยะมูลฝอย. กรุงเทพมหานคร: รุ่งศิลป์ การพิมพ์ (1977).
- กมลรัตน์ อานแดงและคณะ. (2558). ศึกษาถึงวิธีการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดขยะ
ขององค์การบริหารส่วนตำบลชุมแพ จังหวัดขอนแก่น. งานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงใจ บุญรอดชู. (2551). การศึกษารูปแบบการจัดการขยะในตลาด กรณีศึกษา : ตลาดสดบางปะหัน จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ กลุ่มพัฒนาอนามัยสิ่งแวดล้อม ศูนย์อนามัยที่ 1
กรุงเทพฯ
- ณัฐชนันท์ เชียงพฤษและคณะ. (2555). ศึกษาสภาพการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนชนบทบ้านโคกม่วง อำเภอโนนสัง
จังหวัดหนองบัวลำภู. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปาริชาติ วัลย์เสถียรและคณะ. (2543). กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา. กรุงเทพมหานคร.
- ไพบุลย์ แจ่มพงษ์. (2553). การจัดการขยะโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัด
สมุทรสงคราม. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุรพงษ์ เล็กสมบูรณ์. (2557). ศึกษากลยุทธ์การจัดการขยะแบบครบวงจร. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2560). การจัดการขยะมูลฝอย พ.ศ. 2560. กระทรวงมหาดไทย.

แนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศ โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การ

GUIDELINES FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF INFORMATION SYSTEMS SERVICE PROCESSES BY USING PROCESS IMPROVEMENT TECHNIQUES OF THE CONCEPT TOTAL QUALITY MANAGEMENT

หิรัญ ศรีพิณฑุศร¹
กฤษฎ์ดิณณ์ พันธุ์ไพโรจน์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศ โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การ และเพื่อประเมินความพึงพอใจการปรับปรุงกระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรที่ให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 50 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ผลการศึกษา พบว่า การสร้างความเข้าใจในการให้บริการงานระบบสารสนเทศ การวิเคราะห์สถิติการทำงาน การตั้งคำถาม 5W1H และการระดมสมองวิเคราะห์ปัญหาจากนั้นวางแผน ลงมือปฏิบัติงานตามแผนการปรับปรุงกระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ภายในหนึ่งเดือนหลังจากการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศ ข้อบกพร่องจากเดิม 26 ครั้ง ลดลงเหลือ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 84.62 โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยความสำเร็จ ได้แก่ บุคลากรต้องพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในการใช้ระบบสารสนเทศ การบริหารกระบวนการที่วางแผนปรับปรุงมาปฏิบัติตามกระบวนการอย่างเป็นขั้นตอนโดยเคร่งครัด และองค์การต้องวางแผนบำรุงรักษาและจัดหาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ที่เหมาะสม

คำสำคัญ : การปรับปรุงประสิทธิภาพ, ระบบสารสนเทศ, การบริหารคุณภาพ

Abstract

The purposes of this research were to analyze the working processes of information system services by using the concept of process improvement techniques of the entire organization and to evaluate the satisfaction of working process improvement of information system services in Nakhon Sawan Rajabhat University. The sampling group used in this research consisting 50 of personals by specific sampling groups.

¹ นักวิชาการคอมพิวเตอร์ กลุ่มงานวิชาการและบริการการศึกษา สำนักงานคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

The results of the study showed that the understanding of information system services analysis of working statistics, questioning of 5W1H and brainstorming, analyzing problems and then planning, implementation of the operation according to the plan to improve the information service system could increase the efficiency of the information system in Nakhon Sawan Rajabhat University. Within one month after improving the efficiency of the information system service process, it showed that defects from the original 26 times reduced to 4 times, representing 84.62 percent. With satisfaction at a high level which success factors were personnels needed to develop knowledge and understanding of the use of information systems. To manage the process that was planned and developed to be implemented by stages strictly. And the organization had to plan for maintenance and seek for some new technology appropriately.

Keyword: improving the efficiency, information systems, total quality management

บทนำ

ภายใต้โลกของการแข่งขันยุคใหม่ สภาพแวดล้อมภายนอกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคอุตสาหกรรม จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอด การบริหารเชิงกลยุทธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะไม่ว่าธุรกิจจะมีขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กแล้วแต่ต้องเผชิญกับสถานการณ์การแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น หากผู้ประกอบการไม่มีทักษะและกลยุทธ์ในการบริหารจัดการก็จะเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของธุรกิจ การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานจึงเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมการบริหารงานให้ธุรกิจสามารถขับเคลื่อนไปได้บนสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรง

กลุ่มงานวิชาการและบริการการศึกษา สำนักงานคณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานหนึ่งที่มีหน้าที่สนับสนุนงานวิชาการและบริการการศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งมีสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะความมุ่งมั่นในการให้บริการทางการศึกษาอย่างต่อเนื่องและครบวงจร จากหลักสูตรสู่กระบวนการจัดการเรียนการสอน ประสานภารกิจเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการ สนับสนุนการพัฒนาคณะสู่ความเป็นสากล โดยสร้างเสริมงานวิชาการทุกด้านของคณะวิทยาการจัดการ และมหาวิทยาลัย อีกทั้งยังเป็นกลุ่มงานมาตรฐานงานวิชาการและบริการ การเรียนการสอนแบบบูรณาการ ส่งเสริมและพัฒนาทางด้านวิชาการเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการเรียนการสอนแต่ คณาจารย์ ซึ่งภายใต้โลกของการแข่งขันยุคใหม่เพื่อให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจำเป็นต้องอาศัยเทคนิควิธีต่าง ๆ เข้ามาช่วยบริหารจัดการ ดังเทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์กร

ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีก็คือการปรับปรุงนั่นเอง ซึ่งโดยหลักการแล้วเป็นการปรับปรุงงานโดยการทำงานให้น้อยลง ซึ่งในการใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์กรเป็นเทคนิค วิธีในการปรับปรุงงานโดยมุ่งเน้นที่จะลดขั้นตอนในการทำงานลง เพื่อให้ได้ทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สูงขึ้น และมุ่งปรับปรุงในทุกๆ ด้านขององค์กรเพื่อยกระดับชีวิตการทำงานของผู้ปฏิบัติงานให้สูงขึ้นตลอดเวลา นอกจากนี้ พินดา หวานพีช (2555) ได้อธิบายว่า ไคเซ็นหรือการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จสำหรับ แนวคิดแบบพอเหมาะ เพราะใช้เป็นหลักการในการบริหารธุรกิจได้ตรงเป้าหมายและตามความสำคัญ ทำให้มีการ ปรับตัวตามช่วงการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรหมทิพา ถาวรเลิศรัตน์ (2551:28) ที่ว่าไคเซ็นเป็นการสืบหาสาเหตุที่มาจากอิทธิพลหลักได้ทำให้มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาว

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงกระบวนการทำงานกลุ่มงานวิชาการและบริการการศึกษา สำนักงานคณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ให้มีประสิทธิภาพทันต่อ การเปลี่ยนแปลงภายใต้โลกของการแข่งขันยุคใหม่โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหาร

คุณภาพทั้งองค์การ เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ และหน่วยงานอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การ
2. เพื่อนำเทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การ มาพัฒนาและประยุกต์โดยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจการปรับปรุงกระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การ

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรที่ให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
 - 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรที่ให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 50 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)
2. ตัวแปรที่วิจัย มีดังนี้
 - 2.1 ตัวแปรต้น คือ กระบวนการทำงานให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การ
 - 2.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจต่อกระบวนการทำงานให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การ
3. สมมุติฐานงานวิจัย
 - 3.1 ความพึงพอใจของกระบวนการทำงานให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การอยู่ในระดับมาก

งานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. เทคนิคการตั้งคำถาม 5W1H
วันชัย ริจิรวนิช (2548) ได้อธิบายเกี่ยวกับการตั้งคำถาม 5W1H ประกอบด้วย What Why When Where Who และ How ใช้ถามเพื่อการตรวจพิจารณาปัญหาอย่างรอบครอบตามความเหมาะสมของคนทำงานสถานที่ทำงาน ลำดับขั้นตอนการทำงาน และวิธีการในแต่ละขั้นตอนการทำงาน เป็นต้น ซึ่งเทคนิคดังกล่าวช่วยให้สามารถวิเคราะห์ความจำเป็นของแต่ละขั้นตอนการทำงานอันนำไปสู่การกำหนดแนวทางการปรับปรุงวิธีการทำงานอย่างได้ผล
2. การบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM: Total Quality Management)
ทองทิภา วิริยะพันธุ์ (2545) ได้อธิบายไว้ว่า การตื่นตัวด้านการดำเนินงานคุณภาพ ทำให้ผู้บริหารองค์การต่างให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพทั้งองค์การ TQM เป็นหลักการบริหารที่มีความหมายบูรณาการเข้ากับทุกส่วนขององค์การ เพื่อแก้ปัญหา สร้างคุณค่าเพิ่ม การควบคุมต้นทุน การปรับโครงสร้างองค์การ และมีคุณประโยชน์

ต่อองค์การอย่างมหาศาล TQM เป็นทางเลือกและแนวทางในการปฏิบัติเพื่อช่วยให้ธุรกิจได้เปรียบในการแข่งขันและก้าวไปข้างหน้า

การบริหารเชิงคุณภาพโดยรวม เป็นการจัดระบบและวินัยในการทำงานเพื่อป้องกันความผิดพลาดเสียหาย และมุ่งสร้างคุณค่าในกระบวนการทำงานทุก ๆ ขั้นตอน โดยที่ทุกคนในองค์กรต้องมีส่วนร่วม ซึ่งจะทำให้เป็นปัจจัยสำคัญในการก้าวไปสู่ความเป็นเลิศ ทั้งในด้านการบริหารองค์การ การบริหารการผลิต การบริหารการตลาด การบริหารลูกค้า การบริหารบุคคล และการบริหารการเงิน เป็นต้น วัตถุประสงค์สำคัญที่สุดของการบริหารคุณภาพโดยรวม คือ การพัฒนาบุคลากรให้สามารถใช้ศักยภาพของตนเองได้อย่างเต็มที่ด้วยการมีส่วนร่วมในการปรับปรุงงาน และปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการอันจะเป็นผลให้คุณภาพชีวิตของพนักงานทุกคนดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการประยุกต์ใช้ การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมในองค์กร จะทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของสินค้าหรือบริการเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด เป็นการทำให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขัน มีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และเป็นแนวทางที่ช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนในการผลิตและการดำเนินงานได้ ซึ่งนอกจากจะมีผลต่อการผลิตแล้ว ยังทำให้ทุกกระบวนการมีความคล่องตัว และประสานงานกัน ก่อให้เกิดพัฒนาการขององค์กรในระยะยาว ผลที่องค์กรจะได้รับจากการบริหารคุณภาพโดยรวมนั้น คือ การมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้น มีการกำจัดของเสีย หรือทำให้ของเสียในองค์กรลดลง (Zero-Waste) ซึ่งเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีอีกด้วย

หลักการสำคัญของการจัดการคุณภาพ

การจัดการคุณภาพ (Quality Management) ประกอบไปด้วยงานที่สำคัญ ดังนี้

1. การวางแผนคุณภาพเชิงกลยุทธ์ (Strategic Quality Management) เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และการวางแผนคุณภาพ เป็นจุดเริ่มต้นของการบริหารคุณภาพ โดยที่การจัดการคุณภาพจะต้องบูรณาการเข้ากับการดำเนินงานทุกระดับ ตั้งแต่ การกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ กลยุทธ์ และ แผนปฏิบัติการ ที่จะต้องคำนึงถึงความจำเป็น และให้ความสำคัญกับการสร้างคุณภาพที่เป็นรูปธรรม และเข้าถึงทุกส่วนขององค์กร โดยผู้บริหารจะต้องสร้างวิสัยทัศน์คุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ และนำวิสัยทัศน์มาแปลเป็นการกิจ กลยุทธ์ และแผนคุณภาพที่มีความชัดเจน ครอบคลุม และเป็นรูปธรรม

2. การปรับปรุงคุณภาพ (Quality Improvement) เป็นการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาคุณภาพขององค์กร จะต้องดำเนินงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ด้วยความรอบคอบและความเข้าใจในข้อจำกัดของสถานการณ์ โดยผู้พัฒนาคุณภาพจะต้องศึกษา วิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นตามหลักเหตุผล และหลักการทางวิทยาศาสตร์ โดยพยายามหาวิธีการที่เรียบง่าย แต่มีประสิทธิภาพที่สุด (Simple but Efficient) มาใช้ในการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาผลงาน ซึ่งต้องดำเนินงานผ่านการบริหาร การฝึกอบรม และการเสริมแรงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สมาชิกทุกคนมีจิตสำนึก มีความมุ่งมั่น และต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพในทุกระดับ เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุความเป็นเลิศ (Excellence) ของคุณภาพและการดำเนินงาน

3. การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) เป็นกระบวนการจัดระบบการทำงาน และการปฏิบัติการ เพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ผลิตขึ้น มีคุณสมบัติสอดคล้องกับที่กำหนดไว้ ซึ่งจะดำเนินการโดยกำหนดมาตรฐาน เกณฑ์ และวิธีการติดตามตรวจสอบคุณภาพ เพื่อประเมินและเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับมาตรฐาน โดยปรับการดำเนินงานและผลลัพธ์ให้สอดคล้องกับมาตรฐาน โดยผู้ควบคุมคุณภาพจะตัดสินใจแก้ไขปัญหาตามความเหมาะสม การควบคุมคุณภาพจะเป็นทั้งงานพื้นฐาน และเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการจัดการคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าธุรกิจสามารถดำเนินงานอย่างคงเส้นคงวา และส่งมอบผลงานที่มีคุณภาพแก่ลูกค้าได้ตรงตามที่ตกลง และอย่างสม่ำเสมอ

การนำ TQM ไปประยุกต์ปฏิบัติเพื่อให้เกิดองค์การคุณภาพ

องค์การคุณภาพ (Quality Organization) นั้นจะต้องมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลาเนื่องจากคุณภาพเป็นพลวัต ดังนั้นในการประเมินรูปธรรมขององค์การคุณภาพนั้นจึงค่อนข้างทำได้ยาก แต่อย่างไรก็ตามคุณสมบัติ

โดยทั่วไปขององค์การคุณภาพสามารถพิจารณาได้ตามเกณฑ์การพิจารณาให้รางวัลคุณภาพ Malcolm Baldrige (Malcolm Baldrige Quality Award) หรือ MBQA ของสหรัฐอเมริกา ดังนี้

1. ภาวะผู้นำ (Leadership)
2. ข้อมูลสารสนเทศและการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ (Information and Analysis)
3. การวางแผนคุณภาพเชิงกลยุทธ์(Strategic Quality Planning)
4. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development and Management)
5. การจัดการกระบวนการคุณภาพ (Management of Process Quality)

6.คุณภาพและผลการดำเนินงาน(Quality and Operation Results)การนำ TQM ไปประยุกต์ใช้ในองค์การให้เกิดผลนั้น ต้องมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และเป็นสิ่งที่คุ้มค่ามากหากองค์การสามารถดำเนินงานเพื่อสร้าง TQM ให้เกิดขึ้นในองค์การได้ ขั้นตอนในการนำ TQM ไปสู่การปฏิบัติมีดังนี้

6.1 การคัดเลือกและแต่งตั้งผู้รับผิดชอบในการพัฒนาคุณภาพขององค์การ โดยผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปในองค์การ และผู้ที่ผ่านการคัดเลือกต้องสามารถทำงานเต็มเวลาได้ คอยติดตามตรวจสอบ ประเมิน และแก้ไขปัญหาได้

6.2 การวางแผนปฏิบัติ ผู้บริหารและทีมงานร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ด้านคุณภาพ เพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดแผนระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว โดยมีการกำหนดเวลา มีการสื่อสารให้เข้าใจทั่วทั้งองค์การเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการ TQM มีการพัฒนาผู้นำและสร้างทีมงาน มีการอบรมความรู้และทักษะในการบริหารคุณภาพ มีการปลูกฝังวัฒนธรรม TQM มีการจัดทำระบบเอกสารเพื่อไม่ให้เสียเวลากับงานเอกสาร มีการปรับโครงสร้างและระบบงาน มีการเปลี่ยนระบบประเมินผลและการให้รางวัลโดยให้ความสำคัญกับผลงานของทีม

6.3 การดำเนินงาน มีการนำแผนไปปฏิบัติอย่างเป็นระบบ ให้สอดคล้องตามแผนแม่บท เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วม มีการแก้ไขปัญหาที่สาเหตุและเป็นระบบ

6.4 ติดตาม ตรวจสอบ ประเมิน และแก้ไข มีความมุ่งมั่นในการแก้ไขปรับปรุง และหาแนวทางการปฏิบัติงานที่บรรลุคุณภาพสูงสุดอยู่เสมอ ไม่หยุดความพอใจอยู่กับความสำเร็จเดิม แต่ต้องมุ่งมั่นปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา

6.5 มีการเสริมแรงเพื่อรักษาปรัชญา และวัฒนธรรมการดำเนินงานแบบ TQM ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การดำเนินการวิจัย

1.1 ให้ความรู้สร้างความเข้าใจในการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

1.2 วิเคราะห์สถิติการทำงาน Cycle Time ก่อนปรับปรุงกระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

1.3 วิเคราะห์กระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ก่อนปรับปรุง

1.4 5W 1H และระดมสมองวิเคราะห์ปัญหากระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

1.5 กำหนดแผนงานในการปรับปรุงกระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

1.6 ลงมือปฏิบัติตามแผนงานใหม่ที่ได้ทำการปรับปรุง และประเมินกระบวนการให้บริการสารสนเทศภายหลังการปรับปรุง

- 1.7 ประเมินความพึงพอใจการทำงานหลังการปรับปรุง
- 1.8 รายงานสรุปผลการวิจัย
2. วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผลการวิจัย
 - คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการดังนี้
 - 2.1 การตรวจสอบข้อมูล โดยตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจและนำแบบสอบถามมาตรวจความถี่ และให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยจำแนกข้อมูลตามลักษณะของคำถามดังนี้
 - 2.2 แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ
 - ตอนที่ 2 การปรับปรุงกระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งเป็นลักษณะของแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาเปรียบเทียบกับ เกณฑ์การแปลความหมายผู้วิจัยได้คัดแปลงมาจากแนวคิดของ มานิตย์ สิงห์ทองชัย (2558: 43)

ผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์กระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การ

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์กระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ก่อนปรับปรุง ในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึง เดือนสิงหาคม 2561 พบความบกพร่องในระบบสารสนเทศซึ่งแบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. ระบบไม่สามารถให้บริการได้เนื่องจากระบบขัดข้องนานกว่า 1 ชั่วโมง 12 ครั้ง
2. ข้อมูลที่จัดเก็บไว้ใน Server สูญหาย 6 ครั้ง
3. โปรแกรมปฏิบัติการ (OS) ไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ 6 ครั้ง
4. โปรแกรมที่ติดตั้งไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ 4 ครั้ง
5. ฮาร์ดแวร์ชำรุด ไม่สามารถใช้งานได้ 3 ครั้ง

ขั้นตอนที่ 2 ได้ตั้งคำถาม 5W 1H และระดมสมองวิเคราะห์ปัญหากระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยกำหนดขั้นตอนการวิเคราะห์ความเสี่ยง ดังนี้

- 5.1 วิเคราะห์ระบบงาน และเก็บรวบรวมข้อมูลด้านทรัพย์สิน และบุคลากรสารสนเทศ
- 5.2 ชี้บ่งภัยคุกคามที่มีผลกระทบต่อการทำงานของบริการสารสนเทศ
- 5.3 ชี้จุดบกพร่อง หรือความอ่อนแอในระบบสารสนเทศ
- 5.4 วิเคราะห์จุดควบคุมปัจจุบัน และทบทวนประสิทธิภาพการควบคุมเดิม
- 5.5 กำหนดความถี่ของการเกิดความเสี่ยง แบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ ความถี่มาก ปานกลาง

และต่ำ

5.6 วิเคราะห์ผลกระทบจากความเสี่ยง ผลกระทบแบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ กระทบรุนแรง ปานกลาง และต่ำ

5.7 กำหนดมาตรการควบคุมความเสี่ยงในแต่ละระดับให้เหมาะสม โดยการวางแผนควบคุมความเสี่ยงและนำไปประยุกต์ใช้ในองค์การ

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา โดยใช้การตั้งคำถาม 5W 1H พบข้อบกพร่องหลัก 3 ลำดับแรกที่พบในขั้นตอนที่ 2 ได้แก่ 1) ระบบไม่สามารถให้บริการได้เนื่องจากระบบเครือข่ายขัดข้อง 2) ข้อมูลใน Server สูญ

หาย และ 3) โปรแกรมปฏิบัติการ OS ใช้งานไม่ได้ เนื่องจากปัญหาหลัก 3 ปัญหาที่ครอบคลุมความถี่ของข้อบกพร่องถึง 68% ของความถี่ทั้งหมด พบว่าปัจจัยหลักที่เป็นสาเหตุของข้อบกพร่องในครั้งนี้มี 4 ด้าน คือ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลระบบ ผู้ใช้งานระบบสารสนเทศกระบวนการทำงาน ฮาร์ดแวร์ซอฟต์แวร์ และข้อมูลสารสนเทศ

ขั้นตอนที่ 4 กำหนดแผนงานในการปรับปรุงกระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้ออกแบบกระบวนการใหม่ตามกระบวนการหลักของหน่วยงานย่อย 3 หน่วยงานได้เป็น 3 กระบวนการคือ 1) กระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศ 2) กระบวนการจัดทำระบบฐานข้อมูล 3) กระบวนการให้บริการคอมพิวเตอร์ และระบบเครือข่าย โดยกระบวนการทั้งสามได้มีการเพิ่มกระบวนการตรวจสอบระบบ และรายงานผลผู้บริหาร ผู้วิจัยได้วางแผนควบคุมความเสี่ยง โดยกำหนดแผนควบคุมความเสี่ยงที่เกิดจากช่องทางต่างๆ เช่น ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ สิ่งอำนวยความสะดวกในระบบสารสนเทศ เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย และอุปกรณ์เครือข่าย เอกสารและข้อมูลฐานข้อมูล บริการอีเมล บุคลากรทั้งภายในและภายนอก

ขั้นตอนที่ 5 จัดทำคู่มือการทำงานเพื่อให้การปฏิบัติงานมีคุณภาพตามที่กำหนด โดยเอกสารคู่มือการทำงานที่จัดทำขึ้นแบ่งออกเป็นสามส่วน คือ 1) นโยบายความปลอดภัย 2) คู่มือการทำงาน และ 3) แผนฉุกเฉิน

ขั้นตอนที่ 6 นำคู่มือการทำงานไปประยุกต์ใช้ โดยประกาศใช้นโยบายความปลอดภัย และแผนฉุกเฉินทั้งองค์การ โดยผู้บริหารมีการตรวจสอบให้มีการทำไปใช้อย่างเคร่งครัด รวมถึงการนำคู่มือการทำงานไปใช้ในการสอนงานผู้ปฏิบัติงานในศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องตามกระบวนการใหม่ที่มีการปรับปรุง

2. ผลการนำเทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การ มาพัฒนาและประยุกต์โดยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ขั้นตอนที่ 7 ประเมินกระบวนการให้บริการสารสนเทศภายหลังการปรับปรุง พบว่า การลงมือปฏิบัติงานตามแผนการปรับปรุงกระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ภายในหนึ่งเดือนหลังจากการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศ ข้อบกพร่องจากเดิม 26 ครั้ง ลดลงเหลือ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 84.62 โดยจำแนกดังนี้

7.1 ข้อบกพร่องด้านระบบไม่สามารถให้บริการได้เนื่องจากระบบเครือข่ายขัดข้อง ก่อนปรับปรุงพบว่ามีความถี่ 12 ครั้งต่อเดือน หลังปรับปรุงพบเพียง 2 ครั้งต่อเดือน

7.2 ข้อบกพร่องด้านฐานข้อมูลที่จัดเก็บไว้ในระบบ Server สูญหาย ก่อนปรับปรุงพบว่ามีความถี่ 6 ครั้งต่อเดือน ภายหลังการปรับปรุงไม่พบปัญหานี้

7.3 ข้อบกพร่องด้านโปรแกรมระบบปฏิบัติการ (OS) ไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ ก่อนปรับปรุงพบความถี่ 4 ครั้งต่อเดือน ภายหลังการปรับปรุงพบเพียง 1 ครั้งต่อเดือน

7.4 ข้อบกพร่องโปรแกรมที่ติดตั้งไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติก่อนปรับปรุง พบว่ามีความถี่ 6 ครั้งต่อเดือน ภายหลังการปรับปรุงพบเพียง 1 ครั้ง

7.5 ฮาร์ดแวร์ชำรุดไม่สามารถใช้งานได้ ก่อนปรับปรุง พบว่ามีความถี่ 3 ครั้งต่อเดือน ภายหลังการปรับปรุงไม่พบปัญหานี้

3. ผลการประเมินความพึงพอใจการปรับปรุงกระบวนการทำงานของการให้บริการงานระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 27 คน (ร้อยละ 54.00) ตำแหน่งอาจารย์ จำนวน 27 คน (ร้อยละ 54.00) รองลงมาเป็นผู้ปฏิบัติงานสายสนับสนุน จำนวน 13 คน (ร้อยละ 26.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์กร อยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยความสำเร็จในการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศ โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์กร ได้แก่ บุคลากรต้องพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในการใช้ระบบสารสนเทศ การบริหารกระบวนการที่วางแผนปรับปรุงมาปฏิบัติตามกระบวนการอย่างเป็นขั้นตอนโดยเคร่งครัด และองค์กรต้องวางแผนบำรุงรักษาและจัดหาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ อย่างเหมาะสม

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยนี้พบว่า ข้อบกพร่องในงานบริการสารสนเทศคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์มีแนวโน้มลดลงภายหลังปรับปรุงกระบวนการ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของระบบสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ภายในหนึ่งเดือนหลังจากการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศ ข้อบกพร่องจากเดิม 26 ครั้ง ลดลงเหลือ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 84.62 ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์กร อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้พบว่าเมื่อวางแผนควบคุมความเสี่ยงแล้วความเสี่ยงบางรายการลดระดับลงและไม่พบความเสี่ยงเลยในบางรายการ คือ 1) ความเสี่ยงที่ยังคงระดับความเสี่ยงไว้ในระดับเดิม เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากภัยธรรมชาติเนื่องจากความเสี่ยงนี้ สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อให้ภัยความเสียหายน้อยที่สุดคือการกำหนดแผนฉุกเฉินเพื่อรองรับความเสี่ยงดังกล่าว 2) สำหรับความเสี่ยงบางรายการ ที่ลดระดับจากปานกลางมาที่ระดับต่ำได้แต่ยังไม่สามารถกำจัดให้หมดไปได้เนื่องจากมีปัจจัยที่ควบคุมได้ยาก เช่น ผู้ใช้งานระบบ ผู้ดูแลระบบ และผู้รับจ้างจากภายนอก ที่เปลี่ยนแปลงบ่อยทำให้ความเสี่ยงยังคงเหลืออยู่ในระบบ ซึ่งจะต้องเฝ้าระวังไม่ให้ความเสี่ยงดังกล่าวยกระดับและทำให้เกิดความเสียหายต่อองค์กร นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการสารสนเทศของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศในหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ คือการจัดการกระบวนการ ที่ขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และไม่ได้รับการติดตามประเมินประสิทธิภาพสม่ำเสมอ สามารถปรับปรุงได้โดยการกำหนดวิธีการทำงานที่เป็นมาตรฐาน วางแผนการตรวจติดตามสม่ำเสมอ และปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง ปัญหาที่พบคือการไม่แผนดูแลบำรุงรักษาอุปกรณ์ในระบบสารสนเทศไม่กำหนดสิทธิการเข้าถึงที่ควบคุม การใช้งานฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ผิดวัตถุประสงค์ หรือใช้งานไม่เต็มประสิทธิภาพ ปรับปรุงได้โดยการวางแผนการบำรุงรักษาอุปกรณ์ในระบบสารสนเทศ กำหนดมาตรการควบคุมการเข้าถึงพื้นที่ที่สำคัญ กำหนดมาตรการควบคุมการติดตั้งใช้งานอุปกรณ์ในระบบสารสนเทศ และพัฒนาความรู้ความชำนาญให้บุคลากรทันต่อเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับการศึกษาของ ถนอมศรี เตมานูวัตร์ และ ไสว ศิริทองถาวร (2553) ได้ศึกษาการปรับปรุงกระบวนการให้บริการงานสารสนเทศ โดยการประยุกต์ใช้มาตรฐานบริหารความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ ISO/IEC 27001 ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการให้บริการสารสนเทศได้ออกแบบกระบวนการใหม่เพิ่ม 2 ขั้นตอน คือขั้นตอนการตรวจสอบระบบที่ให้บริการ และขั้นตอนการรายงานต่อผู้บริหาร นอกจากนี้การให้บริการสารสนเทศมีความสอดคล้องกับมาตรฐาน ISO/IEC 27001 และครบถ้วนทุกข้อกำหนด ส่งผลให้ภายในหนึ่งเดือนภายหลังการปรับปรุงกระบวนการ ข้อบกพร่องลดลงจากเดิมจำนวน 31 ครั้ง โดยลดลงเหลือเพียง 5 ครั้ง หรือลดลงได้ 83.8% และปัจจัยความสำเร็จในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) บุคลากรต้องพัฒนาความรู้และความเข้าใจในมาตรฐาน ISO/IEC 27001 และมีความตระหนักด้านความปลอดภัยในระบบสารสนเทศ 2) การบริหารกระบวนการที่วางแผนปรับปรุงกระบวนการไว้อย่างเป็นขั้นตอน และนำมาตรฐานงานที่ปรับปรุงไปสู่การปฏิบัติโดยเคร่งครัด และ 3) องค์กรต้องวางแผนบำรุงรักษาปัจจัยทางกายภาพและจัดหาเทคโนโลยีที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ พัชรีย์ ภัทรธาดาเกียรติ และดาริชา สุธีวงศ์ (2555) ได้ศึกษาการปรับปรุงมาตรฐานการปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตเครื่องดื่มเข้มข้น ผลการศึกษาพบว่า สามารถลดเวลานำการผลิตเครื่องดื่มต่อ 1 รอบการผลิตลงจากเดิมได้ประมาณ 23.4 % ซึ่งแนวทางการปรับปรุงที่ได้จากงานวิจัยนี้สามารถนำไปสร้างเป็นขั้นตอนมาตรฐานในการผลิตเครื่องดื่มเข้มข้นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศ โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การพบว่ามี 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) บุคลากร ปัญหาที่พบคือ ใช้งานระบบสารสนเทศผิดวัตถุประสงค์ แนวทางการปรับปรุง คือ กำหนดนโยบายและสร้างความเข้าใจโดยอบรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับบุคลากร 2) การจัดการกระบวนการ ปัญหาที่พบคือ ขาดการบริหารจัดการกระบวนการและไม่ได้มีการติดตามอย่างสม่ำเสมอ แนวทางแก้ไขคือ วางแผนการติดตามกระบวนการอย่างต่อเนื่อง และ 3) ปัจจัยทางกายภาพ และเทคโนโลยี ปัญหาที่พบคือ ขาดการดูแล บำรุงรักษาอุปกรณ์ในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ แนวทางแก้ไข คือ พัฒนาคำแนะนำความรู้ความชำนาญให้กับบุคลากรเพื่อให้ทันต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และกำหนดมาตรการควบคุมการติดตั้งการใช้งานระบบ

นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้บุคลากรในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ได้รับความรู้เกี่ยวกับหลักการ หรือแนวคิดต่าง ๆ ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น การทำกิจกรรม 5 ส. และ TQM และที่สำคัญควรกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร หรือจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญต่อองค์กร รวมไปถึงการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อดูแลการปรับปรุงและพัฒนาแนวทางของเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ

สำหรับงานวิจัยในอนาคตควรศึกษาแนวทางตามหลักการอื่น ๆ เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการ และศึกษาปริมาณงาน ปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่องานบริการอื่น ๆ ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ให้การทำงานมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นไป

เอกสารอ้างอิง

- ถนอมศรี เตมานุวัตร์ และ ไสว ศิริทองถาวร. (2553). การปรับปรุงกระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศ โดยการประยุกต์ใช้มาตรฐานบริหารความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ ISO/IEC 27001. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. หน้า 107-116.
- พนิดา หวานเพ็ชร. (2555). การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานโดยใช้แนวคิดโคเซ็น กรณีศึกษาแผนกบัญชีค่าใช้จ่าย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. แนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการงานระบบสารสนเทศ โดยใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการของแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์การ
- พรรณทิพา ถาวรเลิศรัตน์. (2551). ปรับปรุงประสิทธิภาพในการบรรจุผลิตภัณฑ์ น้ำผลไม้ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการผลิตแบบพอเหมาะ กรณีศึกษา : บริษัท เอ-พลัส โสจิสติกส์ แอนด์เซอร์วิส จำกัด. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พัชรี ภัทรธาดาเกียรติ และดาริชา สุธีวงศ์. (2555). การปรับปรุงมาตรฐานการปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตเครื่องดื่มเข้มข้น. วิศวกรรมสารฉบับวิจัยและพัฒนา. 23(1), หน้า 62-74.
- มานิตย์ สิงห์ทองชัย. (2558). ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจในรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี. รายงานการวิจัย นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- วันชัย ริจิวณิช. (2548). การศึกษาการทำงานหลักการและกรณีศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
และความพึงพอใจในการเรียนรายวิชาการเงินธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

LEARNING OUTCOME OF ACTIVE LEARNING BEHAVIORS AFFECTING LEARNING
ACHIEVEMENT AND STUDENTS SATISFACTION BUSINESS FINANCE COURSE OF
UNDERGRADUATE NAKHON SAWAN RAJABHAT UNIVERSITY

มานิตย์ สิงห์ทองชัย^{1*}

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเรียนรู้และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการเงินธุรกิจก่อนเรียนและหลังเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิดและเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียวและเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิดและเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ชั้นปีที่ 2 ที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2557 จำนวน 27 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ 1) แผนการสอนรายวิชาการเงินธุรกิจ โดยใช้การจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ คิดร่วมกัน และ ทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ ทำคนเดียว 2) แบบประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ 3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และ 4) แบบสอบถามความพึงพอใจในการเรียน การวิเคราะห์ข้อมูลทำโดยการวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติอนพาราเมตริก

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาการเงินธุรกิจหลังเรียนของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เท่ากับร้อยละ 81.48 ซึ่งสูงเกณฑ์ร้อยละ 60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว มีความพึงพอใจในการเรียนอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การเรียนแบบใฝ่รู้ เทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด และการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว การเงินธุรกิจ

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ 398 หมู่ 9 ถนนสวรรคคีรี ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 60000 E-mail : manit.s@nsru.ac.th

¹Assistant Professor, Ph.D., Department of Economics, Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University, 398 Moo 9, Sawan Withi Rd., Muang, Nakhon Sawan, Thailand, 60000 E-mail : manit.s@nsru.ac.th

Abstract

The purposes this research were of to 1) compare learning behavior and achievement of the business finance course before and after the learning of undergraduate students the techniques think, pair, share and team, pair and individual, 2) study the satisfaction in business finance of undergraduate students through techniques think, pair, share and team, pair and individual. The samples used in this research were 27 of undergraduate students (year 2) Nakhon Sawan Rajabhat University; bachelor degree of business administration program department of business computer. Studying in the academic year 2014 from a purposive random sampling. The research methods and instruments used to collect data in this study 1) lesson plan course business finance using the techniques think, pair, share and team, pair and individual, 2) learning behavior assessment from, 3) learning achievement test and 4) a questionnaire on satisfaction in learning. The qualitative data were presented with analytical description, percentage, means and standard deviation, analyzing and comparing their relationship in tables accompanied by nonparametric hypothesis testing.

The study revealed that; The learning behavior of the business finance course after the learning through active learning by techniques think, pair, share and team, pair and individual was significantly higher than before at the .01 level, and the academic achievement was at 72.97% which was significantly higher than 60 % criteria and at the .05 level, and the learning satisfaction of active learning through techniques think, pair, share and team, pair and individual was at the very level.

Keywords: Active Learning, Think pair share, Team pair individual Technic, Business finance

บทนำ

จากสภาพปัจจุบันในการจัดการเรียนการสอนรายวิชาการเงินธุรกิจในระดับสถาบันอุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัยยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากวิชาการเงินธุรกิจ มีลักษณะเป็นนามธรรม และเนื้อหาบางตอนก็ยากที่จะอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจ ต้องใช้ความคิดอย่างสมเหตุสมผล จึงจะเรียนรู้และเข้าใจโครงสร้างทางการเงินธุรกิจได้ ทำให้ผู้สอนได้ทำการสอบถามผู้เรียนแล้ว (มานิตย์ สิงห์ทองชัย, 2552) พบว่า ผู้เรียนไม่สามารถนำผลจากการคำนวณมูลค่าเงินตามเวลาและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน เพื่อเสนอให้กับผู้บริหารหรือผู้ซึ่งการเงินอ่านเข้าใจ ส่วนหนึ่งนั้น ผู้เรียนส่วนใหญ่ไม่ชอบเรียนวิชาการเงินธุรกิจ และมีผลการเรียนอยู่ในระดับที่ไม่น่าพอใจ ผู้เรียนคิดแก้ปัญหาการเงินธุรกิจไม่เป็น ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดหรือทำใบงานไม่ได้ ผู้เรียนไม่สนใจและไม่ตั้งใจเรียน อีกทั้งผู้เรียนส่วนใหญ่ไม่มีทักษะในการคิดคำนวณและการแก้ปัญหาทางการเงินธุรกิจ สาเหตุดังกล่าว ยิ่งทำให้ผู้เรียนไม่ประสบผลสำเร็จในการเรียนวิชาการเงินธุรกิจ ด้านการวิเคราะห์มูลค่าทางการเงินตามเวลา และความเป็นไปได้ในการวิเคราะห์การลงทุน อย่างไรก็ตาม การจัดการเรียนการสอนในรูปแบบต่าง ๆ ผู้สอนต้องคำนึงและประยุกต์แนวทางการสอนให้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ทำการวิเคราะห์ และในแต่ละแบบย่อมมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน หรือมีความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันออกไป ด้วยความเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกันตามทักษะของผู้เรียน ตลอดจนบุคคลผู้สนใจในวิชาการเงินธุรกิจเป็นสำคัญ ซึ่งโดยปกติทั่วไปแล้ว วิชาการเงินธุรกิจนั้นเป็นวิชาที่เข้าใจยาก จับประเด็นไม่ค่อยได้ถึงแม้ผู้เรียนบางรายผ่านวิชานี้มาแล้วก็ตามที่แต่ก็ยังมีคุณสมบัติที่สนใจ จนทำให้ไม่สามารถจะใช้วิชาการที่ได้ร่ำเรียนมาในภาคปฏิบัติได้อย่างเต็มที่ ซึ่งทำให้ในบางขณะหรือในบางกรณีรู้สึกกันว่า วิชาการเงินธุรกิจ

ไม่มีประโยชน์ในภาคปฏิบัติ เพราะขาดความชัดเจนแน่นอนในทฤษฎีจนทำให้เกิดการขาดความเข้าใจในวิชาการเงินธุรกิจตามไปด้วยนั่นเอง

ในด้านผู้สอนเนื่องจากอาจารย์มหาวิทยาลัยบางท่านอาจสอนผู้เรียนที่ไม่ได้เรียนรายวิชาการเงินธุรกิจมาก่อน เพราะผู้เรียนมีความเข้าใจผิด ๆ หรือความรู้ที่ผิวเผินเกี่ยวกับวิชาการเงินธุรกิจ แต่อย่างไรก็ดี ผู้ใหญ่หรือพลเมืองทุกคนในสังคมก็จำเป็นต้องมีความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจ ซึ่งนับว่าโชคดีที่ยังมีความคิดพื้นฐานทางการเงินธุรกิจที่มีความเรียบง่าย ถ้าใช้สื่อการสอนและวิธีสอนที่เหมาะสมและไม่มีเหตุผลอื่นใดที่จะต้องกลัวว่าจะสร้างความผิวเผินในวิชาการเงินธุรกิจมากกว่าวิชาในศาสตร์อื่น ๆ ซึ่งธรรมชาติของการจัดเตรียมการสอนนั้น วิชาการเงินธุรกิจไม่เพียงแต่เป็นการกำหนดจุดประสงค์เท่านั้น แต่ซึ่งต้องมีเป้าหมายความสำเร็จที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาความรู้ที่ผู้เรียนได้รับ หากอยู่ที่กระบวนการแสวงหาคำตอบ เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ขึ้นในชีวิตและผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปใช้ได้

จากประสบการณ์การสอนกลุ่มนักศึกษาปัจจุบัน ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 ผู้สอนรับผิดชอบการสอนรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) เป็นการศึกษาถึงความสำคัญของการวางแผนการดำเนินงานและการควบคุมทางการเงิน การจัดหาเงินทุน การเลือกส่วนผสมทางการเงิน ต้นทุนของเงินทุน โครงสร้างเงินทุนการจัดสรรเงินทุนในสินทรัพย์ประเภทต่างๆ การวิเคราะห์ผลตอบแทนและความเสี่ยง เครื่องมือในการวิเคราะห์งบการเงินและงบลงทุน ตลอดจนนโยบายการเงินที่สำคัญของธุรกิจ ซึ่งโดยพื้นฐานของวิชาที่เกี่ยวข้องกับการคำนวณทางคณิตศาสตร์ การศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาการเงินธุรกิจ จึงมิใช่เป็นเรื่องที่ทำความเข้าใจกันได้โดยง่าย ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ และสำคัญยิ่งในการคิดค้นวิธีการสอนที่สามารถทำให้ผู้เรียนส่วนใหญ่เข้าใจอย่างถ่องแท้ ที่สามารถสะท้อนให้เห็นได้ จากผลสัมฤทธิ์ด้านการเรียนวิชาการเงินธุรกิจของผู้เรียนให้ดีขึ้นจากเดิม (มานิตย์ สิงห์ทองชัย, 2557) พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเรียนการสอนที่ทำให้เด็กไม่มีความสุขในการเรียนหลายเรื่อง เช่น สภาพการเรียนการสอนที่น่าเบื่อหน่าย บางทีปัญหาเกิดจากตัวผู้เรียนเองที่มีความใส่ใจในการเรียนน้อย พฤติกรรมการเรียนรู้ผู้เรียนไม่ให้ความสนใจในการเรียนการสอน อาทิ คุยกัน นั่งเหม่อลอย จดอย่างเดียว ไม่ค่อยแสดงความคิดเห็น ผู้เรียนไม่สามารถปลูกฝังความรักที่จะเรียนรู้ ส่วนใหญ่จะเน้นภาคทฤษฎีมากกว่าการปฏิบัติ ขาดทักษะและเทคนิคในการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับความเป็นจริง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการใช้วิธีสอนเป็นกลุ่มใหญ่เป็นวิธีที่ทำให้ผู้สอนและผู้เรียนไม่ค่อยมีความใกล้ชิดกัน

จากปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาซึ่งเป็นอาจารย์คนหนึ่งสอนในรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) ได้สังเกตเห็นถึงปัญหาในการสอนมาโดยตลอด สิ่งที่พบมากที่สุด คือ ผู้เรียนมีความขี้เกียจ ไม่กล้าแสดงออก ขาดความมั่นใจในตนเอง และมักจะมีอคติต่อรายวิชาการเงินว่าเป็นวิชาที่ยากเกินไป ผู้ศึกษาจึงพยายามศึกษารูปแบบการสอนต่างๆ เพื่อที่จะนำมาแก้ไขปัญหานี้ จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า มีผลงานวิจัยที่แสดงถึงความสำเร็จของการทำให้ผู้เรียนร่วมมือกันเรียนรู้ช่วยเหลือกันในด้าน การเรียนในห้องเรียนที่มีผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ผู้เรียนสามารถเรียนรู้จากกันและกัน ซึ่งส่งผลให้การเรียนของผู้เรียนมีความก้าวหน้าดียิ่งขึ้น วิธีการจัดการเรียนการสอนแบบนี้ เรียกว่า การเรียนแบบใฝ่รู้ (active learning) ซึ่งผู้ศึกษาคาดว่า วิธีการเรียนแบบนี้จะส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนดีขึ้นได้

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทดลองจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้โดยใช้เทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว มาประกอบ ในรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งนำเนื้อหาที่มีอยู่ในบทเรียนจากเอกสารประกอบการสอนมาใช้ในการเรียนการสอน เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการ แก้ปัญหาปรับปรุงการเรียนการสอนวิชาการเงินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการศึกษาในครั้งนี้จะเน้นเนื้อหาในส่วน ที่เกี่ยวกับการคิดดอกเบี้ย มูลค่าเงินตามเวลา และการประเมินค่าการลงทุน โดยหวังว่าการจัดการเรียนการสอนแบบใฝ่รู้ จะสามารถใช้เป็นเทคนิคการเรียนการสอนหนึ่งในหลายเทคนิคที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ที่สัมพันธ์กับชีวิตจริงและได้รับการฝึกฝนทักษะกระบวนการแสวงหาความรู้ ทักษะการบันทึกความรู้ ทักษะการคิด ทักษะการจัดการกับความรู้ ทักษะการแสดงออก ทักษะการสร้างความรู้ใหม่และทักษะการทำงานเป็นกลุ่ม เพื่อให้

การเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยสามารถส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มีโอกาสพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้บรรลุตามจุดประสงค์ของหลักสูตร และสามารถเพิ่มพูนความรู้แก่ผู้เรียนให้มีความเข้าใจในพื้นฐานเกี่ยวกับวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) อย่างมีหลักวิชาการอยู่ในจิตสำนึกตลอดจนนำไปปรับใช้กับชีวิตประจำวันหรือการทำงานในองค์กรธุรกิจเมื่อสำเร็จการศึกษาไปแล้วได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เปรียบเทียบพฤติกรรมการเรียนรู้และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการเงินธุรกิจก่อนเรียนและหลังเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิดและเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียวกับเกณฑ์ร้อยละ 60
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิดและเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ชั้นปีที่ 2 ห้อง 1 ที่กำลังศึกษารายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) อยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง

2. เครื่องมือที่ใช้การวิจัย มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 4 ชุด คือ

2.1 แผนการสอนรายวิชาการเงินธุรกิจ โดยใช้การจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ ประกอบด้วยขั้นตอนการสอน 5 ขั้น คือ ขั้นนำ ขั้นแลกเปลี่ยนประสบการณ์ โดยใช้เทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิดขั้นสร้างองค์ความรู้ร่วมกัน ใช้เทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ขั้นลงมือปฏิบัติหรือประยุกต์ใช้ จะใช้เทคนิค ทำเป็นคู่ และทำคนเดียวซึ่งได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทั้งนี้ความเหมาะสมและคุณภาพแผนการสอนอยู่ในระดับเหมาะสมมาก ($\bar{x} = 4.62$ และ S.D. 0.233)

2.2 แบบประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ จำนวน 30 ข้อ แบ่งเป็นด้านการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ 22 ข้อ ด้านกระบวนการเรียนรู้ 8 ข้อ โดยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านประเมินความตรงเชิงโครงสร้างและนำไปทดลองใช้กับนักศึกษาในกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เพื่อวิเคราะห์หาความเที่ยงโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงเท่ากับ 0.822

2.3 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 20 ข้อ มีอำนาจจำแนกระหว่าง .25 - .60 ความยากง่ายระหว่าง .64 - .88 และนำมาหาความเที่ยงตามวิธีของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน (kr-20) ได้เท่ากับ 0.991

2.4 แบบสอบถามความพึงพอใจในการเรียน จำนวน 15 ข้อ นำไปทดลองใช้กับนักศึกษาในกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ และนำมาวิเคราะห์หาความเที่ยงโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงเท่ากับ 0.972

3. การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยนำแบบประเมินแบบทดสอบ แบบสอบถาม และแผนการสอนไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างตามลำดับดังนี้

3.1 ทดสอบก่อนเรียนกับนักศึกษา ในวันที่ 19 มีนาคม 2558 ด้วยแบบประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน บันทึกคะแนนสอบไว้เป็นคะแนนก่อนเรียน

3.2 ทดลองสอนกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยใช้แผนการสอนที่พัฒนาขึ้นในระหว่างวันที่ 19 มีนาคม 2558 ถึง 2 เมษายน 2558

3.3 ทดสอบหลังเรียนกับนักศึกษากลุ่มทดลอง ในวันที่ 2 เมษายน 2558 ด้วยแบบประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และแบบสอบถามความพึงพอใจ บันทึกคะแนนสอบไว้เป็นคะแนนหลังเรียน

3.4 ตรวจสอบวัดแบบประเมินแบบทดสอบ และแบบสอบถาม เพื่อนำคะแนนไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษา

ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจในการเรียนรายวิชาการเงินธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผู้วิจัยสามารถอธิบายได้ ดังนี้

ตาราง 1 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน

พฤติกรรมการเรียนรู้	ก่อนเรียน		หลังเรียน		ก่อน-หลังเรียน		t	Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ(22 ข้อแรก)	2.000	.000	3.810	.622	1.815	.622	15.150	.000**
2. ด้านการเรียนรู้เป็นกลุ่ม(8 ข้อหลัง)	2.000	.000	3.983	.781	1.926	.781	12.816	.000**
รวมทุกด้าน(30 ข้อ)	2.000	.000	3.850	.622	1.852	.662	14.527	.000**

** Sig. < .01

จาก(ตาราง1) พฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด (think - pair - share) และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว (team - pair - solo) โดยมีค่าเฉลี่ยรวม (\bar{x}) ระหว่างก่อนและหลังเรียน เท่ากับ 1.852 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) เท่ากับ .622 เมื่อพิจารณาภาพรวมและรายด้านการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ทั้งนี้ก่อนเรียนนักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนรู้อยู่ในระดับค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.000 หลังเรียนนักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนรู้อยู่ในระดับค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.850 นอกจากนี้จากการสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเรียนรู้ก่อนและหลังเรียน พบว่า พฤติกรรมการเรียนรู้หลังเรียนนั้นสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 2 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D	t	Sig.
ก่อนเรียน	5.222	2.375	9.000	3.658	12.783	.000**
หลังเรียน	14.222	2.806				

** Sig. < .01

จาก(ตาราง 2) นักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด (think - pair - share) และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว (team - pair - solo) มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้ นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 5.22 หลังเรียนเท่ากับ 14.22 และนักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ยก่อนเรียนและหลังเรียนเท่ากับ 9.000

ตาราง 3 จำนวนนักศึกษาที่ผ่านเกณฑ์สัดส่วน 0.6 หรือร้อยละ 60

จำนวนนักศึกษา	จำนวนเต็ม (27 คน)	จำนวนที่ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 60 (คน)	สัดส่วน	Z*
ตามที่คาดหวัง	17	10.200	0.6296	.0772
ตามที่เป็นจริง	22	16.200	0.8148	

*Z_{.05}(ตาราง) = 1.65

จาก(ตาราง 3) จำนวนนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด (think - pair - share) และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว (team - pair - solo) มีสัดส่วนเท่ากับ 0.8148 หรือร้อยละ 81.48 ของนักเรียนทั้งหมด ซึ่งไม่แตกต่างกับเกณฑ์สัดส่วน 0.6 หรือเกณฑ์จำนวนร้อยละ 60

ตาราง 4 ผลการศึกษาความพึงพอใจในการเรียนรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101)

ที่	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1	พึงพอใจในวิธีการเรียนแบบนี้	3.519	.802	มาก
2	อยากให้มีโอกาสเรียนเช่นนี้มากขึ้น	3.481	.802	มาก
3	นักศึกษามีบทบาทในการเรียนมากขึ้น	3.926	.616	มาก
4	เข้าใจในวัตถุประสงค์ของเนื้อหามากขึ้น	3.519	.935	มาก
5	เข้าใจถึงความสำคัญของเนื้อหาวิชามากขึ้น	3.370	.742	ปานกลาง
6	สามารถนำเรื่องราวที่พบเห็นในชีวิตประจำวันมาใช้ในบทเรียนได้มากขึ้น	3.481	.935	มาก
7	กระตือรือร้นในการเรียนมากขึ้น	3.667	.734	มาก
8	ฝึกกระบวนการในการคิดและตัดสินใจด้วยตัวเองมากขึ้น	3.926	.550	มาก
9	มีโอกาสนำมาปฏิบัติด้วยตัวเองมากขึ้น	3.926	.550	มาก
10	มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับเพื่อนในชั้นเรียนมากขึ้น	3.926	.829	มาก
11	เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น/ซักถามในชั้นเรียนมากขึ้น	3.852	.770	มาก
12	มีการประยุกต์ใช้เรื่องราวที่พบเห็นจริงทำให้เข้าใจเนื้อหาเพิ่มขึ้น	3.692	.788	มาก
13	บรรยากาศในชั้นเรียนเป็นกันเองมากขึ้น	3.815	.786	มาก
14	สามารถเรียบเรียงเนื้อหาบทเรียนได้เป็นระบบมากขึ้น	3.778	.801	มาก
15	สามารถจดจำเนื้อหาบทเรียนได้นานยิ่งขึ้น	3.593	.844	มาก
16	เพื่อน ๆ ในชั้นเรียนมีการปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้น	3.582	.864	มาก
17	รู้ถึงขอบเขตของเนื้อหาวิชาเพิ่มขึ้น	3.556	.751	มาก
18	ได้รับความรู้รอบตัวมากขึ้น	3.593	.797	มาก
19	เข้าใจถึงวิธีการในการรวบรวมองค์ความรู้จากสิ่งแวดล้อมรอบตัวมากขึ้น	3.481	.802	มาก
20	สื่อรูปภาพที่ใช้มีความเหมาะสมกับเนื้อหา	3.630	.839	มาก
21	สื่อที่ใช้สามารถสร้างองค์ความรู้ได้เป็นอย่างดี	3.556	.698	มาก
22	สื่อที่ใช้สามารถส่งเสริมความสามารถในการเรียนรู้ได้มากขึ้น	3.481	.643	มาก
23	กระบวนการเรียนการสอนเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนมากขึ้น	3.704	.669	มาก
24	พึงพอใจในกระบวนการเรียนการสอนแบบนี้	3.852	.770	มาก
25	นักศึกษาได้รับทราบถึงผลที่ได้รับจากการเรียนรู้ชัดเจนและทันเวลาที่	3.667	.679	มาก
26	ผลการประเมินที่ได้รับสามารถนำมาปรับความเข้าใจในเนื้อหาให้ถูกต้องได้	3.741	.656	มาก

ที่	ข้อความถาม	\bar{x}	S.D.	แปลผล
27	เวลาที่ใช้ในการเรียนการสอนเหมาะสม ไม่ช้าและเร็วจนเกินไป	3.741	.813	มาก
28	สามารถสร้างจินตนาการตามวัตถุประสงค์ของเนื้อหาได้ชัดเจนขึ้น	3.704	.724	มาก
29	รู้จักกระบวนการในการแสวงหาความรู้มากขึ้น	3.778	.641	มาก
30	สภาพแวดล้อมในห้องเรียนเอื้อต่อการรับรู้มากขึ้น	3.741	.813	มาก
	เฉลี่ยรวม	3.685	.752	มาก

จาก(ตาราง 4) ผลการศึกษาความพึงพอใจในการเรียนรายวิชาการเงินธุรกิจ (3251101) ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด (think - pair - share) และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว (team - pair - solo) มีระดับความพึงพอใจโดยเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากับ 3.685 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ .752

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยสรุปได้ว่านักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว มีพฤติกรรมการเรียนรู้หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งในภาพรวมและรายด้านทั้งนี้ก่อนเรียนนักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนรู้ในระดับค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.000 หลังเรียนนักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนรู้ในระดับค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.850 และมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาการเงินธุรกิจ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 5.222 หลังเรียนเท่ากับ 14.222 และค่าเฉลี่ยระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนเท่ากับ 9.000 ในจำนวนนี้มีนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว มีสัดส่วนเท่ากับ 0.8148 หรือร้อยละ 81.48 ของผู้เรียนทั้งหมด สูงกว่าเกณฑ์สัดส่วน 0.6 หรือร้อยละ 60 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และมีความพึงพอใจในการเรียนภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.685 และ S.D. 0.752)

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลในพฤติกรรมการเรียนรู้หลังเรียนของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อันเนื่องมาจากการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคดังกล่าว ครั้นนี้ นักศึกษาได้คิด ได้ตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติด้วยตนเองในการทำงานเดี่ยว และได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักศึกษาคนอื่น ๆ ในห้องเรียนระหว่างการทำงานแบบกลุ่ม โดยผู้สอนเป็นเพียงผู้ให้คำชี้แนะ ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ที่ดีขึ้น และสามารถจดจำความรู้ดังกล่าวได้นานยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของจอห์นสัน และจอห์นสัน (Johnson and Johnson. 1987: 27-30) ที่ว่าการมีปฏิสัมพันธ์ที่ส่งเสริมกันระหว่างผู้เรียน คือ ผู้เรียนในแต่ละกลุ่มจะมีการอภิปราย อธิบายและการซักถาม แลกเปลี่ยนความเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อให้สมาชิกแต่ละคนในกลุ่มเกิดการเรียนรู้ และรู้ถึงเหตุและผลซึ่งกันและกัน สมาชิกในกลุ่มมีการช่วยเหลือ สนับสนุน กระตุ้นส่งเสริมและให้กำลังใจในกันและกันในการทำงานและการเรียนเพื่อให้ประสบผลสำเร็จบรรลุเป้าหมายของกลุ่ม (บัญญัติ ชำนาญกิจ. 2551: 17) อีกทั้งได้มีโอกาสประยุกต์ใช้ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับ Artzt and Newman. 1990: 448-449) และมานิตย์ สิงห์ทองชัย (2552) กับหลักการเรียนแบบร่วมมือที่ว่า กล่าวว่าการเรียนแบบร่วมมือเป็นวิธีที่ผู้เรียนทำการแก้ปัญหาพร้อมกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ สมาชิกทุกคนในกลุ่มมีความสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของกลุ่ม เพื่อบรรลุเป้าหมายสมาชิกทุกคนจึงช่วยเหลือซึ่งกันและกันให้เกิดการเรียนรู้และแก้ปัญหาครุไม่ใช้เป็นแหล่งความรู้ที่คอยป้อนแก่ผู้เรียน แต่จะมีบทบาทเป็นผู้คอยให้ความช่วยเหลือจัดหาและชี้แนะแหล่งข้อมูลในการเรียนตัวผู้เรียนเองจะเป็นแหล่งความรู้ซึ่งกันและกันในกระบวนการเรียนรู้

นอกจากนี้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาการเงินธุรกิจของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียวสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รวมถึงมีเกณฑ์สัดส่วนสูงถึงร้อยละ 81.48 ซึ่งสูงเกณฑ์ร้อยละ 60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 น่าจะเนื่องมาจากการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิดและเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียวครั้งนี้ ซึ่งนักศึกษามีส่วนร่วมในการค้นหาคำตอบที่เกิดขึ้นด้วยตนเอง มีการร่วมกันสร้างองค์ความรู้ร่วมกัน มีการนำเสนอความรู้เพื่อทดสอบว่าสิ่งที่ผู้เรียนแต่ละคนคิดนั้น มีความเห็นเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร เมื่อพบว่าผู้เรียนมีความเห็นที่แตกต่างกัน ผู้เรียนจะต้องมาร่วมกันวิเคราะห์ว่าเพราะเหตุใดจึงเกิดความแตกต่างและจะร่วมมือกันในการหาข้อสรุปที่เป็นหนึ่งเดียวได้อย่างไร โดยผู้สอนจะทำหน้าที่คอยให้คำแนะนำ ส่วนหน้าที่ในการค้นหาคำตอบนั้นจะเป็นหน้าที่ของผู้เรียนทุกคน ซึ่งสอดคล้องกับ บัญญัติชำนาญกิจ (2551 : 11) และมานิตย์ สิงห์ทองชัย(2552) กล่าวว่าหลักการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ของบาร์ดูตีที่ว่า การเรียนแบบร่วมมือเป็นการช่วยส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาการเรียนได้ดีขึ้น ช่วยส่งเสริมให้เกิดความสามารถในการแก้ไขปัญหาและการให้เหตุผล แนวทางในการพัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหาและช่วยให้เกิดการช่วยเหลือกันในกลุ่มผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของจอห์นสันและจอห์นสันที่ว่าผู้เรียนที่เก่งที่เข้าใจคำสอนของผู้สอนได้ดีจะเปลี่ยนคำสอนของผู้สอนเป็นภาษาพูดของนักศึกษาแล้วอธิบายให้เพื่อนฟังได้และทำให้เพื่อนเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งก็สอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักศึกษาได้มีการแบ่งเป็นกลุ่ม โดยผ่านเทคนิคการสอนต่างๆ เทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันเป็นเทคนิคที่เริ่มจากปัญหาที่อาจารย์ผู้สอนกำหนดผู้เรียนแต่ละคนคิดหาคำตอบด้วยตนเองก่อนแล้วนำคำตอบไปอภิปรายกับเพื่อนที่เป็นคู่ จากนั้นจึงนำคำตอบของแต่ละคู่มาอภิปรายพร้อมกัน 4 คน เมื่อมั่นใจว่าคำตอบของตนถูกต้องหรือดีที่สุด จึงนำคำตอบเล่าให้เพื่อนทั้งชั้นฟัง หลังจากนั้นก็ได้เรียนรู้ผ่านเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียว เป็นเทคนิคที่อาจารย์กำหนดปัญหาหรืองานให้แล้วผู้เรียนทำงานร่วมกันทั้งกลุ่มจนงานสำเร็จ จากนั้นจะแยกทำงานเป็นคู่จนงานสำเร็จ สุดท้ายผู้เรียนแต่ละคนแยกมาทำเองจนสำเร็จได้ด้วยตนเอง และท้ายสุดให้แต่ละกลุ่มอภิปรายเป็นทีม ซึ่งสอดคล้องกับ Arends (1994: 345-346) และมานิตย์ สิงห์ทองชัย(2552) ที่ว่าการเรียนแบบร่วมมือนี้เป็นการเรียนที่จัดให้ผู้เรียนได้ร่วมมือกันเรียนเป็นกลุ่มเล็กประมาณ 2 - 6 คน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการเรียนร่วมกันนับว่าเป็นเปิดโอกาสให้ผู้เรียนทุกคนในกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นและแสดงออกตลอดจนลงมือกระทำอย่างเท่าเทียมกัน มีการให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เช่น ผู้เรียนที่เก่งช่วยผู้เรียนที่ไม่เก่ง ทำให้ผู้เรียนที่เก่งมีความรู้สึกภาคภูมิใจ รู้จักใช้เวลา และช่วยให้เข้าใจในเรื่องที่ดีขึ้น ส่วนผู้เรียนที่ไม่เก่งก็จะซาบซึ้งในน้ำใจเพื่อน มีความอบอุ่น รู้สึกเป็นกันเอง กล้าซักถามในข้อสงสัยมากขึ้น จึงง่ายต่อการทำความเข้าใจในเรื่องที่เรียน ที่สำคัญในการเรียนแบบร่วมมือนี้คือ ผู้เรียนในกลุ่มได้ร่วมกันคิด ร่วมกันทำงาน จนกระทั่งสามารถหาคำตอบที่เหมาะสมที่สุดได้ ถือว่าเป็นการสร้างความรู้ด้วยตนเอง ช่วยให้ความรู้ที่ได้รับเป็นความรู้ที่มีความหมายต่อผู้เรียนอย่างแท้จริง จึงมีผลทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนสูงขึ้น

โดยสรุปแล้วนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียวมีความพึงพอใจในการเรียนอยู่ในระดับมาก น่าจะเนื่องมาจากการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว คิดคู่ ร่วมกันคิด และเทคนิคการทำเป็นกลุ่ม ทำเป็นคู่ และทำคนเดียวครั้งนี้ นักศึกษาได้มีการฝึกทักษะการร่วมมือกันแก้ปัญหาในการทำงานกลุ่มสมาชิกกลุ่มจะได้รับทาคความเข้าใจในปัญหาร่วมกันจากนั้นก็ระดมความคิดช่วยกันวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา เมื่อทราบสาเหตุของปัญหาสมาชิกในกลุ่มก็จะแสดงความคิดเห็นเพื่อหาวิธีการแก้ไขปัญหามาภิปรายให้เหตุผลซึ่งกันและกันจนสามารถตกลงร่วมกันได้ว่า จะเลือกวิธีการใดในการแก้ปัญหาจึงเหมาะสมพร้อมกันบลงมือร่วมกันแก้ปัญหาตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ ตลอดจนทำการประเมินกระบวนการแก้ปัญหาของกลุ่มด้วย ซึ่งสอดคล้องกับกรมวิชาการ (2543 : 45-46) ที่ว่าองค์ประกอบ การจัดการกิจกรรมการสอนแบบใฝ่รู้(Active Learning) จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การสร้างองค์ความรู้ร่วมกัน การนำเสนอความรู้ การลงมือปฏิบัติหรือประยุกต์ใช้ ดังที่ Meyers, Chet and Jones, Thomas B.(1993) จะสร้างความสัมพันธ์ที่ระหว่างสมาชิก เพราะทุก ๆ คนร่วมมือในการทำงานกลุ่มทุก ๆ คน มีส่วนร่วมเท่าเทียมกันทำให้เกิดเจตคติที่ดีต่อการเรียน ตลอดจน ส่งเสริมให้สมาชิกทุกคนมีโอกาสคิด พูด แสดงออก แสดงความคิดเห็น ลงมือกระทำอย่างเท่าเทียมกันรู้จักช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เช่น เด็กเก่งช่วยเด็กที่เรียนไม่เก่ง ทำให้เด็กเก่งภาคภูมิใจ รู้จักใช้เวลา ส่วนเด็กอ่อนเกิดความซาบซึ้งในน้ำใจของเพื่อน

สมาชิกด้วยกัน และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น การร่วมคิด การระดมความคิด นำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาร่วมกัน เพื่อหาคำตอบที่เหมาะสมที่สุดเป็นการส่งเสริมให้ช่วยกันคิดหาข้อมูลให้มาคิดวิเคราะห์และเกิดการตัดสินใจ และเพิ่มพูนทักษะ ทักษะทางสังคม ทักษะการสื่อสาร ทักษะการทำงานเป็นกลุ่ม สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้พบข้อสังเกตบางประการ ซึ่งจะขอเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ผู้สอนควรมีการออกแบบกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับลักษณะของผู้เรียนแต่ละสาขาวิชาตามสภาพความเป็นจริงของผู้เรียนเพื่อเป็นการดึงเอาประสบการณ์ในอดีตของผู้เรียนกลุ่มนั้น ๆ ให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ของการเรียนรู้โดยการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้การจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ในหลายๆเทคนิคเพิ่มเติม อาทิ การสาธิต การระดมสมอง กรณีศึกษา เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ในการทำกิจกรรมต้องมีความเหมาะสมกับรูปแบบของกิจกรรมที่ได้ทำการออกแบบเอาไว้เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและประหยัดเวลาในการทำกิจกรรม

3. ผู้สอนควรเพิ่มระยะเวลาในการดำเนินการเรียนการสอนแบบการเรียนรู้เพิ่มขึ้น และควรดำเนินการศึกษาอย่างต่อเนื่องเป็นระบบพร้อมทั้งสอดแทรกอยู่ในกระบวนการของกิจกรรมการเรียนการสอนรวมทั้งสถานศึกษาและหน่วยงานทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาเครือข่ายเพื่อร่วมมือในการพัฒนาผู้สอนด้านการวิจัยในชั้นเรียนอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้เกิดผลทางการสร้างองค์ความรู้ที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น มีความน่าเชื่อถือ และสามารถแก้ปัญหาในชั้นเรียนได้อย่างมีคุณภาพ

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปนั้น ผู้สอนควรมีการทำวิจัยเชิงเปรียบเทียบกระบวนการเรียนรู้ในรูปแบบหรือเทคนิคต่างๆเพื่อเปรียบเทียบการเรียนการสอนแบบการเรียนรู้กับการเรียนการสอนแบบปกติหรือมีการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่ไม่ได้ใช้เทคนิคการเรียนแบบร่วมมือเพื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างกันกับกลุ่มที่ใช้เทคนิคแบบร่วมมือ โดยก่อนทำการวิจัยผู้สอนควรแสวงหาความรู้และทักษะการสอนเพิ่มเติมจากการอบรม สัมมนาในจัดการเรียนการสอนแบบการเรียนรู้ และจัดให้มีกิจกรรมร่วมกันให้เกิดองค์ความรู้เพิ่มเติมก่อนลงมือปฏิบัติกิจกรรม นอกจากนี้ผู้สอนควรมีการทำวิจัยที่มีการปรับเปลี่ยนเทคนิคการเรียนการสอนแบบอื่นๆเพื่อให้เกิดความหลากหลาย และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของสถานศึกษา และสร้างให้เกิดความคิดที่สร้างสรรค์ และมีการเก็บข้อมูลพฤติกรรมการเรียนรู้ก่อนเรียน เพื่อเปรียบเทียบว่าพฤติกรรมการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมวิชาการ. กระทรวงศึกษาธิการ.(2543). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติพ.ศ. 2542.
 ทวีวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ. (2551). การพัฒนารูปแบบการเรียนเชิงรุกตามสถานการณ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา. ใน การประชุมทางวิชาการการวิจัยทางการศึกษา ครั้งที่ 11(หน้า 230). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เจริญผล.
 ดาเรศ นฤมล. (2551). เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง Active Learning.นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
 บัญญัติ ชำนาญกิจ. (2551). เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง Active Learning.นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
 มานิตย์ สิงห์ทองชัย. (2552). ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการคิดเดี่ยว-คิดคู่-คิดร่วมกัน และทำเป็นกลุ่ม-ทำเป็นคู่-ทำคนเดียวที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจใน

การเรียนรู้รายวิชาเศรษฐศาสตร์จุลภาคของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์. นครสวรรค์: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
มานิตย์ สิงห์ทองชัย. (2557). ผลการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และ

ความพึงพอใจในการเรียนรู้วิชาการเงินธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์. นครสวรรค์ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

Arend, R.I. 1994. Learning to Teach. Singapore: McGraw – Hill Books.

Artzt, A.F. and Newman, chaire M. (1990). How to Use Cooperative Learning in the Mathematics Class. Reston. National council of teachers of Mathematics.

Johnson, H., & Johnson, P. (1991). Task knowledge structures: Psychological basis and integration into system design. Acta: Psychological.

Meyers, Chet and Jones, Thomas B. (1993). Promoting Active Learning: Strategies for the Collage Classroom. San Francisco: Jossey-Bass.

บทความวิชาการนำเสนอผลงานแบบโปสเตอร์

“International Poster”



A STUDY OF HEALTH-ORIENTED PRODUCTS DEVELOPMENT TO CREATE A COMPETITIVE MARKETING STRATEGIES FOR THE HOTEL BUSINESS

Phongthong Haycroft*

Pratsanee Naiyananon**

Abstract

This study is aimed to provide a comprehensive review of the research on a of health-oriented products development to create a competitive marketing strategies for the hotel business to identify the right well-being features and the benefit needed for the group of consumers that can be provide in the hotel service. Recently the concept of well-being hotels began to receive attention in the hospitality industry. Therefore the objective of this research is subjective to studying the life style of human behavior is specific in measuring in health concern.

Furthermore the study examines existing in different areas with studies of the 300 population. The hypothesis found that 232 respondents are over the age of 30 year olds became a main group of the population and who has a health problem of NCDs (Non-Communicable diseases) and they need the hotel service that suitable with their life style. The result of this research suggested that to develop the health-oriented products features and benefit to this group of customer can create a competitive marketing strategies for the hotel business. The limitations and recommendations for future studies on well-being products and service create from local community, which context and to propose future areas of study related to organic items.

Keywords: well-being hotel, well-being products and service, health-oriented products

Introduction

Understanding consumer behavior in purchasing products is very important to marketers in this era. Especially understanding why consumers choose products or how many consumers divided into groups in term of market correctly, especially the operation of various retail stores that have to end consumer sales in front of the shelves precisely. Studying the behavior of how consumers think has a lot of impact on marketing that causes sales. Health customers will become more important in the hotel business and become more remarkable from caring for the body's health among consumers of all ages. By the health lovers' point of view, consumption think has a lot of impact on marketing that causes sales. Health customers will become more important in the hotel business and become more remarkable from caring for the body's health among consumers of all ages. By the health lovers' point of view, consumption selection and

MSc. International Hotel Management, University of Surrey, Guildford, UK.

The Lecturer of Bachelor of Arts Program in Tourism and Hotel Department, Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University*

MA. Hotel and Tourism Management, Naresuan University (Bangkok Campus), Thailand

The Lecturer of Bachelor of Arts Program in Tourism and Hotel Department, Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University**

doing activities such as fitness, yoga, meditation, massage, and healthy eating, (Smith, M & Puczko, L., 2009). These health-oriented products must meet three aspects of expectations: benefits to the body, to be happy and good the body and mind of both themselves and those around them, those needs are come with different group of customers.

Multi-generational marketing is the practice of appealing to the unique needs and behaviors of individuals within more than one specific generational group (W. & Robert P., 2010). For hotel businesses that are interesting in investment since 2017, should be in the "Global Mega Trends" trend around the world. The Global Mega Trends customers are the target group of customers who love health, the elderly, and social groups that focus on the environment. Understand on the behavior and Consumer lifestyle which now changes according to economic and social conditions including the arrival of new technologies that has importance in life can help the business create the effective marketing strategy.

Which this group also includes the elderly. While Thailand has already entered the elderly society since 2005, with a high proportion of elderly people is likely to increase to 16.0 percent and 25.0 percent in 2020 and 2030, respectively, reflects that the elderly market is increasing. There is a need for specific products and services. Whether it is products and services that help treat illness facilitate daily life or even responding to physical happiness and the soul in the end of life. As for the group that focuses on the environment, they are a group of people looking for healthy products and products that are environment friendly, which is found very popular in 2017. This can be concluded that due to the continuing health trend causing customers in all 3 groups to turn to products that are more organic. Even though these products are expensive, they are eager to pay for good health. Therefore, the hotel business sectors must not overlook these matters. Identifying this and considering the growing demand for but also supply of health tourism products and services, – the recent re-emergence of demand for wellness experiences has presented destinations with a new opportunity to develop innovative products in this area (Prideaux et al., 2014)

This fast growth of health and wellness tourism is also reflected in academic research, emerging as one of the fastest growing areas. Although being a rapidly expanding sector it still requires theory and investigation (Hall, 2005; Bushell, 2009;) Therefore, to study how to develop products and services that focus on health in order to create a marketing strategy over competitors in the hotel business, because doing business in an era that consumers influence marketing and is a measure of business success. Together with learning "consumer behavior and lifestyles" is an important driving force for entrepreneurs to be able to manage hotel businesses to meet the needs to create satisfaction, find new business opportunities, and be able to rise above all competitors.

Objective

1. To identify products and service in the hotel business that focuses on health-oriented from studying consumer behavior.

2. To identify competitive marketing strategy that focuses on health-oriented from studying consumer behavior.

3. To identify health-oriented products and service that hotel business can support the community.

Conceptual Framework

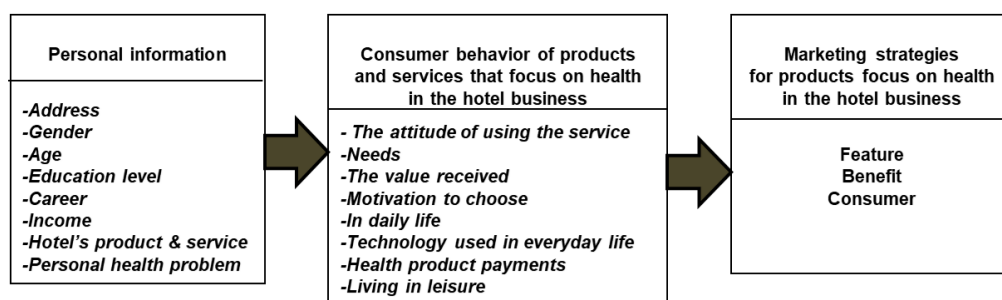


Figure 1. Conceptual Framework: A study of health-oriented products development to create competitive marketing strategies for the hotel business

Which the conceptual framework for research studies of guidelines for developing health servicing products to create a marketing strategy over competitors in the hotel business, is the source of the following hypothesizes

1. Hypothesis H1: The target group has health problems.
2. Hypothesis H2: The target group over 50 percent is a group of people over the age of 30.
3. Hypothesis H3: Target groups over 50 percent want to use products that enhance their health.
4. Hypothesis H4: The target group over 50 percent is proud to use products produced by the community.

Research Methodology

The population and sample groups consist of groups of people of all ages who are health conscious, which found in fitness centers and parks, such as, Sawan park in the Mueang District of Nakhon Sawan, Lumpini Park in the Pathumwan District of Bangkok, and the Khao Yai National Park in the Noen Horm District of Prachin Buri, and hospitals, such as, Sri Sawan Hospital, with a total of 300 people Data analysis in this research, the researcher has planned to analyze the data in each following section:

Part1 is demographic data which is basic information, such as, address, gender, age, education level, occupation, income, society, belief, and data analysis, by using statistics as percentages.

Part2 is the data obtained from questioning about consumer behavior of products and services that focus on health in the hotel business, such as, attitudes in using the service, needs, the benefits received, motivation, the usage in daily lives, technology usage in everyday life, payments for health products, and living in leisure. Statistics is used in the data analysis, such as, percentage, mean (Mean) in the discussion or description.

Part3 Hypotheses of research is the analysis of data from questioning to prove the base resolution of the research.

Research result

Part 1 Demographic data, a basic information feature

The study of the development of health service products to create a marketing strategy over competitors in the hotel business over the scope of the Sawan Park in the Mueng District of Nakhon Sawan, Lumpini Park in the Pathumwan District of Bangkok, the Khao Yai National Park in the Noen Hom District of Prachin Buri Province, and hospitals, such as, Sri Sawan Hospital, researchers have collected data from the population using the purposive sampling method. The total number of 300 people. In order, are mostly men, with overall 185 people equivalent to 61.70 percent, followed by women, with overall 115 people equivalent to 38.30 percent.

The age of majority respondents, in order are mostly aged 51 year olds and above, with 117 people, equivalent to 39 percent, followed by the age range of 31-40 year olds, with 59 people, equivalent to 19.67 percent, and 41-50 year olds 56 people, equivalent to 18.67 percent.

The educational level of majority respondents, in order are mostly received bachelor degree with 192 people, equivalent to 64.00 percent, followed by postgraduate degree, with 61 people, equivalent to 20.30 percent and non-degree, with 47 people, equivalent to 15.70 percent.

The occupation of majority respondents, in order are mostly are 113 Employment / Employees of private companies, equivalent to 37.67 percent, followed by Business owners of 74 people, equivalent to 24.67 percent, Government officials / State enterprises, 48 people, equivalent to 16.00 percent.

The income of majority respondents, in order are 20,001 - 30,000 baht, with 143 people, equivalent to 47.67 percent, followed by an income of 20,001 - 30,000 baht, with 88 people, equivalent to 29.33 percent, and people with 30,001 baht and above, with 28 people, equivalent to 9.33 percent.

The need for products and services in the hotels of majority respondents, in order the respondents needed the menu organic food, with 119 people, equivalent to 39.67 percent, followed by needed the peaceful corner to relax or meditate, with 118 people, equivalent to 39.33 percent, and needed the SPA facility, with 45 people, equivalent to 15.00 percent.

The personal health problem of majority respondents, in order most found that 171 people had Diabetes, equivalent to 57.00 percent, followed by Blood pressure, with 51 people, equivalent to 17.00 percent, and Depression, with 46 people, equivalent to 15.33 percent.

Part 2 Information obtained from questioning about consumer behavior toward products, services that focus on health in the hotel business

The attitude of using the service in the hotels of majority respondents, in order most giving importance to the quality of products and services, with an average value of 4.38 followed by the importance of environment / location quality, with an average value of 4.24, and giving priority to promotion / package, with an average value of 4.20.

Requirements and needed of majority respondents, in order are prefer exercising / doing activities, with an average value of 4.31, followed by prefer hotel restaurants that provide organic menu, with an average value of 4.21, and hotel with a peaceful corner for relaxation and visit local handicrafts hotel with a total of 4.20.

The value received of majority respondents, in order found that first for better physical conditions, with an average value of 4.28 followed by better mental conditions, with an average value of 4.25, and better emotional conditions, with an average value of 4.19.

In the Motivation to choose the hotel of majority respondents, in order of most respondents motivated by the promotion that have a high level health program, with an average value of 4.28, followed by having food that is suitable for health conditions, with an average value of 4.22, and motivated by a high quality hotel satisfaction rating with an average value of 4.19.

The spare time/hobbies section of majority respondents, in order are Exercising walking regularly, with an average value of 4.18, followed by cycling, with an average value of 4.15, and Exercising in gym, with an average value of 4.11.

In the Technology used in daily life of majority respondents, in order found that the majority using LINE to contact and receive news was voted with an average of 4.20, followed by Facebook to contact and receiving news, with an average of 4.19, and Internet serving, with an average of 4.17.

Health product spending of majority respondents, in order found that the majority spending from 500-100 baht, with an average of 4.28, followed by the second, 1,001-1,500 baht, with an average of 4.21, and 1,501-2,000 baht, with an average of 4.19.

Lifestyle & leisure of majority respondents, in order are doing the exercise with an average is 4.34, followed by the taking vocation average value is 4.27, and the using mobile phone average value is 4.25.

Part 3 Hypothesis of research

Hypothesis H1: The target group with health problems and the result found that a total of 224 people from 300 respondents had health problems; the hypothesis 1 (H1) target group had health problems, therefore it was as expected.

Hypothesis H2: The target group had more than 50 percent of the group were of people over the age of 30 years. The result found that 232 respondents are the age of 30 year olds upward, therefore, hypothesis 2 (H2) target groups over 50 percent are people over the age of 30 years, therefore it was as expected.

Hypothesis H3: The target group over 50 percent want to use products that enhance health, and the result found that respondents who wanted a menu of organic food and SPA service facility had a total of 164 people, the hypothesis 3 (H3) the target group over 50 percent want to use products that enhance health, therefore it was as expected.

Hypothesis H4: The target group had over 50 percent that are proud to use products produced by the community. Respondents are proud to use only 35 products produced by the community. Therefore, Hypothesis 4 (H4) target groups exceeding 50 percent are proud to use products produced by the community, and therefore do not meet expectations.

Discussions

Hotel business now a day should have a strategy with a vision, objectives, positioning statement, clear brand identity and identify target market. This study aimed to provide a comprehensive review of the research on Study the development of health-oriented products to create competitive marketing strategies for the hotel business to identify the right well-being features and the benefit needed from the group of consumers that can be provide in the hotel service.

The concept of well-being hotels began to receive attention in the hospitality industry, which the objective that is subjective to studying the life style of human behavior is specific in measures in health concern. The hypothesis found that the age group from 31 became a main group of the population (H1) who has a health problem of NCDs (H2) and they need the hotel service that matches their life style (H3). The study also found that the behavior of customers who love to do exercising are preferred to should the hotel where have an outdoor activities, peaceful place, or have wellness facility such as SPA, restaurants that provide organic meals, and do some art work.

The value that concern from this target customer would like to possible received such as better physical conditions, better mental conditions, and better emotional conditions. But still motivate to select the hotel by the importance to the quality of products and services followed by the importance of environment or location and excellent of promotion and hotel package. There for, to develop products that focusing on health of the customer is become marketing strategy, that can design by create the promotion and hotel packages such as peaceful mind program, food for health individual conditions program, and beauty holiday make over program which could play persuasive role to help the target customer to make the decision to select the hotel equally.

The product and service provide in the wellbeing hotel which concern for elderly must be a priority. Since we have proved from this study that the majority of respondents are 51 year olds upward, the product such as comfortable bed, memory pillow, and peaceful or light activities that can help them gain energy and peach of mind must be place in service. This included food and beverage for elderly and to who have a NCDs health problem. The food and ingredient can supply by the local community to support them grow the organic ingredients. Hence, for those who healthy and love sport. The hotel services can support them by provide

service facilities, such as accommodation have space to park bicycle, SPA facility, Healthy food and beverage restaurant, and fitness and Yoga class.

However, the study customer behavior can point the direction of how we can reach to the target group in the right products their need to create competitive marketing strategies for the hotel business. The result also give information about using the technology in daily life of target customer, which most of the respondents using LINE to contact and receive news followed by Facebook to contact and received news among their social friends, and serve the internet to get the information. Hence the sale and marketing manager must take this advantage information to send the message of promotion through applications Line and Facebook as well as create the hotel website for target customer can be able to make any contact and do the reservation. The marketing communication must focus more on message delivery and emphasize well-being life style to the target customer. If the hotel business focusing on a vision and objectives to become the wellbeing type of hotel by provide product and service from information which gathering from this research will help to develop product and create the brand identity eventually.

Suggestion

- 1 . The study of destination management can improve the hotel environment, which could turn the accommodation become the destinations. By use of well-being image to attract the right tourists by promoting the variety of well-being products, activities and service support.
2. Understanding the element of well-being, product developers might develop tourism products to ensure that their products meet the tourists' needs and desires and materials are from local community. This will create the income to the local people as well as hotel revenue.
- 3 . The trends towards well-being hotel is receiving increasing attention because of increasing with the NCDs and growing number of elderly that can give the opportunity for the people who step in early for this kind of market.
4. Megatrend arrow we to produce a lot of new products of a premium price there for hotel can give all the quality in to the product and improve the service to suitable for those elderly customers.
5. Well-being products and service facility such as SPA, Yoga class, biking, organic food and drink, meal for NDCs, beauty wellness program, and peaceful mind program

Suggestions for the future research

1. Research study on customer behavior for the Megatrend target group.
2. Research study focusing on nutrition for people who having NDCs health problem.
3. Research study of feasibility on well-being hotel.
4. Research study on turn the well-being hotel became the tourist destination.

Reference

- Bushell, R. (2009). Quality of life, tourism and wellness. In Bushell, R. & Sheldon, P. J. (Eds.). *Wellness and Tourism: Mind, Body, Spirit, Place*. NYC: CCO, 19-36.
- Hall, M. C. (2005). Reconsidering the Geography of Tourism and Contemporary Mobility. *Geographical Research*, June 2005, 43(2), 125-139.
- Prideaux, B., Berbigier, D., & Thompson, M. (2014). Wellness tourism and destination competitiveness. In R. Bushell & P. J. Sheldon (Eds.), *Wellness and Tourism: Mind, Body, Spirit, Place*, 45-58.
- W. & Robert P. (2010). *Marketing to Generation*. Retrieved May 10, 2018. From Source Academic and research Institute Website: www.aabri.com/manuscripts.
- Smith, M & Puczko, L. (2009). *Health and Wellness Tourism*. Oxford, UK: Elsevier

Models of writing lists of related documents

8 Wellness Trends for 2017 – and Beyond As identified at the Global Wellness Summit by Susie Ellis and Beth Mcgoarty “2017 Wellness Trends”, from Global Wellness Summit, www.globalwellnesssummit.com

Global Wellness Summit experts identify future directions for the \$3.7 trillion wellness industry: from a new focus on “silence” at hotels, retreats and spas - to the bold reinvention of sauna-going - to wellness rewriting both the architecture and beauty industries

When 500+ wellness experts from 46+ nations gather to debate the future of wellness, you have one uniquely authoritative and global view of the trends set to unfold. And that’s what happened at the recent tenth-anniversary Global Wellness Summit in Kitzbühel, Austria, which (with its specifically future-focused theme for 2016, “Back to the Future”) brought together leaders from the travel, spa, beauty, fitness, nutrition, technology, medical, economics and architecture worlds, to identify not only what the top wellness trends in 2017 (and beyond) will be – but why. With a wave of annual wellness trends reports, the future shifts that Summit experts identified have a distinct “get real” quality: from architects finally designing buildings for human health to many new directions ahead in mental wellness to the wellness industry reaching beyond its (narrowing) association with wealthy elites. And much innovation lies ahead: from a new focus on both “silent” and creativity and arts programming (whether at hotels, spas or fitness studios) to the 2,000-year-old sauna tradition getting a 21stcentury reimagining. “No other forecast is based on the perspectives of so many wellness experts, from renowned economists, academics or futurists to the heads of global hospitality, spa and beauty brands,” said Susie Ellis, GWS Chairman & CEO. “And it makes for a powerfully collective, global and informed set of predictions.” After the trends were identified, Global Wellness Summit researchers expanded on the global angles and examples to illustrate the ways they’re already taking shape in our world

DESCRIPTIVE AND INDUCTIVE ANALYSIS QUALITY OF OPERATION WITH EXCELLENT SERVICE OF HOTEL BUSINESS IN NAKHON SAWAN PROVINCE

Nawaporn prasomtong *

ABSTRACT

The article focuses about the perform descriptive and inductive analysis. In the study to analysis the quality of operation the hotel business in Nakhon Sawan province. The method perform by descriptive and inductive analysis. The population have 148 hotels and the sample size used 5 persons of the best practice the hotel business in Nakhon Sawan . It is the primary qualitative data. The obtained from observing, interviewing or interacting with the sample research. The data validation and present the results of data analysis. There are five aspects as follows : 1) The design of the hotel must be beautiful, modern, outdoor space. The hotel should be built in a place to visit. Many people come to visit. 2) The number of rooms should be appropriate. There is a variety of zones and a variety of full range of facilities in the room. The price of the room should be at the appropriate level. 3) The facilities have the room zone should be divided into zones such as food, health zone etc. and adult activities by classify with age. The placement, such as bed, bathroom, and the size of the room, such as the kitchen, should not be too big living room 4) A safety of hotel so there should be a high level of security. A providing hotel educators with hotel security solutions such as key card systems in each room. The fire protection anti-theft devices. 5) The staffs have the knowledge and ability to provide services should be selected employees have training in duty and what to put into practice . They should have experiences in the work. The staff must be ready to welcome and provide good price. There are three aspects as follows : 1) The suitability of room rates should start at 250 - 650 baht per night. 2) The price of food and beverages to appropriate.3) The breakfast should be served drinks service. The distribution of the following. 1) The website offers 2)The direct booking. 3) Book online and 4) booking through the tour company. The promotion advertising is offered through the website. In the discounted rates of service, such as the number of days of stay.

Keywords : descriptive and inductive analysis , excellent service , hotel business

*D.B.A (Business Administration) Naresuan University

Assist. Prof. Dr. Human Resource Management , Faculty of Management Science,
Nakhonsawan Rajabhat University

INTRODUCTION

The expectations and perceived quality of service. The important task of the service business is managing service quality. The key to differentiating service business is to maintain a superior service level to the competitor. The quality of service as expected. The customers will expect quality service from past experience. By word of mouth and from the advertising of the service business after the service. The customer will compare the expected service with the service. If the service gets below the expected service, the customer will no longer interested in the business of the service. If the service gets exactly or more than the expected service, the customer simply to return the service of that business (Kotler, 2000, pp. 438 - 441). The relationship and impact on service quality so the digital media arises from the problems and importance that cause income to the establishment and develop to the international level that is increasingly important, which is an important issue affecting the purchase of consumer products in this era.

The researchers saw obstacles and the opportunity to help solve such problems and increase the potential for prototype development with the Sim hotel simulation game for consumers in Nakhon Sawan province with new innovations in providing services as an alternative to consumers.

RESEARCH OBJECTIVES

To perform descriptive and inductive analysis quality of operation with excellent service of hotel business in Nakhon Sawan province.

LITERATURE REVIEW

The excellent service of hotel operations

The based on the concept of (Supalak Suriya, 2013, p. 30), the definition of service currently, the service business considered. What is needed it is very important for us to use the daily life of our consumers since we opened the television. This is all about, the service is also endless. Services also play an important role in the economy of every country because it can cause high income on the other hotel businesses.

The service of hotel businesses is where the service provider presents an activity to the recipient. This is service for hotel business possible to transfer ownership, which is tied or not tied to the product itself, to meet the needs of the most satisfied customers. (Supalak Suriya, 2013, p. 31)

As stated by Sompong Tawatchai. (2017, pp. 6 - 8), in the conduct of business, if an entrepreneur considers The "value that is given" customers only and overlook the importance of the "value" of the investment, even if the entrepreneur has outstanding products. Different from competitor and impress the customer well. However, it may take a long time for payback or working capital problems. The cost and expense of the operator is too high. Therefore,

entrepreneurs should consider the suitability of value to customers and the value of business investment (Yang, C. C. and Yang, K.J., 2011). In addition, to create value for tourism products. The customer value can be divided into the following three categories (Gupta and Lehmann, D. R. 2005).

1. Economic value is the financial value customers receive from consuming goods and services, compared to the other options. The money to customers with compared to the quality of goods and services received by commercial and the price is higher just like the Chao Phraya River hotel, which facilitates travel to its customers. Free shuttle boat transfer between the hotel and BTS station.

2. The service is customer satisfaction because it facilitates travel avoid traffic congestion. Save money on travel, especially those who travel in groups can save more on this part. It also enhances your boat trip experience with a beautiful landscape the functional value refers to the ability of a new product to respond more effectively than it is to a market by fixing weaknesses. The development of strengths have the original product, such as a focused restaurant. A food quality and service high quality raw materials are used the organic vegetables in cooking customers get value from food because of high nutrients. To give energy to the body balance the body. The reduce dose the accumulation of toxic substances and also help repair. The same wear and tear. A facilitates the delivery of a reservation voucher and receipt of Internet customers. A customers can print a reservation from their computer. It saves customers time and costs by reducing the process. The technology is commercially useful.

3. Mental value and psychological value refers to the value and psychological value that a customer receives from intangible consumer goods and services such as brand, image, and social demand for the tourism and hospitality industry. A psychological value plays a very important role for small hotel operators who want to create outstanding products and services. Entrepreneurs can create a unique atmosphere to create a sense of place, sense of place, mood, impression, warmth, engagement between service recipients and service providers. For example, tourists get the knowledge and experience from visiting the exhibition. The dialogue in the dark, which simulates everyday life in a dark room. Visitors learn by searching through the five senses of the body. The visually impaired staff are available to assist with sightseeing and lectures. This event gives visitors the opportunity to talk to their staff more appreciation and sympathy for the blind. An example is the client's psychological value. Like a restaurant that can create value for customers in the mind. And feel special towards the place, rather than focusing on food. The art to decorate the food. The unique design of the bowl is unique. In addition, the business produces and sells souvenirs. Can be upgraded with design. The 'packaging' is suitable for use. The artistic value Unique with colorful colors. And suitable as a gift to create value-added innovation. The entrepreneurs need to understand the living habits, attitudes, beliefs, and needs

of the customers. These is the customer information can be accessed by talking to the customer manually or by observing the customer's behavior closely. customer satisfaction after using Internet lodging services customer feedback from social media is another way to understand the hidden needs of customers between top executives and department heads. To check the daily operation. The talking to front-line employees or close marketing representatives. suppliers, partners It also exchanges information with partners in professional associations such as the Thai Hotel Association. Thai Travel Association Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB), Asia Pacific Tourism Association (PATA), Tourism Authority of Thailand or related government agencies which entrepreneurs need to consider. The analyze data to be used in business strategy planning.

It can be concluded that the excellent service of the operation of the hotel business. It means that the service meets the needs of the customer to meet the expectations.

RESEARCH METHODOLOGY

The population and sample

The population have 148 hotels and sample size used 5 hotels the best practice of the hotel business in Nakhon Sawan. They were the management of a hotel or business owner or hotel manager 5 persons in Nakhon Sawan to collect qualitative data of entrepreneurs in Nakhon Sawan. This research was collected from the hotels 146 hotels in Nakhon Sawan province. This research used sampling by purposive selection of 5 persons. They have qualifications follow the goals of the research. This research used tools by observation, interview and note.

Data collection

This research used by 1)The constructive data analysis in qualitative research most of the information is analyzed. It is a narrative descriptive from observation, interview and note. 2) The content analysis is the process of dealing with information obtained from a document and the constructive data analysis of this data. There are 3 types 1) Inductive analysis 2) The data of classification and 3) Comparison of data.

The steps to analyze the content :

1. The researcher must set the rules.
2. The researcher have to lay out the data. By making a list the text in the document will be analyzed. It is divided into categories. Such actions will help to ensure consistency.
3. The researcher have to classify the course of the course or the inventions of the data analyzed by the time and use the information to solve the problem without permission. The data is wider and leads to claims for other data.

4. Usually, content analysis follows content (Manifest Content) in the document rather than dealing with hidden content.

5. Measure the frequency of use or use quantitative analysis. Then get the answer with the meaning of the symbol with what to search. This method may get a clear but meaningful answer.

The data analysis

The quality control by researchers used data validation methods before analyzing them. One way to get popular is to check the quality of the triangle. The triangulation collected this story from the book. The texts of the experts who have the knowledge and expertise in this field are as follows. This research used by the data triangulation is it confirmed that the information that the researcher received is required 1) Data Validation and 2) The methodological triangulation used to collect various information to collect the same information, such as observation along with questions. at the same time, study the information from the source.

RESEARCH FINDING

1. To present the digital media prototype of the structural simulator the business hotel in Nakhon Sawan with the sim game for the consumer look the picture about environment of the hotel overall. You can scan this QR code and this present with video file.



Figure 1 : QR code with game the Sim 4

2. The analysis of the research finding focuses about the perform descriptive and inductive analysis. In the study. An analysis of the data from five hotel executives or hotel managers in Nakhon Sawan hotel business. The interviews result from 5 peoples. They have key performant of this research.

The service has five aspects as follows :

1..The design of the hotel must be beautiful, modern, outdoor space. The hotel should be built in a place to visit. Many people come to visit.

2. The number of rooms the number of rooms should be appropriate. There is a variety of zones and a variety of full range of facilities in the room. The price of the room should be at the appropriate level.

3. A facilities The zone should be divided into zones such as food, health zone etc. and adult activities by age. The placement, such as bed, bathroom, and the size of the room, such as the kitchen, should not be too big. Living room should have technology (Anil Bilgihan, 2016 , p.1 1 8 ; Cihan Cobanoglu, 2011, p. 272). Moreover, a hotel property with the right mixture of desired in-room amenities and services can charge higher rates for their guestroom sales and the hotels often utilize technology as a value-added amenity to help promote differentiation and enhance guest satisfaction.

4. A safety There should be a high level of security providing hotel educators with hotel security solutions such as key card systems in each room. The fire protection Anti-theft devices.

5. The staffs have the knowledge and ability to provide services.

The price has three aspects as follows :

1. The suitability of room rates. Should start at 250 baht - 650 baht per night.
2. The price of food and drinking service.
3. Breakfast should be served and drinks service.

The distribution of the following :

1. The website offers
2. The direct booking
3. Book online and
4. The booking through the tour company

So the technology have important because the results reveal that hotel guests value digital involvement in their hotel experience. Moreover, business travellers and younger generations give greater importance to the latest technologies. (Ana Brochado, Paulo Rita and Ana Margarido 2016, p.347)

The promotion advertising is offered through the website. In the discounted rates of service, such as the number of days of stay.

The researcher saw the threats and the opportunities to help solved the problem so that increased the potential for the development. The simplify used the hotel business with a new innovation in offering services for the customers. The concept called virtual buying experience (Suh & Lee, 2005) so the buyers need to touch or trial the community merchandise was a unique item and the buyers often have to explore all aspects of the products, such as the artwork and included the local dishes, which may had the form of a unique packaging to buy.

DISCUSSION AND CONCLUSIONS

The challenge for the hotel is to design and deliver properly, products and services commensurate with the needs of the market. A role of hotel business management is to identify what the market demands and work toward meeting those demands. Often, hotels are seeking a unique guest experience. Often this can come in the form of a recreation offering.

The conclusion by interviews result use the inductive analysis and content analysis.

1. The strategy of the hotel business performance has increased. The promotion of the website is focused on the target customers are the sales of cell phones, because quite often to travel and want to stay at a cheap price when the customer is satisfied, it is the customer's voice to introduce other cells to stay. (María Rosario González-Rodríguez , et.al. 2018, pp. 21-23) The competitive success factors for hotel companies and examine the link between business strategy and performance. Using a structured questionnaire, the researchers collected data from hotel managers in Spain. Study results suggest that a firm's assets and strategies have a greater influence on performance than industry forces do. This lack of direct influence by industry forces is due to the sector's specific characteristics, which cannot be overlooked during analysis. Based on these research findings, theoretical and managerial implications and future research are presented and the study by (Enrique Claver-Cortés, José F. Molina-Azorín, Jorge Pereira-Moliner, 2007, p.6) The impact of strategic behaviours on hotel performance result a comparative study of the performance levels achieved by each strategic group was carried out for the purpose of checking whether any of them produced significantly higher performance levels. In the light of the results, if hotels are to achieve higher performance levels, they should preferably be medium or large sized, belong to a chain, increase their category and base their competitive strategy on improvement and dimension.

2. Highlights of the excellent service of the hotel business operations. This study adopted customer experience scale and examined its effect on customer satisfaction, brand loyalty and word-of-mouth in hotel industry. Present study has been conducted with the hotel guests in order to capture the real essence of customer experience construct. Results showed significant influence of customer experience dimensions on customer satisfaction. Customer satisfaction influences both brand loyalty and word-of-mouth, and the indirect effect of customer satisfaction on word-of-mouth through brand loyalty is much strong. On the whole, this study extends the applicability of customer experience quality scale in hotel operations, which makes marketers to think about the different touch points during customer interaction with the hotel brand. (Imran Khana, Ruchi Jain Gargb, and Zillur Rahman, 2015, pp. 266)

3. The current competitive landscape of the hotel. The competition is quite high and many hotels are opened, each of which has to create a strong point or attract customers to get interested and come to stay as well as the customer base if we do not have a customer at all. It may be difficult, but if the hotel he has a regular customer base, we can keep the hotel business. (Dean D. Lehr. , 2015) the competitive environment between the hotel industry .The hotel industry research had a universal theme, "level the playing field between hotels are competitive with hotels. However, until tax payments, regulatory, safety, and compliance issues are addressed the majority will be operating illegally with an unfair competitive advantage over hotels.

4. The hotel amenities and amenities. The hotel has the facilities and amenities we are looking for are all necessary for a complete vacation and are located in a peaceful area of relaxation. (Mary Wisnom, 2013, p.1) Amenity facilities and related services can make or break the success of a recreation amenity department and is a way for resorts to stay competitive in the market for the case study, (Andy Heye, Colin Beard and Sjoerd Gehrels, 2015, p. 93 ; Deniz Kucukusta, 2018, p. 1956). The development of the wellness facility within the luxury hotel sector around the world has been evident, with many professionals believing that spas are an expected element within luxury hotels. This case study has been written to provide further consideration for hoteliers who are looking to open a luxury hotel within the city of London, to add to the body of knowledge on spas and to stimulate further research in the field. The literature revealed a lack of realistic insight by hotel professionals. The statistics are quite broad and look more at other markets than directly at hotels in the city of the hotels. The spa plays to the hotel, its overall purpose of being in operation, personal managerial opinions on the facility and the overall economic benefit for the hotel are explored. The findings uncover some of the current positive and negative issues in the London luxury hotel spa sector. There turned out to be ambiguity among the interviewees about the definition of a hotel spa and the amenities it should offer. It was concluded that a luxury hotel will be at a severe disadvantage if it has no wellness facilities. What those facilities must consist of, however, is not clearly defined to value added for benefit both the hotels and their guests to have more understanding of what actually is expected from the spa experience.

RECOMMENDATIONS FOR THE NEXT RESEARCH

1. To bring the modern technology to consider the level of capabilities and benefits of technology, in this part of the research are a reflection can be used to learn and create. Under the circumstances and context of different and varied businesses. So that the instructor can combine the learning by using the service of business hotel.

2. To create and develop of the standard hotel services. We will continually set the standard for service and maintain the level of service we provide to our clients at any time, whenever their needs change.

3. The research and development by using modern learning methods. They can respond to the use real and implementation to business and reduce the cost of operation for high performance.

ACKNOWLEDGE

The researcher wish to express special of the Faculty of Management Sciences, Nakhon Sawan Rajabhat University and this article has a part of research of the topic "Development of diigital media prototyping with game the sim of consumer hotel business model in Nakhon Sawan province.

REFERENCES

- Ana Brochado, Paulo Rita and Ana Margarido. (2016) "High tech meets high touch in upscale hotels". **Journal of hospitality and tourism technology**, 7 (4), 347-365.
- Andy Heye, Colin Beard and Sjoerd Gehrels. (2015). Can a luxury hotel compete without a spa facility? : opinions from senior managers of London's luxury hotels. **Research in hospitality management**, 5 (1), 93-97.
- Anil Bilgihan. (2016). "Hotel guest preferences of in-room technology amenities". **Journal of hospitality and tourism and tourism technology**, 7(2), 118-134.
- Cihan Cobanoglu. (2011). "The Impact of Technology Amenities on Hotel Guest Overall Satisfaction". **Journal of quality assurance in hospitality & tourism**, 12(4). 272-288.
- Dean D. Lehr. (2015). **An analysis of the changing competitive landscape in the hotel Industry regarding airbnb**. Master's theses and capstone projects. retrived from : <https://scholar.dominican.edu/masters-theses/188>.
- Deniz Kucukusta. (2018). " Chinese travelers' preferences for hotel amenities", **International journal of contemporary hospitality management**, 29 (7), 1956-1976.
- Enrique Claver-Cortés, José F. Molina-Azorín, Jorge Pereira-Moliner. (2007). "The impact of strategic behaviours on hotel performance", **International journal of contemporary hospitality management**, 19 (1), 6-20.
- Gupta, S. and Lehmann, D. R. (2005). **Managing customers as investments : the strategic value of customers in the long run**. Upper Saddle River, NJ, USA : Wharton School Publishing.
- Imran Khana, Ruchi Jain Gargb, and Zillur Rahman. (2015). "Customer Service Experience in Hotel Operations: An Empirical Analysis". **Social and behavioral Sciences**, 266 – 274.
- María Rosario González - Rodrígueza , et.al. (2018). "Revisiting the link between business strategy and performance: Evidence from hotels", **International journal of hospitality management**, 72 (2018), 21–31.
- Mary Wisnom. (2013). "Resort Recreation Amenity Report", **Journal of tourism insights**, 4(1), 212-213.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. New Jersey : Prentic-hall.
- Sompong Tawatchai. (2017). "Creating value for hotel business with blue Ocean". **Silpakorn university journal**, 36 (1), 1 - 23.
- Suh, K.-S., & Lee, Y. E. (2005). The Effects of Virtual Reality on Consumer Learning: An Empirical Investigation. **MIS Quarterly**, 29(4), 673-695.
- Supalak Suriya. (2013). **Guidelines for service quality development of hotel's front office department to support asian tourists: a study of boutique hotels in Bangkok**. Master of arts (tourism management). faculty of tourism management . national

institute of development administration.

Yang, C. C. and Yang, K.J. (2011). An integrated model of value creation based on the refined kano's model and the blue ocean strategy. **total quality management**, 22(9), 925-940.

GUIDLINE HUMAN RESOURCE MANAGEMENT OF HOTELS IN ANDAMAN COAST, THAILAND.

Pitchayut Penmas*

Waraporn Kanjanaklod**

Abstract

The objectives of this study are to analyze the resource management of hotel employees in Andaman coast, Thailand by conducting study quantitative approaches. The samples in quantitative data research consisted of 1,201 hotel employees from 22 hotels that are members of the Thai Hotels Association - Southern Chapter. Statistical analyses were conducted using frequency, percentage, mean, and standard deviation (S.D.)

The quantitative findings revealed that every dimension of human resource management of hotel employees was rated at a high level (\bar{x} = 3.82). While human resource recruitment was rated at the highest level (\bar{x} = 3.91), human resource development was rated relatively lower than other factors of human resource management (\bar{x} = 3.76). At the provincial level, the top-performing provinces in human resource management are Phang Nga Province, where both were rated at the highest level (\bar{x} = 4.07).

Keywords: Human Resource Management, Hotel Employees

Introduction

Tourism industry is the world's fastest growing and biggest sector with myriad employment. In 2009 Thailand gained 527,326 baht from the business, which was about 8.5 percent of the export value (55.1 percent of all service sectors), or 5.8 of Thai gross domestic product (GDP). The business provides job opportunities for more than two million people or 6-7 percent of all businesses. This includes the spread of incomes and employment to many tourist attractions in rural areas; however, the sector still requires much more labor. In addition to the quantitatively necessity, businesses in tourism sector are active in promoting expertise of their staffs provided that the sector is highly competitive. Thus, those organizations have recognized the significance of employing personal management theories in doing such tasks (Ranee Isichaikun, 2007).

¹ Doctor of Philosophy in Management (Ph.D. Management), Prince Of Songkhla University.

² Master of Business Administration (MBA.) Walailak University.

^{1,2}Program in Management, Business Administration, Management of Science Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Nakhon Si Thammarat, Thailand.

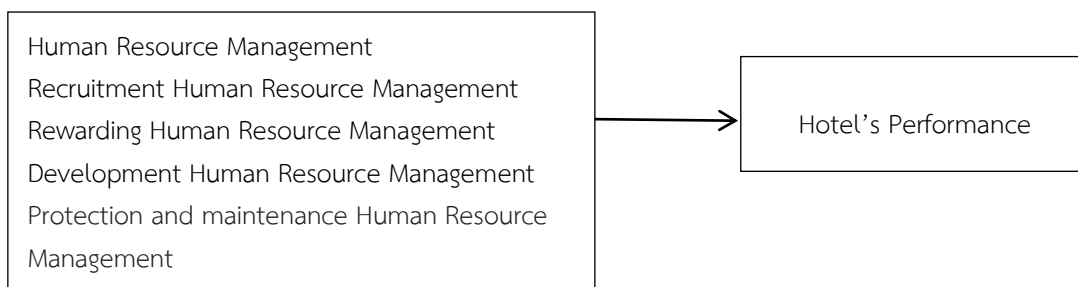
Hotel industry is dominant to the growth of Thai tourism industry. It attracts foreign currency, reduces the current account and balance of payment deficit, increases more job opportunities, and spreads incomes to staffs at practitioner levels (Deloitte-Travel Tourism & Leisure, 2004; Dessler; 2006). Besides, this results in the growth of relevant businesses such as construction, shipping, catering, handicraft and others (Getz & Petersen, 2005). According to National Statistical of Thailand in 2012, there were 9,865 hotels and quest houses with 457,976 rooms available, 93,853,419 guests, 265,906 staffs, who earned about 147,350 per year. The fast growing of hotel industry results in the critical needs of professional staffs, who have enough fundamental knowledge. Meanwhile, experienced personnel have more opportunities to work for any hotels, which offer more benefits in the forms of money or non-money. This results in higher labor turnover (Chaisompaong Chaowprasert, 2003; Vidal, 2007).

Considering the fast growing rates, huge market shares, high employment rates, and competitiveness, businesses in tourism industry are inevitably required to promote expertise for their people to be more qualified. Likewise, the Seventh, Eighth, Ninth, and Tenth National Economic and Social Development Plan propose the substantial status of human resource development, quality of life and environment, manufacturing base and service improvement, promotion of fairness and reduction of economic and social inequality, and the strengthening of morale in crises. These include the arrangement for the participation in ASEAN Community in 2015 in which eight strategies have been included. The fourth strategy centers at the development of human resources by improving ASEAN educational standard, handicraft skills, as well as language skills. The goal is to investigate labor, entrepreneurs, and governmental officers. Consequently, the researcher of this study is interested in examining human resource management and capability of hotel staff in service departments in southern Thailand. This study was aimed to investigate the management of those hotels because effective human resource management results in loyalty in one's organization, perception on fairness, organizational citizenship behavior, and quality of tasks, which could finally improve the hotels' performances.

Objectives

To investigate human resource management of hotels in Andaman coast, Thailand

Concept Framework



Materials and methods

The Population

The population of this study was 4 hotels staff in the Andaman coast, Thailand, who were members of Thai Hotel Association.

The Participants

The sample size of this study was calculated through many processes proposed in previous studies. 22 hotels of their staff were the participants of this study. The multi-stage method was employed to calculate the sample size to ensure the attainment of hotel staff in different areas in the South. The numbers of the staff depend on the ratio of the total amount of hotels in each province. Only those who have worked for at least six month were included, provided that they get through the period of probation (Chi & Gursoy, 2009). Simple random sampling was employed by drawing the names of all hotels in the south. After that the researcher contacted the hotels to request for corporation in doing questionnaire. If any hotels were inconvenient to do such task, the other ones were drawn again to substitute them.

The Research Tools

The major approach was quantitative was compliment to answer the research questions. The research tools included:

A set of questionnaire in which two sections were featured;

Section 1: Background information of the respondents such as genders, age, status, work duration, salary, and educational level,

Section 2: The survey of attitudes toward human resource management, in which Ivancevich (2001)'s criteria were modified. They included four aspects; human resource procurement, human resource rewarding, human resource management, and protection and maintenance of human resources. This part featured 15 items,

In order to ensure the reliability of the questionnaire, Cronbach's Alpha Coefficient was performed. Meanwhile, Revelle, W., Zinbarg, R., 2009's criteria were adopted. It was found that cronbach's alpha coefficient was between 0.70 – 0.95, which showed high reliability of the research tool.

Data Processing

Descriptive statistics through SPSS was applied to provide explanations of background information of the participants and the intended factors. Each step can be explained as follows: The analysis of background information of the participants, frequency, percentage, mean, and standard deviation (S.D.) were employed,

Results

Table 1 Sample Features

Sample Features	Quality	percentage
Gender		
Male	461	38.4
Female	740	61.6
Age (years)		
< 26 ปี	218	18.2
25-35	652	54.3
36-45	252	21.0
46-55	67	5.6
>55 ปี	12	1.0
Marital status		
Single	727	60.5
Marry	435	36.2
Divorce	23	1.9
Vidow	16	1.3
Total experience in similar positions (years)		
6 month – 1	267	22.2
1 – 3	428	35.6
3 – 5	235	19.6
5 – 10	162	13.5
>10 ปีขึ้นไป	109	9.1
Income (bath)		
<10,000	233	19.4
10,001 – 20,000	745	62.0
20,001 – 30,000	150	12.5
>30,001	73	6.1
Education		
secondary education	341	28.4
Diploma	255	21.2
Bachelor	588	49.0
Higher Bachelor	17	1.4

According to the first section of the questionnaire, 61.6 percent of the participants were women and 38.4 percent were men. 54.3 percent of them aged between 25-35, while 21 percent aged between 36-45. Most of the participants were single (60.5%) with only 36.2 married. The majority of the participants worked for their hotels for 1-3 years (35.6%), the rest of them had 6 month to 1 year working duration (22.2%). In terms of their monthly incomes, 62 percent of the participants gained between 10,001 – 20,000 baht and 19.4 percent obtained less than 10,000

baht. Finally, most of the participants achieved bachelor's degrees (49%), while only 28.4 percent acquired high school certificates/ diplomas.

Table 2 percentage sizes of the targeted hotels

province	Size			percentage
	Small	Medium	Large	
Ranong	0 (0)	1 (4.54)	0 (0)	1 (4.54)
Phang-Nga	3 (13.64)	1 (4.54)	0 (0)	4 (18.18)
Phuket	0 (0)	11 (50.00)	3 (13.64)	14 (63.64)
Trang	0 (0)	3 (13.64)	0 (0)	3 (13.64)
Total	3 (13.64)	16 (72.72)	3 (13.64)	22 (100)

Concerning the sizes of the targeted hotels, 16 of them (72.72%) were medium-sized, 3 (13.64) were small, and only 3 of them (13.64) were large.

Table 3 Mean and SD of overall human resource management

province	Overall HRM		Recruitment Human Resource Management		Rewarding Human Resource Management		Development Human Resource Management		Protection and maintenance Human Resource Management	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Ranong	4.05	1.32	4.45	0.89	4.11	0.80	3.92	0.88	3.74	0.94
Phang-Nga	4.07	0.80	4.12	0.78	4.03	0.80	3.98	0.87	4.15	0.75
Phuket	3.89	0.83	3.96	0.83	3.88	0.85	3.84	0.82	3.86	0.82
Trang	3.79	0.90	3.82	0.87	3.77	0.94	3.74	0.91	3.81	0.86

The mean and SD of overall human resource management of each province were evaluated. Results showed that Phang-Nga obtained the highest mean scores of 4.07. Concerning human resource procurement, Ranong acquired the highest mean scores at 4.45. In terms of human resource rewarding, Ranong also obtained the highest means, 4.11 and 4.01 respectively. Finally, Phang-Nga gained the highest mean scores of 4.15 regarding protection and maintenance of human resources.

Table 4 Size hotels overall mean scores and SD of human resource management

Size	Overall		Recruitment Human Resource Management		Rewarding Human Resource Management		Development Human Resource Management		Protection and maintenance Human Resource Management	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Small	3.56	0.84	3.20	0.93	3.76	0.72	3.60	0.71	3.67	0.89
Medium	3.82	0.98	3.44	0.99	4.05	1.32	3.99	0.75	3.81	0.86
Large	4.05	0.77	4.01	0.81	4.07	0.74	4.05	0.77	4.07	0.74

Moreover, the overall mean scores and S.D. of human resource management in terms of hotel sizes showed that large hotels obtained the highest score of 4.05 followed by medium hotels, which attained 3.82, and 3.56 mean scores of small hotels.

Discussion

The present study entitled, "Guideline Human Resource Management of Hotels in Andaman coast, Thailand." aimed to investigate human resource management of hotels in southern Thailand. The analysis of five variables of a structural equation model was performed. The discussions featured two aspects according to the research objectives. Regarding the first research objective, considering from all the four aspects of human resource management; procurement, rewarding, management, and protection and maintenance, most of the hotel staff perceived human resource management in their organizations as "High" with the mean of 3.82. Next, in terms of human resource management processes, recruitment obtained the highest scores. This means that those hotels in the south of Thailand have qualified methods for recruiting according to Beer et al (1984)'s human resource management concepts.

Conclusion

The research objective was to investigate human resource management of the hotels in Andaman coast, Thailand. With regard to the mean scores of the overall human resource management, almost every hotel obtained high mean scores of 3.16. Human resource procurement gained the highest mean scores of 3.97, and human resource development acquired the lowest at 3.82. Besides, considering the whole situations of human resource management in each province Phang-nga both exceeded the highest scores of 4.07, and Ranong was with 4.05.

References

- Byrne, B.M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts. Applications, and programming*. New York, NY: Routledge.
- Chi, C.G. & Gursoy, D. (2009). Employee satisfaction, customer satisfaction and Financial performance: An empirical examination. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 245-253.
- Creswell, J.W., & Clark, V.L.P. (2011) *Designing and and Conducting Mixed Methods Research*. (2 nd ed.) California.: SAGE Publications Inc.
- Deloitte-Travel Tourism & Leisure. (2004). *Focus on Thailand/Hotel industry continues to Attract interest/Deloitte Report*. Retrieved December 17, 2006 from <http://www.Hospitality Net-Industry New-Focus Thailand Hotel Industry Continues to Attract Interest Deloitte Report.htm>
- Dessler, G. (2006). *Human Resource Management*. 8th ed. New Jersey : Prentice-Hall.
- Getz, D. & Pertersen, T. (2005). Growth and profit-oriented entrepreneurship among family Business owners in the tourism industry. *International Journal Hospitality Management*, 24, 219-242.
- Hair, et al., (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. (7th edition). New Jersey, NJ: Pearson education Inc.
- Kwok Leung, Peter B. Smith, Zhongming Wang and Haifa Sun. (1996). Job satisfaction in joint venture hotels in china : An organizational justice analysis. *Journal of International Business Studies*; 1996, 27,5.
- Ivancevich, John M. (2001). *Human Resource Management*. 8th ed. New York : McGraw-Hill.
- Mowday, R.T., L.W.Porter, and R.M.Steers. (1982). *Employee-Organization Linkages : The Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover*. New York : Academic Press.
- Mohinder Chand, (2007). *The impact of HRM practices on organizational performance in the Indian hotel industry*. *Journal Employee relations* vol.29 No.6, 2007.
- Narumon Kimpakorn. (2007). Employees' commitment to brands in the service sector: Luxury hotel chains in Thailand. *Journal Brand Management* Vol. 16,8,532-544.

LIFESTYLE TRANSFORMATION: THE NEW DEMAND OF GLOBAL WELLNESS ECONOMY

Nutworadee Kanittinsuttitong*

Laphatsawat Khlaisaeg **

Abstract

Global Wellness Economy has registered an impressive growth rate during the decade. People around the world are traveling to destinations that provide wellness facilities. This empirical study found new demand of wellness tourism, the demand to change their lifestyle. The primary purpose of changes is the balance and harmony physical and mental with nature. Services included weight loss by changing lifestyle eating habits, the synchronization between the body, mind, and nature, body detoxification and emotional detoxification. This range of treatments takes approximately 5-7 days. These treatments were often combined with usually sightseeing near the healthcare service location. The significant factors for this group were the variety of services, the reputation of the center, and positive references from reputable sources.

Keywords - Wellness Tourism, Medical Tourism, Wellness Economy, Lifestyle Transformation

I. INTRODUCTION

The growth of Transportation, communications technology, and medical technology allows people to obtain health care anywhere in the world. In the beginning, people from all over the world travel to developed countries for higher quality medical treatment such as USA, England and Germany. In contrast, today people from developed countries travel developing countries to get their health treatment. The major cause of this shift is the equal of treatment quality under the lower cost. A phenomenon that people traveling to get medical treatment abroad known as "Medical Tourism". Currently, global medical tourism market is accounted for \$17.1 billion in 2015 and is poised to reach \$57.2 billion by 2022 growing at a CAGR of 18.8% during the forecast period [1]. Medical tourism means patients traveling abroad to receive medical treatment or people who take the opportunity to get healthcare service and take the vacation abroad at the same time [2]. Healthcare service or medical treatment can be separated into two major service, (1) Reactive service that treat and cure illness, as view from medical paradigm (2) Proactive service that maintain and improve health as view from wellness paradigm, as shown in fig.1. Moreover, the need of tourist toward medical tourism can also classified into physical and psychological demand.

*Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Nakornsithammarat, Thailand.
(natworadee@gmail.com)

**Faculty of Management Sciences, Nakhon Sawan Rajabhat University, Nakhon Sawan, Thailand.
(acc_academy.one@hotmail.com)

Physical tourism demand

Physical demand is a requirement of body care, which can divided into 4 level of need [3], which include basic healthcare, medically necessary treatment, health enhancement, and optimum health.

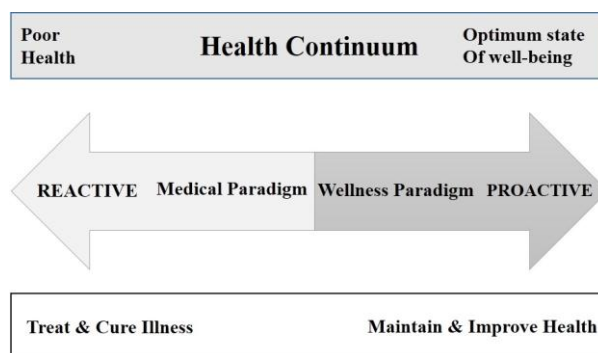


Fig 1. Health Care Paradigm [4]

Psychological tourism demand.

Psychological tourism demand is a requirement of mind care, which have been exacerbated feelings of isolation, depression and stress from their life. Psychological tourists are those who seek solace in activities which enhance their physical, mental and spiritual well-being (e.g., yoga, pilates, meditation, Ayurveda treatments, aromatherapy, health spas) [5][6]. The list of spit activities shown in table 2.

Table 1
Spiritual and Holistic activities [5]

Healing	Ayurvedic treatments, reiki, reflexology, crystal healing, astrology and tarot
Contemplative	Retreats, meditation, prayer, visualization
Therapeutic	Spas, thalassotherapy, massage, aroma therapy
Active	Yoga, pilates, tai chi, Alexander technique
Creative	Painting, writing, drama, dance
Enlightening	Pilgrimage, sacred sites, mystical landscapes
Interactive	Volunteering, community engagement, participation in rituals or festivals
Personal development	Counselling, stress management, life strategies

This study aims to discover and determined overall of healthcare need in medical tourism, by consider reactive service, proactive service, physical demand and psychological demand. To identify factors that influenced foreigners to choose medial tourism service. To search for new phenomenon/gap/demand on the matter of medical tourism.

II. METHODOLOGY

This research collected data from 5 major tourist destination of Thailand; Bangkok, Pattaya, Chiangmai, Koh Samui, and Phuket. Data collection were made from 2 samples groups, (1) Executives from 50 medical tourism providers (6 lifestyle transformation providers). (2) Health tourists total 400 samples. Researchers used in-depth interviews as a research tool for qualitative research to interview 18 executives. The content of the interview include factors and motivations that caused the tourist to come for lifestyle transformation in Thailand. On the other hand, questionnaires were used as a research tool for quantitative research to gather primary data from 400 health tourists.

III. RESULTS

This study found healthcare need for medical tourism can divided into five levels as shown in fig 2:

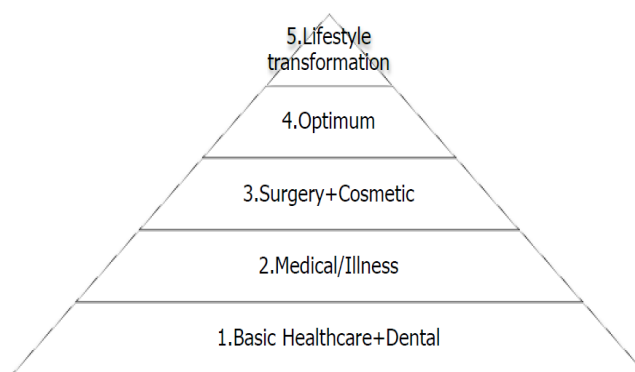


Fig 2. Hierarchy of healthcare need

The findings were consistent, both executive in-depth interview and questionnaire survey. There are five level of healthcare need in medical tourism. Each level of need have different detail, as shown in table 1.

Table 2
Detail of Hierarchy of healthcare need

(1) Basic Healthcare and Dental Care	
Demand Service	Immunization, health check-ups, dental care
Primarily focus	Tourism, business or other activities
Seeking Behavior	Walk-in/Call for health providers that are located in the tourist area
Contact	Self-Contact
Key factors	Affordable price, standard medical service, special promotion
(2) Medically-Necessary Treatment	
Demand Service	Diagnosis, illness - treatment, treatment of chronic diseases, operation.
Primarily focus	Health and medical matter
Seeking Behavior	Contact, and make reservations for doctors, hospitals, operating rooms, hotels and other in advance.
Contact	Medical tourism agency
Key factors	Reputation and expertise of the physician, the accreditation of hospitals, short waiting period, reasonable, and the modernization of technology and medical devices.
(3) Health enhancement	
Demand Service	Surgery, cosmetic, weight loss, sex reassignment
Primarily focus	Remove, fill, modify or change their appearance
Seeking Behavior	Review for testimonial and recommendation, choose specific surgeon or institute
Contact	Cosmetic and surgery agent, self-direct contact
Key factors	Reputation and expertise, testimonial, variety of treatment, confidentiality, technology.
(4) Optimum Health	
Demand Service	Spa, massage, hot-spring, acupuncture, traditional medicine, fitness, wellness center
Primarily focus	Maintain or improve their health while travel for other purpose
Seeking Behavior	Walk-in to service provider nearby their accommodation or go with group tour
Contact	Self-contact
Key factors	Tourist attraction, service quality, variety of service, convenience during travel
(5) Lifestyle Transformation	
Demand Service	Holistic care, weight loss, body mind & spirit balance, emotional detox, nature alliance
Primarily focus	Personalized life changing retreat
Seeking Behavior	Search for information, inquiry, consult, select appropriate courses.
Contact	Medical tourism agency, personal assistant

Key factors	Reputation , testimony, service variety, confidentiality, excellent service, recommendation
-------------	---

Lifestyle Transformation Tourist

Results showed, lifestyle transformation tourists are both male and female, middle-age, high educated, business owners or executive, and wealthy. Majority of transformation tourists come from European country, USA, Australia, and New Zealand. They come to Thailand to retreats the mind and body as the main objective. They will travel to tourist attractions as the vicinity of the treatment, which has booked in advance.

Lifestyle Transformation: World class service

Surprisingly, the result of this study found not only business owners or executive foreigners come to Thailand to receive lifestyle transformation service. Royals, businessmen, celebrities, famous people, politicians, world-class athletes and many well-known persons also come to Thailand for Lifestyle Transformation retreat. Therefore, the confidentiality of clients is considered as a very important key of success for this business.

Lifestyle Transformation: Service providers

In this study, in-depth interview have been conducted from Chiva-Som, Tao Garden Health Resort and Spa, Tria wellness, Kamalaya, New body and mind, and Tanyapura. According to the interview, service providers take complete care at premium service level. Each operator has a different expertise and unique point of service. However, the main options are medical retreat, holistic, yoga, meditation, fitness, detox, Ayurveda, healthy food emotional management and weight-loss programs.

There services can be divided into three sessions. (1) Service before arrival; counseling on health, choosing a course, contact the embassy visa, air ticket booking, hotel booking, book a tour package. (2) Service since arrival - departure; airport transfer with elegant car, luxury accommodation, complete personalized healthcare service, healthy food, excellent service, and tourism service. (3) Service after departure; customer follow up, information transfer, and consultation.

Model testing: Bivariate Probit Model

Results of this study using the Bivariate Probit model (Greene, 2003) found multivariate variables that influence the decision for lifestyle transformation tourism service, as shown in table 3.

TABLE 3
Model Testing: Bivariate Probit Model

Service Factors	Bivariate Probit		
	Model	Marginal Effect	Mean of X
Traveling	0.5742 ***	0.5668 **	0.6653
Standard of Medical Care	2.5066 ***	2.2113 ***	0.6237
Care during treatment	0.4854 **	0.3522 **	0.5131
Provider's service	-0.8369 ***	-0.7951 ***	0.6718
Cooperation with external agencies	0.8494 ***	0.6520 ***	0.5428
International Cooperation	0.5127 ***	0.3271 **	0.4510
International Marketing	0.5817 ***	0.3648 **	0.4434
<u>Statistics</u>			
# Observations	399		
Log likelihood	-1079.89		
Chi-squares	357.33 ***		
Pseudo R ²			
Bi-Probit LR-Test	118.78 ***		
rho	-0.9695 ***		

(1) Standard of Medical Care; include waiting time, cost, availability, legal, privacy, standard quality, physician technology, reputation and accommodation. The standard healthcare is the most important factor and has a great influence on the selection of health services in Thailand. The result show that standard of medical care positive correlated with the decision in choosing health care services in Thailand. It shows that when standard of medical care increase 1 unit, the samples are likely to increase in medical tourism in Thailand 221.13%

(2) Cooperation with external agencies; include the corporation with tour agency, the service of medical tour agency since arrival, the alliance with hotel, and the airport transfer. This research found that cooperation with external agencies factor significantly positive correlated with the decision in choosing health care services in the Thailand. It shows that when cooperation with external agency factor increase 1 unit, the samples are likely to increase in medical tourism in Thailand 65.20%.

(3) Traveling Factors; include distance from Thailand, travelling cost, and the ease of travel. This research found that traveling factor significantly positive correlated with the decision in choosing health care services in the Thailand. It shows that when traveling factor increase 1 unit, the samples are likely to increase in medical tourism in Thailand 56.68%.

(4) International Marketing; include international branch, contact with foreign' hospital, government alliance, and international trade fair. This research found that international marketing factor significantly positive correlated with the decision in choosing health care services in the

Thailand. It shows that when international marketing factor increase 1 unit, the samples are likely to increase in medical tourism in Thailand 36.48%.

(5) Care during treatment; include the available of healthy food, reference from world class or well-known person, results of treatment, advice from a doctor/agency/ acquaintances and advice after service. The care during treatment has a significant positive correlation with the decision in choosing health care services in Thailand. It shows that when care during treatment factor increase 1 unit, the samples are likely to increase in medical tourism in Thailand 35.22%.

(6) Provider's service; include good and friendly service, multi-language communication, staff adequacy, and location nearby tourist attraction. The service of providers has a significant negative correlation with the decision in choosing health care services in Thailand. It shows that when service of providers increase 1 unit, the samples are likely to decrease in medical tourism in Thailand 79.51%.

(7) International cooperation; include visa service, embassy contact, airline booking, airport cooperation, and insurance alliance. This research found that international cooperation factor significantly positive correlated with the decision in choosing health care services in the Thailand. It shows that when international cooperation factor increase 1 unit, the samples are likely to increase in medical tourism in Thailand 32.71%.

IV. DISCUSSION and CONCLUSION

In conclusion, there is a new demand of healthcare need in medial tourism called "Lifestyle Transformation". People who travel to get mind body and spirit retreat in order to change the way of living, called "Lifestyle Transformation Tourist". Many lifestyle transformation provider offer full range of health and wellness treatments such as medical retreat, holistic, yoga, meditation, fitness, detox, Ayurveda, healthy food emotional management and weight-loss programs.

According to the quantitative survey, there are several critical factors that significantly influenced to lifestyle transformation tourism. These are standard of medical care, cooperation with external agencies, traveling factors, international marketing, cared during treatment, provider's service, and international cooperation.

ACKNOWLEDGMENT

This research couldn't be complete without the great support from Assoc.Prof. Dr. Tatre Jantarakolica. Moreover, we would like to thank you all of the business owner, executives, and respondents for the kindly cooperation in answering all questions.

REFERENCES

- [1] STATISTICS MRC, "Medical Tourism - Global Market Outlook (2015-2022)", *Medical Tourism Statistic 2013-2022*, Market Research Summary report, April 2016
- [2] Cohen, E. (2008). "Medical Tourism in Thailand". *AU--GSB E- Journal*, 24–37.
- [3] Runnels, V., & Carrera, P. M. (2012). "Why do patients engage in medical tourism?" *Maturitas*, (73), 300–304. <http://doi.org/10.1016/j.maturitas.2012.08.011>
- [4] Global Wellness Institute. "GLOBAL SPA & WELLNESS ECONOMY MONITOR". *Global Wellness Institute*, September 2014.
- [5] Melanie Smith "Holistic Holidays: Tourism And The Reconciliation of Body, Mind and Spirit", *Tourism Recreation Research*, VOL. 28(1), 2003:103-108 DOI: 10.1080/02508281.2003.11081392
- [6] M. Vetter-Smith, "Taking Care of You: Body-Mind-Spirit - A Program with an Innovative Approach to Changing Lifestyle Behaviors", *WELLNESS AND PUBLIC HEALTH*, September 2011 Suppl 2—Abstracts Volume 111 Number 9
- [7] William H. Greene, "Econometric Analysis", 6th ed., 2008 New Jersey: Prentice Hall



National and 1st International Conference on Innovative Management Science for Sustainable Society



[www.facebook.com/
ManagementSciencesNSRU](https://www.facebook.com/ManagementSciencesNSRU)



www.ms.nsruc.ac.th

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
398 หมู่ 9 ต.สวรรค์วิถี ต.นครสวรรค์ตาก
จ.เมือง จ.นครสวรรค์ 60000
โทรศัพท์ : 056-219100-29 ต่อ 2400
แฟกซ์ : 056-882707